

LAMPIRAN

Lampiran 1

LEMBAR PERTANYAAN

Jabatan Informan : Seksi Pengembangan Destinasi Pariwisata

1. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam membuat program pengembangan destinasi wisata untuk menarik minat wisatawan melalui penyelenggaraan *event* PON XX Papua?
2. Dalam pembuatan program butuh jangka waktu berapa lama untuk menetapkan atau disusunnya sebuah program?
3. Apakah dalam setiap penyusunan program ada target utama yang dijadikan PR dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata? Khususnya mengenai PON XX kemarin?
4. Siapa saja target khalayak yang ingin dijangkau Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Papua dalam perencanaan program pariwisata melalui penyelenggaraan *event* PON XX Papua tahun 2021?
5. Media komunikasi apa saja yang digunakan dalam mempromosikan program pariwisata Papua melalui *event* PON XX Papua?
6. Apakah terdapat perbedaan target khalayak pada masing-masing media komunikasi yang digunakan atau tidak? Bila ya, bagaimana cara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menentukan target khalayak berdasarkan masing-masing media komunikasi tersebut?

7. Bagaimana metode yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Prov Papua dalam menyebarluaskan pesan promosi program pariwisata kepada khalayak melalui penyelenggaraan *event* PON XX Papua?
8. Apakah terdapat feedback/dampak dari penggunaan media komunikasi yang digunakan untuk menyebarluaskan pesan promosi? bila ada, dalam bentuk apa saja feedback yang diperoleh?
9. Apakah terdapat hambatan dalam menjalankan program pengembangan destinasi pariwisata pada penyelenggaraan *event* PON XX Papua? bila ada, apa saja hambatan yang dihadapi?

Jabatan Informan : Seksi Ekonomi Kreatif berbasis Desain, Media, dan Arsitektur.

1. Bagaimana peran dan fungsi Seksi Ekonomi Kreatif berbasis Desain, Media, dan Arsitektur itu sendiri dalam penyelenggaraan *event* PON XX Papua tahun 2021?
2. Program apa saja yang ditawarkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Prov Papua dalam peningkatan wisatawan terhadap pariwisata di Papua melalui pemanfaatan *event* PON XX Papua tahun 2021?
3. Media komunikasi apa saja yang digunakan dalam mempromosikan program pariwisata Papua melalui *event* PON XX Papua?
4. Apakah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mengadakan kerjasama dalam bentuk media partner pada penyelenggaraan *event* PON XX Papua? Bila ya,

siapa saja media partner yang diajak kerjasama? Alasan dalam memilih media partner tersebut?

5. Apakah terdapat perbedaan target khalayak pada masing-masing media komunikasi yang digunakan atau tidak? Bila ya, bagaimana cara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menentukan target khalayak berdasarkan masing-masing media komunikasi tersebut?
6. Bagaimana aturan-aturan khusus Dinas kebudayaan dan pariwisata dalam menyusun isi pesan promosi kepada masing-masing target khalayak?
7. Bagaimana strategi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Papua dalam pemilihan konsep isi pesan promosi program pariwisata yang akan disampaikan secara luas untuk menarik perhatian target khalayak?
8. Bagaimana metode yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Papua dalam menyebarluaskan pesan promosi program pariwisata kepada khalayak melalui penyelenggaraan event PON XX Papua?
9. Apakah ada perbedaan yang signifikan dalam penyebaran pesan baik melalui media partner maupun media komunikasi dalam menarik target khalayak pada penyelenggaraan *event* PON XX Papua?

Lampiran 2

LEMBAR OBSERVASI

Hari :

Pukul :

No.	HAL YANG DIAMATI	KETERANGAN	HASIL PENGAMATAN
1.	Khalayak yang menjadi target sasaran. (Pengenalan Khalayak)	<ul style="list-style-type: none"> ● Lokal 	
2.	Memilah pesan apa yang sesuai dan yang diinginkan khalayak target sasaran. (Penyusunan Pesan)	<ul style="list-style-type: none"> ● Manca Negara 	
3.	Menyampaikan pesan dalam 2 aspek, menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. (Penetapan Metode)	<p>Menurut cara pelaksanaannya;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Redundancy ● Canalizing <p>Menurut bentuk isinya;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Informatif ● Persuasif ● Edukatif ● Koersif 	
4.	Menggunakan media apa saja dalam menyampaikan/menyebarkan informasi lapangan. (Penggunaan Media)	<ul style="list-style-type: none"> ● Media Audio ● Media Visual ● Media Audio-Visual 	

TRANSKRIP WAWANCARA

Jabatan Informan : Staf Teknis Bidang Pariwisata
Nama : *Nelman Rumere, S.Tr.Par.,M.Par*
Hari : Jumat, 16 September 2021
Tempat : Kantor Dinas Otonom, Jl. Abepura, Wahno, Kec. Abepura, Jayapura-Papua

1. Bagaimana peran dan fungsi Seksi Pengembangan Destinasi Pariwisata itu sendiri dalam penyelenggaraan event PON XX Papua tahun 2021?

= *Kami kurang dilibatkan terkait dengan promosi pengembangan daya tarik wisata untuk persiapan PON XX Papua kemarin, entah mengapa kami juga kurang tahu. mungkin ada instansi lain yang dilibatkan.*

2. Bagaimana program pengembangan destinasi wisata yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk menarik minat wisatawan melalui penyelenggaraan event PON XX Papua?

= *Ada pon atau tidak ada PON pariwisata tetap harus siap, tapi karena kurang terlibat tapi ada beberapa pariwisata yang sudah diketahui masyarakat/ viral di sosial media seperti pos lintas batas, bukit jokowi, bukit teletabis itukan pengunjung sudah tau tinggal mereka yang memilih mau kemana. Program dari pariwisata sendiri masih banyak yang diupayakan dengan bekerjasama dengan instansi lain terkait pariwisata. Ada salah satu aksi nyata yang dilakukan oleh pariwisata sendiri diluar dari keterlibatan panitia PON XX Papua kalo ade bisa lihat nanti ke daerah skyland tempat kuliner yang khusus kelapa muda dengan bantu merenovasi tempat wisata dan memberikan fasilitas, hal itu disiapkan untuk PON XX kemarin.*

Kemarin juga ada program dari Kementerian yang kerjasama dengan pariwisata, dengan mendatangkan peserta dengan agenda acara mengemas produk dan diupload di media sosial pada tahun 2021, nah tapi itu program kerjasama dengan Kementerian.

3. Siapa saja target khalayak yang ingin dijangkau Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Papua dalam perencanaan program pariwisata melalui penyelenggaraan event PON XX Papua tahun 2021?

= Target wisatawan yang dituju merupakan pengunjung lokal dan mancanegara, tapi pada 2020 dikarenakan pandemi jadi ada kendala tidak dikhususkan untuk mancanegara. Tapi sebelum covid kami selalu melakukan promosi, begitu juga pada saat PON XX akhirnya kami membuka kembali dengan target wisatawan untuk diluar dari masyarakat lokal.

4. Media komunikasi apa saja yang digunakan dalam mempromosikan program pariwisata Papua melalui event PON XX Papua?

= Seharusnya dinas pariwisata itu ada web untuk mempromosikan atau instagram dsb, tapi hal ini yang menjadi masukan buat kami dan masih kami upayakan. Tapi ada mitra kita: infokom (Dinas Komunikasi dan Informasi), kami numpang untuk menaruh informasi di WEB mereka.

5. Bagaimana metode yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Prov Papua dalam menyebarluaskan pesan promosi program pariwisata kepada khalayak melalui penyelenggaraan event PON XX Papua?

= Kami ya rata-rata masih mengandalkan yang dari mulut ke mulut itu, ya itu kalau dalam bahasa kan seperti WOM begitu kan ya ke masyarakat lokal terutama ya begitu.

6. **Apakah terdapat feedback/dampak dari penggunaan media komunikasi yang digunakan untuk menyebarluaskan pesan promosi? bila ada, dalam bentuk apa saja feedback yang diperoleh?**

= Ya karena masih menggunakan pake WOM jadi seringkali dampak yang kita terima itu sebenarnya belum kita terima kembali.

7. **Apakah terdapat hambatan dalam menjalankan program pengembangan destinasi pariwisata pada penyelenggaraan event PON XX Papua? bila ada, apa saja hambatan yang dihadapi?**

= Kalo soal kendala-kendala yang kita hadapi itu terkait dengan kebijakan-kebijakan pemerintah khusus Gubernur atau bahkan instansi sendiri terkait pariwisata berbasis digital yang masih belum ada, dikarenakan pengujung sekarang lebih menggunakan yang modern dan digital. Sudah ada ide untuk mengembangkan ide tersebut dengan menggunakan barcode tapi belum bisa terealisasi dikarenakan tergantung kebijakan pemerintah dan juga anggaran yang ada.

8. **Bagaimana dinas pariwisata membuat sebuah strategi komunikasi, khususnya untuk membuat sebuah program-program yang mendatang?**

= Jadi ada Jangka pendek 5 tahun, jangka menengah 10 tahun, jangka panjang 15 tahun, trus biasanya itu sudah dibahasa menjadi restrukturisasi atau rencana. Nah dari situ biasanya rka setelah dari rka, nanti diusulkan point2nya untuk dijadikan kegiatan. Untuk memulai atau menyusun sebuah program, misalnya membuat digitalisasi berarti kan kita harus memilih narasumber, bayar atk, akomodasi makan minum dsb. Untuk PON masuk di dalam jangka pendek, sedangkan untuk jangka menengah dan panjang itu lebih prioritas. Untuk PON kami menyusun sebuah program2 untuk mendukung atau menyesuaikan PON tsb dengan membangun destinasi wisata, memperbaiki dsb. Dalam setiap program disesuaikan dengan target yang disusun.

9. Apakah disetiap penyusunan program tsb ada target utama yang dijadikan PR pariwisata? Khususnya untuk PON XX Papua 21 baik sebelum atau hari H?

= Pasti ada, misalnya begini kita bicara digitalisasi melatih sdm dengan target 20 sdm promosi pariwisata berbasis digital. Jadi memang kita selalu ada target. Misalnya target 40 peserta ya 40 pesertanya harus paham.

10. Dikatakan bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menumpang informasi atau promosi di INFOKOM. Dalam bentuk apa informasi yang ditampilkan oleh INFOKOM? Dan apakah ada ketentuan khusus atau kontrak?

= Biasanya mereka menampilkan dokumentasi-dokumentasi destinasi pariwisata, namun seharusnya dinas pariwisata harus memilah sendiri terkait destinasi pariwisata yang ada. Tetapi yang terjadi Infokom mencari data sendiri, dan mempromosikan sendiri di website mereka tanpa adanya validasi oleh dinas pariwisata.

11. Apakah terdapat feedback/dampak dari penggunaan media komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan pesan promosi/informasi? bila ada, dalam bentuk apa saja feedback yang diperoleh?

= Belum ada atau belum disurvei dampak yang terjadi baik itu comment positif atau complain.

Jabatan Informan : Kepala Bidang Ekonomi Kreatif
Nama : **Boni Asso, SST.Par, M.Si, MIntTour&HotelMgt**
Hari : Jumat, 16 September 2022
Tempat : Kantor Dinas Otonom, Jl. Abepura, Wahno, Kec. Abepura,
Jayapura-Papua

1. Bagaimana Peran Ekonomi Kreatif pada saat *Event* PON XX kemarin dan Program apa saja yang ditawarkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Prov Papua dalam peningkatan wisatawan terhadap pariwisata di Papua?

= Bidang ekonomi kreatif sendiri bekerjasama dengan UPTD Noken. UPTD Noken itu yang merupakan bagian dari dinas. Kami mendorong karena diminta untuk ada beberapa pelaku ekonomi kreatif untuk ambil bagian . Dari provinsi mendekat supaya mereka bisa mengambil bagian, ada sekitar kurang lebih 60 kelompok yang mengikuti. Sedangkan dari UPTD Noken ada beberapa namun tidak bisa dibilang jumlah spesifik dan mereka menyediakan banyak noken untuk dijual.

Pemerintah mereka berharap banyak yang bisa membeli dan mereka mendapat manfaat juga dari apa yang dijual dan mereka lakukan. Target yang diharapkan juga dijual untuk semua kalangan atau semua yang tertarik dari hasil karyanya.

Kami bidang ekonomi kreatif juga membuat ajang perlombaan foto dan video yang hasilnya di upload misal video akan di upload di youtube dan foto-foto diupload di facebook (ijin kpd yg mempunyai karya).

2. Media komunikasi apa saja yang digunakan dalam mempromosikan program pariwisata Papua melalui *event* PON XX Papua?

= Media sosial yang kami gunakan, youtube, fb dan twitter khusus pada bagian ekonomi kreatif.

3. Apakah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mengadakan kerjasama dalam bentuk media partner pada penyelenggaraan *event* PON XX

**Papua? Bila ya, siapa saja media partner yang diajak kerjasama?
Alasan dalam memilih media partner tersebut?**

= ya iya, kami juga ada mengajak kerjasama dengan fokuspapua.com yang mana mereka itu media portal berita online, jadi informasi dan berita-berita kami juga taruh di portal mereka untuk dipublish ke orang-orang.

4. Apakah terdapat perbedaan target khalayak pada masing-masing media komunikasi yang digunakan atau tidak? Bila ya, bagaimana cara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menentukan target khalayak berdasarkan masing-masing media komunikasi tersebut?

= Media sosial yang digunakan itu kan untuk semua kalangan dan terbuka untuk umum, karena sifatnya promosi jadi kami tidak membatasi siapapun yang dapat mengakses.

5. Bagaimana aturan-aturan khusus Dinas kebudayaan dan pariwisata dalam menyusun isi pesan promosi kepada masing-masing target khalayak?

= Dari kami tidak ada aturan khusus atau spesifik, namun melihat kembali informasi dan data yang bisa di konsumsi oleh khalayak umum dan perlu di publikasikan kepada orang banyak ya diinformasikan. Dalam mendesain dan draft.

6. Bagaimana strategi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Papua dalam pemilihan konsep isi pesan promosi program pariwisata yang akan disampaikan secara luas untuk menarik perhatian target khalayak?

= Ekonomi kreatif sekarang lebih berpikir pada efisiensi dan efektivitas dan cenderung kepada IT. Kita memanfaatkan peluang ini untuk kecederungan yang dipakai.

7. **Bagaimana metode yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Papua dalam menyebarluaskan pesan promosi program pariwisata kepada khalayak melalui penyelenggaraan event PON XX Papua?**
= Dari ekonomi kreatif hanya menkonsep atau memilih metode sekali diupload, kembali dari penonton yang melihat.
8. **Apakah terdapat feedback/dampak dari penggunaan media komunikasi yang digunakan untuk menyebarluaskan pesan promosi? bila ada, dalam bentuk apa saja feedback yang diperoleh?**
*= Dikarenakan ini event nasional jadi yang mempromosikan tidak hanya kami saja, tapi semua opd mempromosikan, baik pemerintah maupun non pemerintah juga mengshare informasi jd saya kira tidak terbatas pada bidang ini saja semua terlibat, tentunya dampak pariwisatanya luar biasa karena kan ada pergerakan orang yang datang. Kalo berbicara pariwisata tanpa adanya pergerakan orang itu kan percuma, jadi ketika ada movement jd ada transaksi yang terjadi itu yang menjadi target kita.
Dampak yang dirasakan juga berkesinambungan sama opd yang lain.*
9. **Apakah terdapat hambatan dalam menjalankan program pengembangan destinasi pariwisata pada penyelenggaraan event PON XX Papua? bila ada, apa saja hambatan yang dihadapi?**
= Kalo dibilang kendala berkaitan dengan PON kemarin, karena PON berlangsung itu agak tidak terkontrol, kami dari bidang ini tidak dapat mengontrol / pantau satu persatu jadi kendala yang dialami berkaitan dengan misal penjualan barang 10 tapi laku hanya 2 nah informasi ini tidak kami dapatkan khusus ke eventnya, tp kalo secara umum terkait dengan umkm pelaku ekonomi kreatif pembelinya minim, jadinya mereka tidak bersemangat padahal sudah disiapkan tempat dsb. Salah satu hal yang mempengaruhi yaitu susah nya masuk ke Papua, misal dari australia mereka harus ke jakarta / bali dulu baru bisa ke Papua, dan orang asing itu di filter jadi kesannya di persulit. Maka dari itu orang berpikir selain sudah

menunggu lama dan capek tapi juga dipersulit. Orang papua juga melihat pariwisata sbg barang yang biasa, beda dengan yang ada di Bali. Kesadaran Pariwisata di papua misalnya sama – sama batu tapi nilai yang ada dirasakan itu beda.



Informan Tambahan:

Jabatan Informan : Pedagang Kelapa
Nama : NN
Hari : 27 Oktober 2022
Tempat : Skyland Abe / Diwakili

1. **Pada saat PON XX tahun 2021 kemarin, apakah mama-mama disini merasakan dampak pembenahan Pondok Kelapa oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Papua? Fasilitas apa saja yang diberikan?**
= Iya pondok-pondok ini mereka bantu, mulai dari tiang-tiang sampai atap mereka renovasi. Memang sudah ada penjelasan di awal kalau mau akan di renovasi pondok-pondok disini tapi ternyata hanya renovasi atap dan tiangnya saja.

2. **Dari Pembenahan tersebut, apakah pengunjung yang datang juga ikut bertambah?**
= Pujituhan, banyak yang datang jadi omset juga meningkat bisa bantu adik-adik mereka sekolah. Omset ya paling tinggi dapat 900k itu sudah bersih perhari, tapi memang perubahan yang dulu sama sekarang tidak terlalu jauh beda tapi ya dulu memang masih alami pondok kami.

Lampiran 4

DOKUMENTASI

1) Wawancara dengan KK Nelman Rumere selaku Staf Teknis Pengembangan Pariwisata di Kantor Otonom Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Prov Papua.



2) Wawancara dengan Bapak Boni Asso selaku Kepala Bidang Ekonomi Kreatif di Kantor Otonom Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua.



3) Informan tambahan, Mama Pondok Kelapa Muda Skyland.



PLAGIASI

Similarity Report

PAPER NAME

TA-18.M1.0068.docx

WORD COUNT

10861 Words

CHARACTER COUNT

71041 Characters

PAGE COUNT

61 Pages

FILE SIZE

70.2KB

SUBMISSION DATE

Nov 14, 2022 3:18 PM GMT+7

REPORT DATE

Nov 14, 2022 3:20 PM GMT+7

● **18% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 18% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 8% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 10 words)
- Manually excluded text blocks

Summary