



TUGAS AKHIR - DK 184802

# STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA PULAU BOKORI MENGGUNAKAN KONSEP *BRANDING*

DESTRY WULANDARI  
08211540000114

Dosen Pembimbing  
Hertiari Idajati, ST., M.Sc

Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota  
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
2019





**TUGAS AKHIR - DK 184802**

**STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA  
PULAU BOKORI MENGGUNAKAN KONSEP  
*BRANDING***

**DESTRY WULANDARI  
0821154000114**

**Dosen Pembimbing  
Hertiari Idajati, ST., M.Sc**

**Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota  
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
2019**





**FINAL PROJECT - DK 184802**

# **TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY OF BOKORI ISLAND USING BRANDING CONCEPT**

**DESTRY WULANDARI  
0821154000114**

**Supervisor  
Hertiari Idajati, ST., M.Sc**

**Departement of Urban and Regional Planning  
Faculty of Architecture, Design and Planning  
Sepuluh Nopember Institute of Technology  
2019**



# LEMBAR PENGESAHAN

## STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA PULAU BOKORI MENGGUNAKAN KONSEP *BRANDING*

### TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Perencanaan Wilayah dan Kota  
Pada

Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota  
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

**DESTRY WULANDARI**

NRP. 08211540000114

Disetujui oleh Pembimbing Tugas Akhir :



**Hertiari Idajati, ST. M.Sc**

NIP: 197802132012122002



**SURABAYA, JULI 2019**

## **Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Bokori menggunakan Konsep Branding**

Nama : Destry Wulandari  
NRP : 08211540000114  
Departemen : Perencanaan Wilayah dan Kota  
Dosen Pembimbing : Hertiar Idajati, ST., M.Sc.

### **ABSTRAK**

*Pulau Bokori merupakan salah satu destinasi wisata alam di Provinsi Sulawesi Tenggara yang direncanakan sebagai destinasi unggulan yang sudah dilengkapi sarana dan prasarana yang dapat menunjang kegiatan wisata. Saat ini pemerintah sedang melakukan promosi, namun kegiatan promosi yang dilakukan belum menggunakan konsep branding yang dapat memberikan kesan ciri khas yang dimiliki oleh Pulau Bokori agar dapat dikenal oleh wisatawan. Maka dari itu, upaya dari penelitian ini adalah merumuskan strategi pengembangan pariwisata Pulau Bokori menggunakan konsep branding.*

*Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua tahap analisis. Tahapan pertama, mengidentifikasi karakteristik dan mengidentifikasi faktor eksternal komponen branding Pulau Bokori melalui wawancara dengan stakeholder berdasarkan variabel yang telah ditentukan dan melakukan analisis menggunakan metode Content Analysis (CA). Kemudian pada tahapan kedua, merumuskan strategi branding melalui penilaian oleh stakeholder pada faktor-faktor yang dihasilkan menggunakan metode SWOT Analysis dengan tools IFAS EFAS, Diagram Cartesius dan Matriks SWOT.*

*Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, strategi branding yang memiliki urgensitas paling tinggi yaitu pertama, brand positioning dengan strategi memperkenalkan Pulau Bokori sebagai salah satu destinasi wisata yang menggunakan sumber energi berkelanjutan dalam menunjang prasarana pariwisata.*

*Kedua, brand personality dengan strategi meningkatkan dan melibatkan masyarakat dalam kegiatan promosi Pulau Bokori dengan mengangkat citra yang dimiliki Pulau Bokori melalui berbagai media. Dan ketiga, brand identifier dengan strategi menggunakan logo dan tagline yang sesuai dengan ciri khas Pulau Bokori. Masing-masing brand terletak pada kuadran I yaitu growth strategy. Dari hasil tersebut, dapat diketahui bahwa Pulau Bokori terletak dalam situasi yang sangat menguntungkan, sehingga strategi branding yang dapat dilakukan yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang yang ada.*

***Kata Kunci : Pulau Bokori, Konsep Branding, Strategi Pengembangan Pariwisata***

# **Tourism Development Strategy of Bokori Island using Branding Concept**

## **ABSTRACT**

*Bokori Island is one of the tourist destinations in Southeast Sulawesi Province which is a leading destination that has been equipped with facilities and infrastructure that can support tourism activities. Currently, the government is doing promotions, but the activities that carried out have not used the branding concept yet, which can provide the special characteristics of Bokori Island to be known by tourists. Therefore, the goal of this study is to formulate the tourism development strategy of Bokori Island using the branding concept.*

*In this study, the researcher used two stages. First, identifying characteristics and identifying external factors of the branding component of Bokori Island by interviewing stakeholders based on variables that have been determined, using the Content Analysis (CA) method as an analysis tool. Second, formulating the branding strategy through stakeholder's assessment of the factors which resulted by SWOT Analysis method, using IFAS EFAS tools, Cartesian Diagram, and SWOT Matrix as analysis tools.*

*Based on the analysis results, there are three branding strategies have the highest urgency. First priority, brand positioning with the strategy of introducing Bokori Island as one of the tourist destinations that use sustainable energy resources to support infrastructure tourism. Second, brand personality with a strategy of improving and involving the community in the promotion activities of Bokori Island by lifting the image of Bokori Island through various media. And last, a brand identifier with a strategy of using logos and taglines which have a match to the characteristics of Bokori Island. Each brand is located in quadrant I, which is the growth strategy. From these results, Bokori Island*

*is located in a very favorable situation so that the branding strategy that can be done is using the power that owned and taking advantage of the opportunities that exist.*

***Keywords: Bokori Island, Branding Concept, Tourism Development Strategy***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Penelitian ini berjudul *Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Bokori menggunakan Konsep Branding*. Dalam penelitian ini penulis mencoba meneliti kondisi Pulau Bokori jika dikembangkan sebagai pariwisata unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara berdasarkan konsep *branding*.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu demi kelancaran penyelesaian ini yaitu:

1. Kedua orangtua Bapak Abdul Rahman Subakti, Ibu Nurjannah, Kakak Anggi, Kakak Nuar, Adek Ridho, dan Adek Rafli yang selalu memberi doa, dukungan, dan semangat selama perkuliahan.
2. Ibu Hertiarid Idajati, ST., M.Sc, selaku dosen pembimbing mata kuliah Tugas Akhir yang telah banyak membantu penulis dan memberikan banyak masukan dan saran yang bermanfaat selama proses penyusunan Tugas Akhir.
3. Bapak Cahyono Susetyo, ST, M.Sc, Ph.D, selaku dosen wali yang telah banyak membantu penulis selama perkuliahan.
4. Bapak Mochamad Yusuf, ST, M.Sc, Ibu Ummi Fadlilah K. ST, MT, M.Sc selaku dosen penguji internal dan Bapak Dr. Ir. Nanang Setiawan, SE, MS selaku dosen penguji eksternal yang telah banyak memberikan saran dan masukan dalam penelitian ini.
5. Seluruh dosen-dosen PWK yang telah membimbing penulis selama perkuliahan.
6. Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara khususnya Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Sulawesi Tenggara atas program beasiswa Cerdas Sultraku yang sangat membantu penulis secara materil selama perkuliahan.

7. Bapak M. Amin, Bapak Angsar S.Sos, Bapak Risal, Ibu Rachmawati, dan Ibu Patwayati SE., M.Si yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
8. Tim survei TA yang juga menjadi tempat berkeluh kesah selama perkuliahan.
9. Forbunoa ITS yang selalu menjadi teman-teman yang siap diajak nongkrong dan mengobati kangen dengan kampung halaman.
10. Serta teman-teman Alektrona dan semua pihak yang telah membantu dalam kelancaran penyusunan penelitian ini.

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menambah informasi serta pengetahuan yang bermanfaat bagi seluruh pihak. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak. Terimakasih.

Surabaya, Juli 2019

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Permasalahan .....	4
1.3 Tujuan dan Sasaran Penelitian .....	5
1.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.4.1 Ruang Lingkup Pembahasan .....	5
1.4.2 Ruang Lingkup Wilayah.....	5
1.4.3 Ruang Lingkup Substansi.....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.5.2 Manfaat Praktis.....	6
1.6 Sistematika Penulisan .....	6
1.7 Kerangka Berpikir.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Pariwisata .....	9
2.1.1 Pengertian Pariwisata .....	9
2.1.2 Komponen Pariwisata.....	9
2.2 Konsep Branding .....	14
2.2.1 Komponen Branding .....	14
2.2.2 Komparasi Teori Pariwisata dan Teori <i>Branding</i> .....	17
2.3 Penelitian Terdahulu.....	21
2.4 Best Practice Penelitian .....	22
2.5 Sintesa Kajian Pustaka .....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>27</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	27
3.2 Jenis Penelitian .....	27

3.3 Variabel Penelitian .....	27
3.4 Populasi dan Sampel .....	31
3.4.1 Populasi .....	31
3.4.2 Sampel.....	31
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	40
3.5.1 Metode Pengumpulan Data Primer .....	41
3.5.2 Metode Pengumpulan Sekunder.....	45
3.6 Metode Analisis Data .....	45
3.6.1 Mengidentifikasi karakteristik <i>branding</i> pariwisata di Pulau Bokori.....	45
3.6.2 Mengidentifikasi faktor eksternal pembentuk komponen <i>branding</i> di Pulau Bokori .....	47
3.6.3 Merumuskan strategi pengembangan pariwisata di Pulau Bokori menggunakan konsep <i>branding</i> .....	47
3.7 Tahapan Penelitian .....	55
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>57</b>
4.1 Gambaran Umum .....	57
4.1.1 Batas Administratif.....	57
4.1.2 Daya Tarik Wisata.....	59
4.1.3 Sarana Pariwisata Pulau Bokori .....	60
4.1.4 Prasarana Pariwisata Pulau Bokori.....	65
4.1.5 Aksesibilitas Objek Wisata .....	68
4.1.6 Wisatawan .....	71
4.1.7 Media Pemasaran yang digunakan .....	72
4.1.8 Kelembagaan Dalam Pengembangan Wisata.....	73
4.1.10 Kedekatan dengan ODTW lain .....	73
4.2 Identifikasi Karakteristik <i>Branding</i> Pariwisata di Pulau Bokori .....	74
4.3 Identifikasi Faktor Eksternal <i>Branding</i> Pariwisata di Pulau Bokori .....	142
4.4. Merumuskan Strategi Pengembangan Pariwisata di Pulau Bokori menggunakan Konsep <i>Branding</i> .....	177
4.4.1. Brand Positioning .....	177
4.4.2. Brand Personality .....	198
4.4.3. Brand Identifier .....	210
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>221</b>
5.1 Kesimpulan.....	221

5.2 Saran .....	222
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>225</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>229</b>
<b>BIODATA PENULIS .....</b>	<b>342</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Kajian Pustaka Komponen Pariwisata .....	11
Tabel 2.2. Indikator dan Variabel Komponen Pariwisata yang Relevan Dengan Penelitian .....	13
Tabel 2.4. Indikator dan Variabel Komponen <i>Branding</i> yang Relevan Dengan Penelitian .....	17
Tabel 2.5. Komparasi Teori Komponen Pariwisata dan Komponen <i>Branding</i> .....	19
Tabel 2.6. Sintesa Pustaka Penelitian.....	24
Tabel 3.1. Indikator, Variabel, dan Defnisi Operasional.....	28
Tabel 3.2. Kelompok Stakeholder Penelitian.....	33
Tabel 3.3. Dampak, Kepentingan, dan Pengaruh Stakeholder ....	34
Tabel 3.4. Pemetaan Stakeholder Berdasarkan Pengaruh dan Kepentingannya.....	37
Tabel 3.5. Kriteria Responden Penelitian.....	39
Tabel 3.6. Metode Pengumpulan Data .....	42
Tabel 3.7. Jenis Data dan Cara Perolehan Data Sekunder.....	45
Tabel 3.8. Teknik Analisa .....	53
Tabel 4.1. Jumlah Wisatawan.....	71
Tabel 4.2. Kelembagaan Dalam Pengelolaan Pulau Bokori.....	73
Tabel 4.3. Kode Stakeholder Penelitian .....	74
Tabel 4.4. Koding Karakteristik Citra yang melekat.....	75
Tabel 4.5. Koding Karakteristik Media Pemasaran Obyek Wisata .....	78
Tabel 4.6. Koding Karakteristik Keunikan Daya Tarik Wisata Alam .....	84
Tabel 4.7. Koding Karakteristik Keunikan Daya Tarik Wisata Budaya.....	87
Tabel 4.8. Koding Karakteristik Keunikan Daya Tarik Wisata Minat Khusus .....	90
Tabel 4.9. Koding Karakteristik Keunikan Prasarana Penunjang Pariwisata .....	94
Tabel 4.10. Koding Karakteristik Keunikan Sarana Penunjang Pariwisata .....	97
Tabel 4.11. Koding Karakteristik Keunikan Rute dan Transportasi Objek Wisata .....	101

Tabel 4.12. Koding Karakteristik Kreatifitas dan Inovasi Peran Pemerintah.....	105
Tabel 4.13. Koding Karakteristik Kreatifitas dan Inovasi Peran Swasta.....	107
Tabel 4.14. Koding Karakteristik Kreatifitas dan Inovasi Peran Masyarakat .....	109
Tabel 4.15. Koding Karakteristik Ketersediaan Nama Brand Wisata.....	116
Tabel 4.16. Koding Karakteristik Ketersediaan Logo Wisata ...	118
Tabel 4.17. Koding Karakteristik Ketersediaan Tagline Wisata .....	119
Tabel 4.18. Konfirmasi Hasil <i>Content Analysis</i> Karakteristik <i>Branding</i> Pulau Bokori.....	121
Tabel 4.19. Analisis Penilaian Stakeholder pada Karakteristik <i>branding</i> Pariwisata Pulau Bokori.....	135
Tabel 4.20. Koding Faktor Eksternal Media Pemasaran Obyek Wisata.....	143
Tabel 4.21. Koding Faktor Eksternal Jumlah Pengunjung .....	148
Tabel 4.22. Koding Faktor Eksternal Kebijakan .....	149
Tabel 4.23. Koding Faktor Eksternal Kreatifitas dan Inovasi Peran Pemerintah.....	150
Tabel 4.24. Koding Faktor Eksternal Kreatifitas dan Inovasi Peran Masyarakat .....	156
Tabel 4.25. Koding Faktor Eksternal Ketersediaan dan Keunikan Prasarana.....	159
Tabel 4.26. Koding Faktor Eksternal ODTW Terdekat .....	162
Tabel 4.27. Konfirmasi Hasil <i>Content Analysis</i> Faktor Eksternal <i>Branding</i> Pulau Bokori.....	164
Tabel 4.28. Analisis Penilaian Stakeholder pada Faktor Eksternal <i>Branding</i> Pulau Bokori.....	172
Tabel 4.29. Faktor Internal dan Faktor Eksternal <i>Brand Positioning</i> di Pulau Bokori .....	177
Tabel 4.30. Hasil IFAS dan EFAS <i>Brand Positioning</i> .....	181
Tabel 4.31. Matriks SWOT Brand Positioning Pulau Bokori ...	188
Tabel 4.32. Strategi <i>Brand Positioning</i> Komparasi Gambaran Umum dan <i>Best Practice</i> .....	193

Tabel 4.33. Faktor Internal dan Faktor Eksternal <i>Brand Personality</i> di Pulau Bokori .....	198
Tabel 4.34. Hasil IFAS dan EFAS <i>Brand Personality</i> .....	200
Tabel 4.35. Matriks SWOT <i>Brand Personality</i> Pulau Bokori...	204
Tabel 4.36. Strategi <i>Brand Personality</i> Komparasi Gambaran Umum dan <i>Best Practice</i> .....	207
Tabel 4.37. Faktor Internal dan Faktor Eksternal <i>Brand Identifier</i> di Pulau Bokori.....	210
Tabel 4.38. Hasil IFAS dan EFAS <i>Brand Identifier</i> .....	212
Tabel 4.39. Matriks SWOT <i>Brand Identifier</i> Pulau Bokori .....	216
Tabel 4.40. Strategi <i>Brand Personality</i> Komparasi Gambaran Umum dan <i>Best Practice</i> .....	218

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Pemetaan Stakeholder.....	32
Gambar 4.1. Peta Batas Wilayah Penelitian .....	58
Gambar 4.2. Kantor Informasi di Pulau Bokori .....	61
Gambar 4.3. Papan Petunjuk dan Informasi Pulau Bokori.....	61
Gambar 4.4. Kamar Mandi Umum di Pulau Bokori.....	62
Gambar 4.5. Musholla di Pulau Bokori.....	62
Gambar 4.6. <i>Cottage</i> atau Villa di Pulau Bokori.....	63
Gambar 4.7. Panggung Seni di Pulau Bokori .....	63
Gambar 4.8. Restoran di Pulau Bokori.....	64
Gambar 4.9. Gazebo di Pulau Bokori.....	64
Gambar 4.10. Menara Pemantau di Pulau Bokori .....	65
Gambar 4.11. Jaringan Air Bersih di Pulau Bokori.....	66
Gambar 4.12. Jaringan Listrik di Pulau Bokori.....	66
Gambar 4.13. Persampahan di Pulau Bokori.....	67
Gambar 4.14. Penerangan di Pulau Bokori .....	67
Gambar 4.15. Dermaga Penyeberangan Pulau Bokori .....	68
Gambar 4.16. Peta Lokasi Penyeberangan .....	69
Gambar 4.17. Brosur Pulau Bokori .....	72
Gambar 4.17. Posisi Strategi <i>Brand Positioning</i> pada Diagram Cartesius SWOT.....	186
Gambar 4.18. Posisi Strategi <i>Brand Personality</i> pada Diagram Cartesius SWOT.....	202
Gambar 4.19. Posisi Strategi <i>Brand Identifier</i> pada Diagram Cartesius SWOT.....	214

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. Kerangka Berpikir .....	7
Bagan 3.1. Skema Tahapan Penelitian .....	55

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terbesar di dunia yang terdiri dari 17.499 pulau dari Sabang hingga Merauke dengan total luas wilayah Indonesia adalah 7,81 juta km<sup>2</sup> yang terdiri dari 2,01 juta km<sup>2</sup> daratan, 3,25 juta km<sup>2</sup> lautan dan 2,55 juta km<sup>2</sup> Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) ([www.bphn.go.id](http://www.bphn.go.id)). Dengan kondisi geografis Indonesia tentunya kaya akan potensi, salah satunya daya tarik wisata alam yang terbagi menjadi 2 (dua) yaitu potensi wilayah perairan laut dan wilayah daratan. Indonesia memiliki berbagai macam potensi daya tarik wisata, seperti yang termuat dalam RIPPARNAS Tahun 2010-2025 tentang Pembangunan Daya Tarik Wisata yaitu pembangunan daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya dan daya tarik wisata hasil buatan manusia (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011).

Provinsi Sulawesi Tenggara merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki pulau-pulau kecil dengan potensi yang beragam. Salah satu potensi wisata alam kepulauan yang dimiliki Provinsi Sulawesi Tenggara adalah Wakatobi. Selain Wakatobi sebagai daya tarik wisata kepulauan, Pulau Bokori juga memiliki potensi pariwisata kepulauan yang terletak di Kabupaten Konawe. Hal inilah yang memicu pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara untuk terus melakukan pengembangan terhadap destinasi pariwisata yang dimiliki Provinsi Sulawesi Tenggara.

Pulau Bokori memiliki potensi alam bawah laut yang beragam, dulunya Pulau Bokori merupakan perkampungan Suku Bajo yang bekerja sebagai nelayan ikan. Namun seiring bertambahnya penduduk, Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara pada pertengahan tahun 1980 dibawah pemerintahan Gubernur Alala mulai memindahkan penduduk pulau tersebut ke daratan sekitar Pulau Bokori. Kini penduduk yang dulu berdomisili di Pulau Bokori telah berkembang dan mendiami 5 (lima) desa yang

masuk dalam wilayah Kecamatan Soropia yaitu Desa Leppe, Desa Bajo Indah, Desa Mekar, Desa Bajoe dan Desa Bokori (BPS Provinsi Sulawesi Tenggara). Pulau Bokori sebenarnya sudah menjadi objek wisata bagi warga lokal di-era pemerintahan La Ode Kaimoeddin. Namun, pada awal tahun 2000 masyarakat yang tidak bertanggung jawab mulai merambah Pulau Bokori dan melakukan eksploitasi terhadap pasir dan batu karang di sekitar Pulau Bokori sehingga terjadi abrasi yang tak terkendali. Sejak itu Pulau Bokori nyaris tenggelam dan terlupakan, hanya ramai ketika tahun baru ataupun pesta nelayan. (Syahrudin Nurdin selaku Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara, 2017)

Saat ini, Pulau Bokori kembali menjadi destinasi wisata baru di Provinsi Sulawesi Tenggara sehingga Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara terus-menerus melakukan pengembangan terhadap destinasi wisata Pulau Bokori. Upaya pengembangan pariwisata tersebut dimuat dalam beberapa produk perencanaan di Provinsi Sulawesi Tenggara. Seperti dalam Perda Nomor 5 Tahun 2016 tentang RIPPARDA Provinsi Sulawesi Tenggara Tahun 2016-2031, Pulau Bokori ditetapkan sebagai Kawasan Pengembangan Pariwisata Daerah dalam Pembangunan Destinasi Pariwisata Provinsi Sulawesi Tenggara dan Kota Kendari.

Setelah lama terbengkalai, Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara dibawah komando Gubernur Nur Alam membangun Pulau Bokori kembali dengan tujuan sebagai destinasi wisata andalan Sulawesi Tenggara. Saat ini Pulau Bokori telah menjadi destinasi wisata baru Sulawesi Tenggara yang dilengkapi beberapa fasilitas wisata seperti adanya *cottage*, kamar mandi umum, air bersih, jaringan listrik, kantor informasi Pulau Bokori, hingga lapangan voli pantai yang menjadi fasilitas andalan Pulau Bokori. Hingga pada tahun 2015 langkah awal Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara untuk memperkenalkan Pulau Bokori kepada wisatawan lokal hingga mancanegara, pemerintah secara resmi meluncurkan Festival Bokori. Festival Bokori menjadi agenda rutin yang diadakan Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara setiap

tahunnya dan pernah terpilih menjadi lokasi Lomba Voli Pantai Nasional pada tahun 2015. (Kepala Dinas Pariwisata Sulawesi Tenggara, 2017)

Pulau Bokori diarahkan Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara sebagai destinasi wisata unggulan Sulawesi Tenggara (RIPPARDA Provinsi Sulawesi Tenggara Tahun 2016). Pulau Bokori yang memiliki luas wilayah  $\pm 8$  Ha yang terdiri dari 2 pulau yaitu Pulau A dan Pulau B, yang menawarkan potensi wisata bahari dengan berbagai keindahan alam yang masih alami. Keindahan alam tersebut misalnya hamparan pasir putih, ombak yang indah, hembusan angin yang sejuk, hingga jejeran pohon-pohon kelapa. Selain keindahan alam tersebut. Pulau Bokori juga memiliki kegunaan dengan mengutamakan kegiatan wisata sumber daya di atas laut dan dibawah laut seperti wisata pemancingan, *diving*, *snorkeling*, selancar, *jet ski*, dan lain sebagainya. (Syahrudin Nurdin selaku Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara, 2017)

Dengan adanya kebijakan mengenai Pulau Bokori sebagai destinasi wisata unggulan Sulawesi Tenggara, maka Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara melakukan pemasaran untuk memperkenalkan destinasi wisata Pulau Bokori kepada wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Pemasaran ini dilakukan karena Pulau Bokori memiliki berbagai macam daya tarik dan telah dilengkapi sarana dan prasarana pariwisata yang dapat menunjang kegiatan wisata di Pulau Bokori. Dalam kegiatan pemasaran atau memperkenalkan suatu destinasi wisata dapat dilakukan menggunakan konsep *branding* dengan tujuan memperkenalkan potensi destinasi menggunakan citra/ciri khas, keunikan, dan penggunaan logo/slogan yang dapat membedakan dengan destinasi wisata lain sehingga dapat dikenal oleh wisatawan. Saat ini, Pulau Bokori masih kurang dalam melakukan pemasaran seperti kurangnya citra yang diangkat dalam penggunaan *tagline*, logo dan identitas kawasan sebagai upaya memperkenalkan Pulau Bokori kepada wisatawan. Maka dari itu, diperlukan penelitian terkait strategi pengembangan pariwisata

menggunakan konsep *branding* di Pulau Bokori agar dapat memperkenalkan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan lokal hingga wisatawan mancanegara.

Dalam upaya *branding* suatu objek daya tarik tidak hanya berfokus pada unsur visualisasi produk dan atraksi wisata yang dikembangkan, namun membangun citra kawasan juga menjadi hal penting dalam melakukan upaya *branding* objek daya tarik wisata. Konsep *branding* pada suatu kawasan dilakukan dengan tujuan dapat memperkenalkan potensi daerah atau kawasan, salah satu caranya dengan menciptakan suatu identitas yang menjadi ciri khas atau citra kawasan tersebut yang membedakan dengan daerah lain. Konsep *Branding* dapat dilakukan sebagai strategi pengembangan pariwisata dengan melibatkan beberapa pihak-pihak yang terlibat langsung di pariwisata Pulau Bokori. Oleh karena itu, diperlukan langkah strategis dalam merancang pengembangan pariwisata Pulau Bokori sebagai destinasi wisata unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara yang sesuai dengan potensi yang dimiliki.

## **1.2 Rumusan Permasalahan**

Pulau Bokori telah direncanakan menjadi objek daya tarik wisata di Provinsi Sulawesi Tenggara dengan target dapat mengenalkan Pulau Bokori ke wisatawan lokal hingga wisatawan mancanegara. Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara juga sedang melakukan promosi sebagai upaya pengembangan wisata Pulau Bokori. Upaya *branding* yang dilakukan Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara masih belum optimal dan masih fokus terhadap pengembangan sarana prasarana pariwisata penunjang di Pulau Bokori. Dalam upaya *branding* suatu objek daya tarik tidak hanya berfokus pada unsur visualisasi produk dan atraksi wisata yang dikembangkan, namun membangun identitas dan citra kawasan juga menjadi hal penting dalam melakukan upaya *branding* objek daya tarik wisata. Konsep *branding* pada suatu kawasan dilakukan dengan tujuan dapat memperkenalkan potensi daerah atau kawasan, salah satu caranya dengan menciptakan suatu identitas yang menjadi ciri khas atau citra kawasan tersebut yang membedakan dengan daerah lain.

Sehingga berdasarkan rumusan masalah tersebut, pertanyaan yang diajukan peneliti adalah “*Bagaimana strategi pengembangan pariwisata Pulau Bokori menggunakan konsep Branding?*”

### **1.3 Tujuan dan Sasaran Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah merumuskan strategi pengembangan Pulau Bokori sebagai pariwisata unggulan berdasarkan konsep *branding*. Untuk mencapai tujuan tersebut maka sasaran yang harus dicapai adalah:

1. Mengidentifikasi karakteristik *branding* pariwisata di Pulau Bokori.
2. Mengidentifikasi faktor eksternal *branding* pariwisata di Pulau Bokori.
3. Merumuskan strategi pengembangan pariwisata di Pulau Bokori menggunakan konsep *Branding*.

### **1.4 Ruang Lingkup Penelitian**

#### **1.4.1 Ruang Lingkup Pembahasan**

Ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini adalah identifikasi pengembangan pariwisata menggunakan konsep *branding*. Dalam penelitian ini membahas mengenai karakteristik *branding* pariwisata, faktor eksternal *branding* pariwisata serta upaya *branding* yang telah dilakukan oleh objek wisata berdasarkan perspektif *stakeholder*.

#### **1.4.2 Ruang Lingkup Wilayah**

Ruang lingkup wilayah pada penelitian ini adalah kawasan yang memiliki potensi pariwisata di Pulau Bokori. Batasan wilayah studi penelitian ini adalah sebagai berikut.

- Sebelah Utara : Laut Banda dan Kab. Konawe
- Sebelah Selatan : Laut Banda
- Sebelah Timur : Laut Banda dan Kota Kendari
- Sebelah Barat : Laut Banda dan Kota Kendari

#### **1.4.3 Ruang Lingkup Substansi**

Pustaka yang digunakan adalah literature yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata, konsep *Branding*, dan metode-metode yang digunakan dalam penelitian.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat terhadap pengembangan ilmu Perencanaan Wilayah dan Kota. Dan dapat memberikan informasi mengenai Strategi Pengembangan Pariwisata di Pulau Bokori menggunakan Konsep *Branding*.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Manfaat untuk kepentingan praktis yaitu dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara dalam pengembangan pariwisata di Pulau Bokori Provinsi Sulawesi Tenggara.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang mengenai permasalahan dalam penelitian, rumusan permasalahan, tujuan dan sasaran penelitian, ruang lingkup penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **Bab II Tinjauan Pustaka**

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang digunakan pedoman dalam melakukan proses analisis dalam mencapai tujuan penelitian.

### **Bab III Metode Penelitian**

Bab ini menjelaskan mengenai konsep penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisa yang digunakan dalam penelitian.

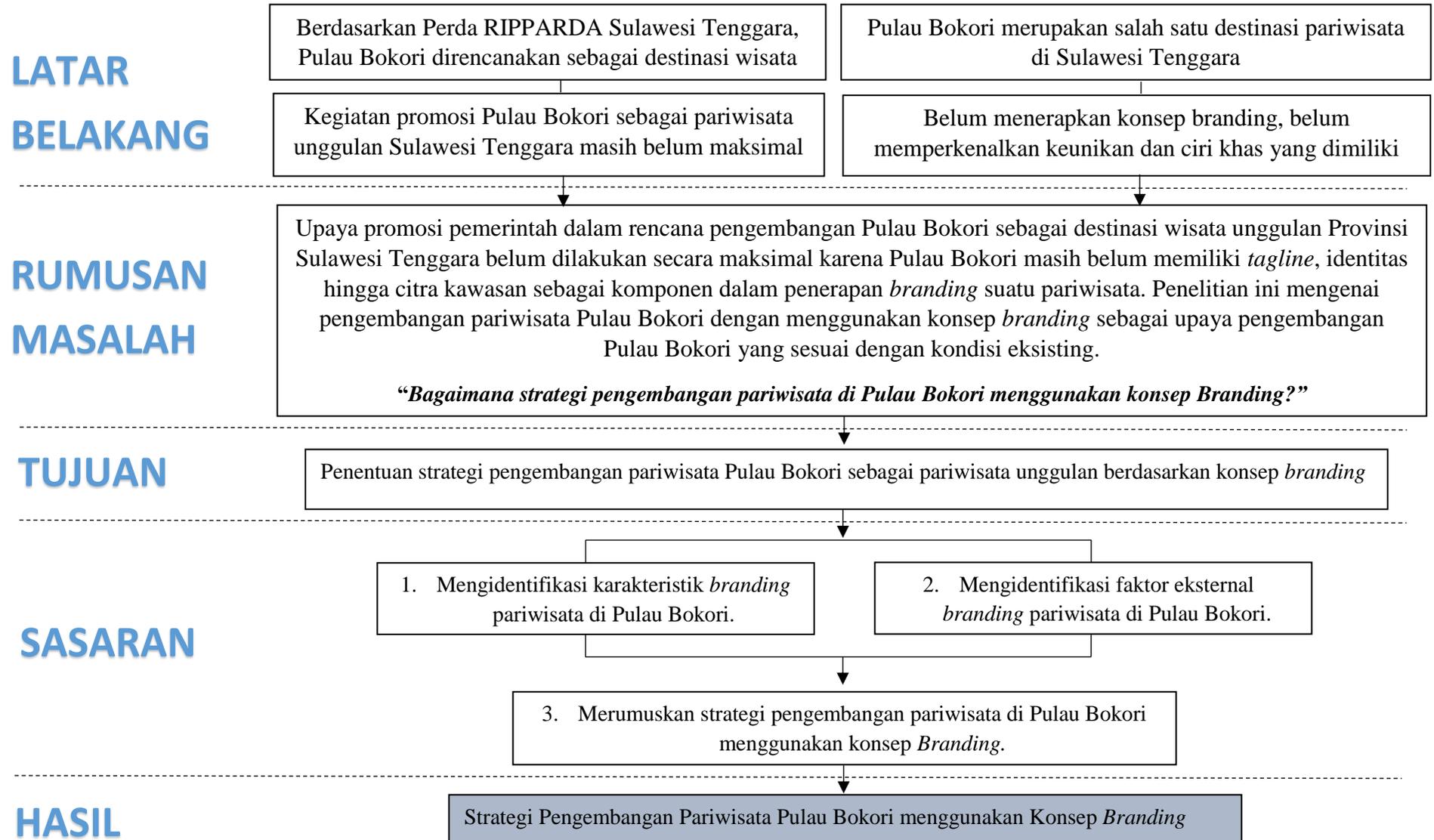
### **Bab IV Hasil dan Pembahasan**

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum wilayah penelitian dan pembahasan hasil analisa setiap sasaran untuk mencapai tujuan penelitian.

### **Bab V Kesimpulan dan Saran**

Bab ini merupakan penutup dari laporan penelitian yang berisi mengenai kesimpulan dari hasil pembahasan analisa penelitian yang telah dilakukan, dan memberikan rekomendasi mengenai permasalahan penelitian yang sudah dilakukan.

## 1.7 Kerangka Berpikir



**Bagan 1.1. Kerangka Berpikir**

Sumber : Analisa Penulis, 2018

*-Halaman ini sengaja dikosongkan-*

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pariwisata**

##### **2.1.1 Pengertian Pariwisata**

Menurut Yoeti (1982), pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diseleggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud untuk menikmati perjalanan guna rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beranekaragam. Sedangkan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Kemudian menurut Pitana dan Gayatri (2005), pariwisata adalah suatu aktivitas yang kompleks yang dapat dipandang sebagai suatu sistem yang besar, yang mempunyai berbagai komponen, seperti ekonomi, ekologi, politik, sosial, budaya, dan seterusnya.

Berdasarkan pendapat para ahli mengenai pengertian pariwisata, dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan yang bersifat sementara yang didukung berbagai fasilitas dan memiliki komponen didalamnya dengan tujuan memenuhi keinginan.

##### **2.1.2 Komponen Pariwisata**

Menurut (Inskeep, 1991:38), pariwisata memiliki komponen dasar yang didalamnya terdapat interaksi satu sama lain. Komponen-komponen tersebut yaitu atraksi atau kegiatan wisata, akomodasi, fasilitas atau pelayanan wisata, transportasi, infrastruktur dan kelembagaan. Atraksi atau kegiatan wisata merupakan berbagai macam kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, hingga keunikan atau kegiatan suatu daerah yang berhubungan dengan kegiatan wisata yang dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi sebuah objek wisata. Akomodasi yang dimaksud merupakan berbagai macam jenis

fasilitas seperti hotel fasilitas lainnya yang berhubungan dengan pelayanan yang ditujukan kepada wisatawan yang berniat untuk bermalam selama perjalanan wisata. Fasilitas atau pelayanan wisata merupakan semua fasilitas yang dibutuhkan dalam kawasan wisata, baik fasilitas wisata maupun fasilitas penunjang seperti restoran, toko cinderamata, toko kelontong, bank/ATM, hingga fasilitas keamanan. Transportasi merupakan akses dari dan menuju kawasan wisata yang menghubungkan atraksi utama wisata dan kawasan pembangunan dan semua jenis pelayanan yang berhubungan dengan transportasi darat, air maupun udara. Infrastruktur merupakan ketersediaan air bersih, listrik, saluran air kotor dan telekomunikasi yang menunjang kegiatan wisata. Kelembagaan merupakan lembaga yang memiliki wewenang dalam pembangunan dan pengelolaan kegiatan wisata, seperti perencanaan tenaga ahli, penyusunan organisasi wisata, kebijakan yang berhubungan dengan wisata, hingga pengambilan kebijakan penanaman modal di kawasan wisata.

Terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata yaitu (1) *Attraction* yang mengutamakan kegiatan wisata kekayaan alam, budaya hingga buatan seperti pameran kebudayaan dan seni pertunjukkan; (2) *Accessibilities* yang mencakup sistem transportasi menuju kawasan wisata diantaranya terminal, bandara, pelabuhan dan jalur/rute transportasi; (3) *Amenities* merupakan fasilitas penunjang maupun pendukung seperti akomodasi, rumah makan, dan fasilitas yang berhubungan dengan kegiatan wisata; (4) *Ancillary service* mencakup fasilitas pendukung wisata seperti rumah sakit, bank, hingga telekomunikasi; dan (5) *Intitutions* terkait peran serta dari masing-masing unsur yang berada didalam perencanaan dan kegiatan pariwisata. (Cooper et al, 1998)

Suatu objek wisata menurut Yoeti (1982), harus memiliki beberapa komponen yang dapat ditawarkan sebagai daya tarik wisata terhadap wisatawan yang berkunjung. Komponen tersebut yaitu *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*. Ketiga komponen tersebut harus dimiliki suatu objek wisata

dengan keunikan yang menjadikan objek wisata tersebut memiliki kesan terhadap wisatawan yang berkunjung.

Menurut Fandeli dalam Laksana dkk, Pariwisata harus memiliki daya tarik yang dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi sebuah objek wisata tertentu. Daya tarik wisata dibedakan menjadi 3 (tiga), yaitu (1) Daya Tarik Alam merupakan keunikan kekayaan alam yang dimiliki seperti laut, pesisir pantai, gunung, air terjun, hutan dan objek wisata lainnya yang masih alami; (2) Daya Tarik Budaya merupakan suatu tempat yang memiliki keunikan atau kekhasan budaya seperti Tana Toraja, Keraton Yogyakarta dan objek wisata budaya lainnya; dan (3) Daya Tarik Minat Khusus merupakan kegiatan mengunjungi objek wisata sesuai dengan minat wisatawan seperti wisata rohani, wisata olahraga, wisata kuliner, hingga wisata belanja.

**Tabel 2.1. Kajian Pustaka Komponen Pariwisata**

No	Sumber	Pokok Bahasan	Indikator	Variabel
1	Inskeep, 1991	Komponen dasar pariwisata yang didalamnya terdapat interaksi satu sama lain, yaitu: a. Atraksi atau kegiatan wisata b. Akomodasi c. Fasilitas atau pelayanan wisata d. Transportasi e. Infrastruktur f. Kelembagaan	Atraksi atau kegiatan wisata	Daya tarik wisata alam
				Daya tarik wisata budaya
				Daya tarik minat khusus
			Akomodasi	Hotel/Villa
			Fasilitas atau pelayanan wisata	Restoran
				Toko cinderamata
				Toko kelontong
				Bank/ATM
				Fasilitas keamanan
			Transportasi	Jenis transportasi
				Sarana transportasi
Infrastruktur	Ketersediaan air bersih			
	Ketersediaan jaringan listrik			

No	Sumber	Pokok Bahasan	Indikator	Variabel
				Ketersediaan saluran drainase
				Ketersediaan telekomunikasi
			Kelembagaan	Perencanaan tenaga ahli
				Organisasi wisata
				Kebijakan wisata
Penanaman modal wisata				
2	Cooper et al, 2017	Komponen yang harus dimiliki sebuah objek wisata, yaitu: a. <i>Attraction</i> b. <i>Accessibilities</i> c. <i>Amenities</i> d. <i>Ancillary service</i> e. <i>Institutions</i>	<i>Attraction</i>	Kekayaan alam atau budaya yang menjadi kegiatan wisata
			<i>Accessibilities</i>	Sistem transportasi, seperti bandara, pelabuhan, stasiun, terminal, dan jalur transportasi
			<i>Amenities</i>	Fasilitas akomodasi
				Fasilitas makanan
				Fasilitas hiburan/rekreasi
			<i>Ancillary service</i>	Fasilitas pendukung wisata seperti rumah sakit, bank, dan telekomunikasi
			<i>Institutions</i>	Peran dalam pengelolaan wisata
3	Yoeti, 1982	Komponen yang dapat ditawarkan objek	<i>Something to see</i>	Atraksi wisata
				Daya tarik wisata

No	Sumber	Pokok Bahasan	Indikator	Variabel
		wisata sebagai daya tarik, yaitu: a. <i>Something to see</i> b. <i>Something to do</i> c. <i>Something to buy</i>	<i>Something to do</i>	Fasilitas wisata dan fasilitas penunjang wisata
			<i>Something to buy</i>	Fasilitas perbelanjaan
4	Fandeli dkk, 2013	Objek wisata harus memiliki daya tarik wisata yang dapat menarik minat wisatawan,yaitu: a. Daya tarik wisata alam b. Daya tarik wisata budaya c. Daya tarik minat khusus	Daya tarik wisata alam Daya tarik wisata budaya Daya tarik minat khusus	

Sumber : Sintesa Penulis, 2018

Berdasarkan beberapa teori diatas, penulis mengambil kesimpulan bahwa indikator pada aspek komponen pariwisata yang relevan dengan penelitian ini adalah daya tarik wisata, sarana dan prasarana pariwisata, aksesibilitas objek wisata dan kelembagaan pengembangan wisata. Berikut ini variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

**Tabel 2.2. Indikator dan Variabel Komponen Pariwisata yang Relevan Dengan Penelitian**

Aspek	Sumber	Indikator yang digunakan	Variabel penelitian
Komponen pariwisata	Enskeep, 1991 Yoeti, 1982 Fandeli, 2013	Daya tarik wisata	Daya tarik wisata alam
			Daya tarik wisata budaya
			Daya tarik wisata minat khusus
	Yoeti, 1982 Enskeep, 1991	Prasarana dan sarana pariwisata	Prasarana penunjang wisata
			Sarana penunjang wisata

Aspek	Sumber	Indikator yang digunakan	Variabel penelitian
	Inskeep, 1991 Cooper et al, 2017	Aksesibilitas objek wisata	Jenis transportasi
			Prasarana transportasi
			Kondisi jalan menuju objek wisata
			Rute wisata
		Kelembagaan pengembangan wisata	Peran pemerintah
			Peran swasta
			Peran masyarakat

Sumber: Sintesa Penulis, 2018

## 2.2 Konsep Branding

*Branding* adalah sebuah upaya untuk memasarkan potensi sebuah tempat kepada daerah lain. Manajemen pemasaran didefinisikan sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran, dan mendapatkan, mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, penyampaian dan pengkomunikasian nilai yang unggul kepada pelanggan (Kotler dan Keller, 2009). Definisi ini adalah definisi luas dan umum dari pemasaran terutama karena Kotler (1969) berkeyakinan bahwa prinsip-prinsip umum dalam pemasaran akan berlaku untuk produksi, jasa, orang, dan tempat (destinasi wisata). Sedangkan dalam konteks pariwisata branding adalah rangkaian aktivitas pemasaran yang mencakup dukungan untuk menciptakan gambar grafis dengan tujuan untuk mengenali suatu destinasi, upaya komunikasi yang konsisten mengenai harapan atas pengalaman berkunjung ke destinasi yang dimaksud. Kemudian, menurut Peter (2009) Branding adalah representasi identitas destinasi yang dapat dikenali oleh konsumen.

### 2.2.1 Komponen Branding

Menurut Gelder (2003: 42), upaya *branding* bisa dilakukan dengan banyak cara, akan tetapi yang umum dilakukan yaitu dengan menentukan komponennya, yaitu *brand personality*, *brand positioning*, dan *brand identifiers*. *Brand Personality* merupakan salah satu sudut pandang terhadap suatu produk melalui identifikasi karakteristik suatu produk. Terdapat beberapa unsur dalam *Brand personality* yaitu citra yang melekat, sejarah produk,

visi dan misi, produk dan pelayanan, dan media promosi. *Brand Positioning* mencakup tentang bagaimana menunjukkan kelebihan dan perbedaan *brand* tersebut dengan *brand* lainnya atau *brand* pesaing. Sedangkan menurut Yoeti (2001), *brand positioning* adalah suatu strategi yang digunakan dalam pemasaran terpadu (*marketing mix*) yang bertujuan untuk menciptakan perbedaan (*different*), keuntungan, manfaat yang membuat wisatawan selalu ingat dan terkenang pada suatu objek wisata tertentu. Berikut ini elemen-elemen dalam *brand positioning* yaitu keunikan produk dan layanan, kegunaan yang spesifik, harga yang berbeda dengan objek wisata lainnya, dan kreativitas dan inovasi produk. Produk dan pelayanan/infrastruktur pariwisata merupakan hal yang penting dalam *brand positioning*. *Brand positioning* bertujuan untuk memberikan posisi atau kesan yang akan selalu diingat oleh konsumen terhadap suatu *brand* atau objek wisata. Sehingga produk dan pelayanan suatu objek wisata harus memiliki keunikan dan perbedaan dengan objek wisata lainnya agar dapat memberikan kesan kepada para wisatawan (Kotler, 2008).

*Brand Identifier* merupakan cara yang digunakan untuk menunjukkan identitas suatu produk/objek wisata sesuai dengan latar belakang, karakteristik hingga tujuan suatu *brand* tertentu. Berikut ini merupakan elemen-elemen dalam *brand identifiers* yaitu (1) Verbal yang terdiri dari adanya nama *brand* yang menjadi pokok terpenting dalam *branding* karena berhubungan dengan tema inti suatu produk dan adanya *tagline* yang menjadi salah satu atribut dalam identitas dengan menggambarkan *personality* dan *positioning* suatu *brand* yang terdiri dari satu kata atau lebih; (2) Visual yang terdiri dari logo atau tanda khusus yang didesain dan dapat menggambarkan identitas sebuah produk atau *brand* sebagai salah satu hal yang penting dalam pengenalan produk, kemasan produk/*brand*, dan identitas warna; (3) Teknologi pendukung, dan (4) Kerjasama dengan pihak ketiga.

Pendapat yang sejalan dengan pendapat Insch, yaitu menurut Moilanen dan Rainisto dalam Lestari (2016) mengemukakan tiga konsep dalam *branding* yakni : (1) Identitas yang didalam terdapat

tiga komponen dalam membangun identitas yaitu strategi, substansi, dan simbolik; (2) Komunikasi yang terdiri dari komunikasi primer, komunikasi sekunder, dan komunikasi tersier yang sebagai alat interaksi dalam kegiatan *branding*; (3) Citra atau *image* merupakan persepsi atau gambaran seseorang terhadap suatu objek.

**Tabel 2.3. Kajian Pustaka Komponen *Branding***

No	Sumber	Indikator	Variabel
1	Gelder, 2003	<i>Brand Personality</i>	Citra yang melekat
			Sejarah produk
			Visi dan misi
			Produk dan pelayanan
			Media promosi
		<i>Brand Positioning</i>	Keunikan produk dan layanan
			Kegunaan yang spesifik
			Harga yang berbeda dengan objek wisata lainnya
			Kreatifitas dan inovasi produk
		<i>Brand Identifier</i>	Nama <i>brand</i>
			Uraian produk
			Istilah
			<i>Tagline</i>
			Logo
			Kemasan
Identitas warna			
2	Moilanen dan Rainisto, 2016	Identitas	Strategi
			Substansi
			Simbolik
		Komunikasi	Komunikasi primer
			Komunikasi sekunder
			Komunikasi tersier
		Citra/ <i>image</i>	

**Tabel 2.4. Indikator dan Variabel Komponen *Branding* yang Relevan Dengan Penelitian**

Aspek	Sumber	Indikator yang digunakan	Variabel penelitian
Komponen <i>Branding</i>	Gelder (2003)	<i>Brand personality</i>	Citra yang melekat
			Media pemasaran
		<i>Brand positioning</i>	Keunikan yang dimiliki
			Kreatifitas dan inovasi
		<i>Brand identifiers</i>	Nama <i>brand</i>
			<i>Tagline</i>
			Logo

Sumber: Sintesa Penulis, 2018

### 2.2.2 Komparasi Teori Pariwisata dan Teori *Branding*

Berdasarkan hasil diskusi teori diatas, berikut ini merupakan komparasi teori pariwisata dan teori *branding* yang dilakukan untuk menentukan variabel yang digunakan dalam penelitian ini untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata Pulau Bokori menggunakan konsep *branding*.

#### 1. Brand Personality

*Brand Personality* merupakan bentuk sudut pandang konsumen atau pengunjung pariwisata yang memberikan kesan, gambaran atau cerita mengenai destinasi wisata yang dikunjungi. Sehingga sudut pandang tersebut dapat dibentuk dengan citra dan media promosi melalui potensi daya tarik yang dimiliki oleh destinasi wisata tersebut.

#### 2. Brand Positioning

*Brand positioning* merupakan strategi yang bertujuan untuk menciptakan perbedaan (*different*), keuntungan, manfaat yang membuat wisatawan selalu ingat dan terkenang pada suatu objek wisata tertentu. Sehingga diperlukan elemen-elemen yang dimiliki oleh destinasi wisata tersebut seperti keunikan daya tarik, keunikan sarana dan prasarana, keunikan aksesibilitas, hingga

kreatifitas dan inovasi yang diberikan kelembagaan pengembangan wisata.

3. Brand Identifier

*Brand Identifier* merupakan cara yang digunakan untuk menunjukkan identitas objek wisata sesuai dengan latar belakang, karakteristik hingga tujuan suatu *brand* tertentu. Elemen-elemen dalam brand identifier yaitu adanya nama/brand, logo, dan tagline yang menggambarkan identitas atau daya tarik yang dimiliki destinasi wisata.

Tabel 2.5. Komparasi Teori Komponen Pariwisata dan Komponen *Branding*

Komponen Pariwisata		Komponen <i>Branding</i>		
Indikator	Variabel	<i>Brand personality</i>	<i>Brand positioning</i>	<i>Brand identifiers</i>
		Citra yang melekat	Keunikan yang dimiliki	Nama brand <i>Tagline</i>
		Media pemasaran	Kreatifitas dan inovasi	Logo
Daya tarik wisata	Daya tarik wisata alam, wisata budaya, dan minat khusus	Citra yang melekat pada objek wisata	Keunikan daya tarik wisata alam Keunikan daya tarik wisata budaya	Ketersediaan Nama brand wisata
		Media promosi objek wisata	Keunikan wisata minat khusus	Ketersediaan logo wisata Ketersediaan <i>tagline</i> wisata
Prasarana dan sarana wisata	Prasarana penunjang wisata	-	Keunikan prasarana penunjang	-
	Sarana penunjang wisata	-	Keunikan sarana penunjang wisata	-
Aksesibilitas objek wisata	Jenis transportasi	-	Keunikan jenis transportasi	-

Komponen Pariwisata		Komponen Branding		
Indikator	Variabel	<i>Brand personality</i>	<i>Brand positioning</i>	<i>Brand identifiers</i>
		Citra yang melekat	Keunikan yang dimiliki	Nama brand
		Media pemasaran	Kreatifitas dan inovasi	Tagline Logo
	Prasarana transportasi	-	Keunikan prasarana transportasi	-
	Kondisi jalan menuju objek wisata	-	Keunikan kondisi jalan menuju objek wisata	-
	Rute wisata	-	Keunikan rute wisata	-
Kelembagaan pengembangan wisata	Peran pemerintah	-	Kreatifitas dan inovasi pemerintah	-
	Peran swasta	-	Kreatifitas dan inovasi swasta	-
	Peran masyarakat	-	Kreatifitas dan inovasi masyarakat	-

Sumber: Sintesa Penulis, 2018

## 2.3 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini antara lain oleh Laksana dkk dan Soraya dkk dengan uraian sebagai berikut:

### 1. Strategi Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta Melalui Branding

Dalam penelitian ini, peneliti membahas potensi pariwisata Kota Surakarta melalui kekayaan budaya yang sangat kental dan menjadi pusat kebudayaan Jawa. Pemerintah Kota Surakarta melakukan pengelolaan pariwisata agar dapat menggerakkan roda perekonomian. Sehingga untuk mencapai tujuan tersebut tentunya dibutuhkan perencanaan yang matang serta strategi yang tepat yaitu strategi *city branding* menjadi salah satu strategi yang tepat. Sehingga dengan upaya tersebut dapat memasarkan pariwisata Kota Surakarta memiliki peranan dalam pariwisata dan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Penelitian ini, peneliti memiliki dua sasaran yaitu (1) apa saja faktor-faktor penghambat dan pendukung dalam upaya pelaksanaan *branding*?, (2) bagaimana strategi pemasaran pariwisata di Kota Surakarta melalui *city branding*?

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan informasi yang selengkap mungkin mengenai strategi pemasaran pariwisata melalui upaya *city branding* yang dilakukan oleh pemerintah Kota Surakarta. Hasil penelitian ini meliputi pengembangan tempat dan aktivitas wisata, akomodasi, akses ke tujuan-tujuan wisata, sarana-sarana pendukung pariwisata, dan juga komunikasi pemasaran pariwisata yang efektif dan efisien. Selain itu, hasil penelitian ini juga mengungkap bahwa Kota Surakarta dalam menerapkan strategi *city branding* kurang terencana secara sistematis, sehingga *city branding* hanya dipahami secara sempit yakni hanya pada aspek visualisasi, sehingga program pengembangan produk pariwisata sedikit bertabrakan dengan konsep *city branding* yang telah dibentuk dari awal.

Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian ini adalah peneliti menggunakan wilayah yang berbeda dengan lingkup pariwisata yang lebih kecil dan belum menerapkan konsep *branding* sebelumnya sehingga dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep *branding* dalam menentukan strategi pengembangan pariwisata.

## 2. **Strategi Promosi Objek Wisata Pulau Bokori (pada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pariwisata dan ekonomi kreatif dalam kegiatan promosi serta untuk mengetahui efektifitas promosi objek wisata Pulau Bokori. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan minimnya informasi kepada wisatawan asing maupun lokal tentang keberadaan serta keunggulan objek wisata Pulau Bokori.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori bauran promosi dengan tehnik penentuan informan secara *Purposive sampling* dan data yang dikumpulkan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa efektifitas promosi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sulawesi Tenggara dalam usaha memperkenalkan objek wisata Pulau Bokori dengan cara membangun hubungan dalam mempromosikan satu gagasan dan produk objek wisata, melalui periklanan (*advertising*) diberbagi media massa, seperti media cetak, elektronik dan media personal.

Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian ini adalah peneliti menggunakan konsep *branding* dalam menentukan strategi pengembangan pariwisata seperti *brand personality*, *brand positioning*, dan *brand identifier*.

### 2.4 Best Practice Penelitian

Beberapa *best practice* yang digunakan peneliti sebagai masukan dalam menentukan hasil atau strategi dalam penelitian, dengan uraian sebagai berikut:

## 1. Penetapan Nilai Keberlanjutan sebagai *Brand Destinasi* (New Zealand)

New Zealand merupakan salah satu destinasi wisata yang telah memposisikan diri sebagai destinasi berbasis nilai keberlanjutan. New Zealand menetapkan *brand* nasional mereka sebagai "100% Pure", yang berarti bahwa semua produk yang dihasilkan oleh New Zealand adalah produk-produk yang alami. Destinasi-destinasi pariwisata di New Zealand juga mengangkat "kemurnian alam" sebagai nilai pembentuk keunikan mereka.



Gambar 2.1. Logo/Tagline 100% Pure New Zealand

## 2. Branding Pariwisata di Singapura

Strategi yang digunakan oleh Singapura untuk memasarkan destinasi wisatanya yaitu dengan dua cara yaitu: (1) *Telling great story of Singapore*, Singapura memberikan informasi atau cerita mengenai kemewahan/kehebatan potensi yang dimiliki, sehingga kesan positif dapat mencapai konsumen atau wisatawan. *Great story* tersebut tentunya *brand* sehingga diperlukan pembentuk *brand* dan pertimbangan bagaimana mereka dapat mengadopsi perspektif yang dimiliki setiap destinasi wisata di Singapura. (2) Memberikan apa yang wisatawan inginkan, untuk menarik perhatian wisatawan, Singapura membuat daya tarik wisata lebih atraktif dengan cara memperhatikan apa yang diinginkan oleh pengunjung.

## 2.5 Sintesa Kajian Pustaka

Berdasarkan uraian mengenai konsep pariwisata dan *branding*, maka dapat disarikan menjadi poin-poin penting berikut:

- Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang bersifat sementara yang didukung berbagai fasilitas dan memiliki komponen didalamnya dengan tujuan memenuhi keinginan.
- *Branding* adalah sebuah upaya untuk mempromosikan identitas suatu destinasi wisata agar dapat dikenal oleh masyarakat luas dengan tujuan memberikan keuntungan bagi beberapa pihak terkait seperti pemerintah, swasta hingga masyarakat setempat dengan memperhatikan komponen-komponen penting yang dimiliki konsep *branding*.

**Tabel 2.6. Sintesa Pustaka Penelitian**

Aspek	Indikator yang digunakan	Variabel Penelitian
Komponen <i>Branding</i> Pariwisata	<i>Brand Personality</i>	Citra yang melekat pada objek wisata
		Media promosi objek wisata
	<i>Brand Positioning</i>	Keunikan daya tarik wisata alam
		Keunikan daya tarik wisata budaya
		Keunikan wisata minat khusus
		Keunikan prasarana penunjang
		Keunikan sarana penunjang wisata
		Keunikan aksesibilitas wisata
		Kreatifitas dan inovasi pemerintah
		Kreatifitas dan inovasi swasta

Aspek	Indikator yang digunakan	Variabel Penelitian
		Kreatifitas dan inovasi masyarakat
	<i>Brand Identifiers</i>	Ketersediaan Nama brand wisata
		Ketersediaan logo wisata
		Ketersediaan <i>tagline</i> wisata

*Sumber: Sintesa Penulis, 2018*

***-Halaman ini sengaja dikosongkan-***

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian ini menggunakan konsep rasionalisme. Pendekatan rasionalisme berarti pendekatan yang bersumber pada teori dan kebenaran yang berdasarkan p. ada empiri sensual, etik, logik, dan menganggap suatu sebagai yang nyata bila ada koherensi antara empiri dengan skema rasional. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Bokori menggunakan Konsep *Branding*.

### **3.2 Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang merupakan jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif: ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang (subjek) itu sendiri (Strauss dalam Sugiyono, 2016: 15). Metode analisis kualitatif tersebut digunakan untuk mendeskripsikan, menginterpretasikan sesuatu mengenai kondisi, hubungan, pendapat, akibat dan efek yang sedang berlangsung. Adapun materi atau bahan yang digunakan dalam penelitian ini dapat diperoleh melalui observasi partisipan, wawancara maupun pengumpulan dokumen-dokumen yang relevan.

### **3.3 Variabel Penelitian**

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, didapatkan variabel-variabel penelitian yang akan digunakan untuk mencapai sasaran yang akan ditetapkan dalam penelitian ini. Adapun variabel yang digunakan merupakan variabel yang dianggap relevan dengan penelitian. Setiap variabel penelitian memiliki definisi operasional yang dibuat oleh peneliti. Berikut ini definisi variabel dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.1. Indikator, Variabel, dan Defnisi Operasional

Sasaran Penelitian	Indikator yang Digunakan	Variabel Penelitian	Definisi Operasional
1. Mengidentifikasi karakteristik pembentuk komponen <i>branding</i> Pulau Bokori	<i>Brand personality</i>	Citra yang melekat pada objek wisata	Kegiatan atau potensi wisata yang ditonjolkan objek wisata
		Media pemasaran objek wisata	Jenis media yang digunakan dalam pemasaran objek wisata
	<i>Brand positioning</i>	Keunikan daya tarik wisata alam	Jenis kegiatan dan potensi alam yang menjadi keunikan daya tarik objek wisata
		Keunikan daya tarik wisata budaya	Jenis kegiatan dan potensi budaya yang menjadi keunikan daya tarik objek wisata
		Keunikan wisata minat khusus	Jenis kegiatan dan potensi yang menjadi keunikan daya tarik objek wisata
		Keunikan prasarana penunjang pariwisata	Ketersediaan dan keunikan prasarana penunjang pariwisata yang menjadi keunikan objek wisata dibandingkan dengan objek wisata lainnya

Sasaran Penelitian	Indikator yang Digunakan	Variabel Penelitian	Definisi Operasional
		Keunikan sarana penunjang pariwisata	Ketersediaan dan keunikan prasarana penunjang pariwisata yang menjadi keunikan objek wisata dibandingkan dengan objek wisata lainnya
		Keunikan aksesibilitas transportasi objek wisata	Jenis dan keunikan aksesibilitas transportasi jalan yang digunakan menuju objek wisata dan menghubungkan dengan sejumlah objek wisata lainnya yang menjadi keunikan
		Kreatifitas dan inovasi peran pemerintah	Kreatifitas dan inovasi pihak pemerintah dalam pengembangan objek wisata
		Kreatifitas dan inovasi peran swasta	Kreatifitas dan inovasi dalam keterlibatan pihak swasta untuk pengembangan objek wisata
		Kreatifitas dan inovasi peran masyarakat	Kreatifitas dan inovasi keterlibatan masyarakat terhadap pengembangan objek wisata

Sasaran Penelitian	Indikator yang Digunakan	Variabel Penelitian	Definisi Operasional
	<i>Brand identifier</i>	Ketersediaan Nama brand wisata	Nama <i>brand</i> yang dimiliki Pulau Bokori sebagai identitas yang membedakan dengan objek wisata kepulauan lainnya
		Ketersediaan logo wisata	Logo yang dimiliki Pulau Bokori sebagai tanda pengenal yang membedakan dengan objek wisata kepulauan lainnya
		Ketersediaan <i>tagline</i> wisata	<i>Tagline</i> yang digunakan sebagai penanda dan identitas wisata Pulau Bokori
2. Mengidentifikasi faktor eksternal pembentuk komponen <i>branding</i> Pulau Bokori	Menggunakan variabel yang sama dengan sasaran 1		
3. Merumuskan strategi pengembangan pariwisata di Pulau Bokori menggunakan Konsep <i>Branding</i>	Hasil Sasaran 1 dan Hasil Sasaran 2		

*Sumber: Analisa Penulis, 2018*

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2016), populasi merupakan wilayah keseluruhan yang terdiri dari subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan keseluruhan aspek yang berada dalam lingkup wisata Pulau Bokori yakni stakeholder yang terlibat dalam pengembangan kawasan wisata seperti pemegang kebijakan atau pemerintah, pihak masyarakat sebagai pengelola yang merasakan dampak dari kegiatan wisata.

#### **3.4.2 Sampel**

Metode pengambilan sampel atau teknik sampling merupakan salah satu hal yang penting dalam melakukan penelitian. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan tujuan penelitian yang spesifik terhadap narasumber atau stakeholder penelitian. *Purposive sampling* digunakan untuk memilih kasus-kasus unik yang bersifat informatif dengan menggunakan keputusan (*judgement*) para ahli atau stakeholder (Babbie, dalam Sugiyono 2016:85). Metode ini digunakan karena dianggap berkompeten dan berpengaruh pada hasil akhir penelitian dengan menggunakan alat analisa stakeholder yang relevan dengan penelitian.

Dalam memilih sampel pada penelitian ini, dibutuhkan stakeholder terkait guna memudahkan pengambilan data yang mendukung dalam penelitian ini sehingga peneliti terlebih dahulu melakukan analisis *stakeholder* untuk menentukan stakeholder yang memiliki pengaruh dalam pengembangan wilayah studi. Adapun analisis stakeholder yang digunakan untuk menentukan responden penelitian dalam sasaran 1 dan 2. Adapun responden yang digunakan dalam sasaran 3 yaitu dengan menggunakan responden yang sama dengan sasaran 1 dan 2, yang kemudian menggunakan expert/ahli atau akademisi yang sesuai dengan

penelitian. Dalam melakukan analisis stakeholder terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan untuk mendapatkan stakeholder kunci, yaitu:

1. Mengidentifikasi stakeholder yang terlibat. Dalam tahap ini dilakukan dengan cara studi literatur yang berkaitan dengan studi kasus dalam penelitian ini.
2. Mengidentifikasi stakeholder yang memiliki pengaruh dan kepentingan dalam penelitian ini.
3. Melakukan penilaian besar pengaruh dan tingkat kepentingan masing-masing stakeholder dengan pembobotan. Dalam melakukan pembobotan ini, peneliti menggunakan skala likert dengan skala 1-5.

	Pengaruh Rendah	Pengaruh Tinggi
Kepentingan Rendah	Kelompok stakeholder yang prioritasnya paling rendah	Kelompok yang bermanfaat untuk merumuskan atau menjembatani keputusan dan opini
Kepentingan Tinggi	Kelompok stakeholder yang penting namun masih perlu pemberdayaan	Kelompok stakeholder yang paling kritis

**Gambar 3.1. Pemetaan Stakeholder**

*Sumber: UNCHS dalam Sugiarto, 2009*

Stakeholder dalam penelitian ini terdiri dari empat kelompok yaitu pemerintah, masyarakat, swasta, dan akademisi seperti yang terlihat pada **tabel 3.2**. Proses pemilihan stakeholder menggunakan analisis stakeholder dapat dilihat pada **tabel 3.3** dan **tabel 3.4** dibawah ini.

**Tabel 3.2. Kelompok Stakeholder Penelitian**

<b>Kelompok Stakeholder</b>	<b>Responden Penelitian</b>	<b>Alasan Pemilihan</b>
Pemerintah	Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara	Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara merupakan pihak yang memiliki pengetahuan tentang kondisi pariwisata di Pulau Bokori
	Pengelola Pulau Bokori	Pemerintah sebagai pengelola Pulau Bokori yang terlibat langsung dalam kegiatan sehari-hari Pulau Bokori
Masyarakat	Kelompok Sadar Wisata Pulau Bokori	Masyarakat sebagai kelompok sadar wisata Pulau Bokori yang terlibat langsung dalam beberapa kegiatan di Pulau Bokori
Swasta	Abdillah Travel and Tour/ASITA	Pihak swasta atau biro perjalanan yang menyediakan paket wisata Pulau Bokori kepada wisatawan
Akademisi	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo	Akademisi sebagai pihak yang memiliki keahlian mengenai teori <i>branding</i> dan mengetahui kondisi Pulau Bokori (Akademisi sebagai <i>expert</i> dalam penilaian faktor-faktor yang ditemukan dalam penelitian)

*Sumber: Analisa Penulis, 2018*

**Tabel 3.3. Dampak, Kepentingan, dan Pengaruh Stakeholder**

Stakeholder	Kepentingan Stakeholder	Pengaruh Stakeholder Terhadap Kegiatan Pengembangan Pulau Bokori	Dampak Pengembangan Pulau Bokori Terhadap Kepentingan (+) (0) (-)	Kepentingan Stakeholder Terhadap Pengembangan Pulau Bokori (1-5)	Pengaruh Stakeholder Terhadap Pengembangan Pulau Bokori (1-5)
<b>Pemerintah</b>					
Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara	Sesuai arahan peraturan Gubernur Sulawesi Tenggara, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara berwenang pada bidang pengembangan pariwisata	Merumuskan kebijakan dan pengembangan pariwisata, mampu meningkatkan potensi objek daya tarik pariwisata, serta mampu mendorong partisipasi masyarakat dalam pengembangan destinasi pariwisata	+	5	5
	Staff pemerintah Dinas Pariwisata yang menjadi pengelola Pulau Bokori	Sebagai pihak yang mengetahui mengenai pengelolaan Pulau Bokori, serta	+	5	5

<b>Stakeholder</b>	<b>Kepentingan Stakeholder</b>	<b>Pengaruh Stakeholder Terhadap Kegiatan Pengembangan Pulau Bokori</b>	<b>Dampak Pengembangan Pulau Bokori Terhadap Kepentingan (+) (0) (-)</b>	<b>Kepentingan Stakeholder Terhadap Pengembangan Pulau Bokori (1-5)</b>	<b>Pengaruh Stakeholder Terhadap Pengembangan Pulau Bokori (1-5)</b>
		kegiatan wisata Pulau Bokori yang menjadi daya tarik wisata			
<b>Masyarakat</b>					
Kelompok Sadar Wisata Pulau Bokori	Pihak masyarakat yang terlibat dalam aktivitas wisata sehari-hari	Sebagai pihak yang memiliki keterlibatan dan terdampak langsung dengan adanya kegiatan wisata di Pulau Bokori	+	3	4
<b>Swasta</b>					
Abdillah Travel and Tour	Pihak yang terlibat dalam kegiatan pemasaran dan wisata	Sebagai pelaku yang terlibat dalam kegiatan pemasaran pariwisata Pulau Bokori	+	2	3
<b>Akademisi</b>					
Fakultas Ekonomi dan	Pihak yang mengetahui	Sebagai pihak yang memiliki keahlian	0	2	2

Stakeholder	Kepentingan Stakeholder	Pengaruh Stakeholder Terhadap Kegiatan Pengembangan Pulau Bokori	Dampak Pengembangan Pulau Bokori Terhadap Kepentingan (+) (0) (-)	Kepentingan Stakeholder Terhadap Pengembangan Pulau Bokori (1-5)	Pengaruh Stakeholder Terhadap Pengembangan Pulau Bokori (1-5)
Bisnis Universitas Halu Oleo	mengenai kegiatan pemasaran	mengenai komponen <i>branding</i>			

*Sumber: Analisa Penulis, 2018*

**Keterangan:**

**Dampak yang Diperoleh**

**Berdasarkan Kepentingannya:**

+ : Dampak positif

0 : Tidak ada dampak yang diberikan

- : Dampak yang cenderung negatif

**Tingkat kepentingan stakeholder:**

1: Kecil/tidak penting

2 : Agak penting

3 : Penting

4 : Sangat penting

5 : Program yang sangat tergantung padanya

**Pengaruh aktivitas stakeholder:**

1: Kecil/tidak ada pengaruh

2 : Agak berpengaruh

3 : Berpengaruh

4 : Sangat berpengaruh

5 : Sangat berpengaruh sekali

Dari identifikasi stakeholder tersebut, berikut ini hasil pemetaan stakeholder berdasarkan pengaruh dan kepentingannya.

**Tabel 3.4. Pemetaan Stakeholder Berdasarkan Pengaruh dan Kepentingannya**

Tingkat Kepentingan Stakeholder	Pengaruh Aktivitas Stakeholder					
	0	1	2	3	4	5
0						
1			Akademisi Universitas Halu Oleo	Abdillah Tour and Travel		
2					Kelompok Sadar Wisata Bajo Bokori	
3						
4						
5						<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara</li> <li>2. Staff Pemerintah Dinas Pariwisata sebagai pengelola Pulau Bokori</li> </ol>

*Sumber: Analisa Penulis, 2018*

**Keterangan :**



: Stakeholder Kunci

*-Halaman ini sengaja dikosongkan-*

Setelah melakukan identifikasi stakeholder, selanjutnya dilakukan penentuan kriteria responden agar responden yang menjadi narasumber sesuai dengan kebutuhan penelitian. Berikut ini merupakan kriteria responden yang harus dipenuhi.

**Tabel 3.5. Kriteria Responden Penelitian**

No	Stakeholder	Kriteria Informan
Pemerintah	Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laki-laki atau Perempuan</li> <li>• Merupakan pengambil keputusan dalam perumusan kebijakan terkait Pulau Bokori</li> <li>• Memiliki pemahaman mengenai perencanaan dan pengembangan pariwisata di Pulau Bokori</li> <li>• Mengetahui sejarah atau cerita terkait Pulau Bokori</li> </ul>
	Pengelola wisata Pulau Bokori	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laki-laki atau Perempuan</li> <li>• Menjabat sebagai pengelola Pulau Bokori dalam kurun waktu 2 bulan terakhir</li> <li>• Mengetahui program / rencana pengembangan dan kegiatan promosi Pulau Bokori</li> <li>• Mengetahui pihak yang berwenang dalam pengelolaan Pulau Bokori</li> </ul>
Masyarakat	Kelompok Sadar Wisata Bajo Bokori	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laki-laki atau Perempuan</li> <li>• Menjabat sebagai ketua atau anggota kelompok sadar wisata Pulau Bokori dalam kurun waktu 2 bulan terakhir</li> <li>• Mengetahui program/rencana pengembangan dan kegiatan promosi Pulau Bokori</li> <li>• Mengetahui pihak yang berwenang dalam pengelolaan Pulau Bokori</li> <li>• Mengetahui kegiatan pariwisata sehari-hari di Pulau Bokori</li> </ul>

No	Stakeholder	Kriteria Informan
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merupakan pihak yang terkena dampak dari adanya kegiatan pariwisata di Pulau Bokori</li> <li>• Mengetahui cerita/sejarah Pulau Bokori</li> </ul>
Swasta	Abdillah Tour and Travel/ASITA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laki-laki atau Perempuan</li> <li>• Merupakan pemilik atau staff biro perjalanan wisata yang menyediakan paket wisata ke Pulau Bokori</li> <li>• Mengetahui dan terlibat dalam kegiatan promosi Pulau Bokori</li> <li>• Melakukan perjalanan atau kunjungan ke Pulau Bokori minimal pada 2 bulan terakhir</li> <li>• Mengetahui kegiatan pariwisata sehari-hari di Pulau Bokori</li> </ul>
Akademisi	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laki-laki atau Perempuan</li> <li>• Merupakan dosen atau akademisi Perguruan Tinggi di Provinsi Sulawesi Tenggara</li> <li>• Mengetahui kondisi Pulau Bokori minimal 2 bulan terakhir</li> <li>• Merupakan pihak yang memiliki keahlian mengenai teori <i>branding</i> sehingga dapat memberikan penilaian mengenai kondisi <i>branding</i> di Pulau Bokori</li> </ul>

Sumber: Analisa Penulis, 2018

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara survei primer dan survei sekunder.

### 3.5.1 Metode Pengumpulan Data Primer

Survei primer ini bertujuan untuk memperoleh informasi terkait informasi *branding* pengembangan pariwisata Pualu Bokori. Data primer merupakan data yang diperoleh dari pengamatan langsung di lapangan dan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan pengisian kuesioner oleh responden yang telah dipilih melalui analisis stakeholder sesuai dengan kepentingan dan pengaruhnya terhadap penelitian ini. Metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner, wawancara dan observasi.

1. Metode observasi merupakan proses untuk mendapatkan deskripsi atau gambaran terbaru mengenai pengembangan pariwisata Pulau Bokori menggunakan konsep *branding*.
2. Metode wawancara merupakan proses pengumpulan data melalui interaksi langsung antara pewawancara dan stakeholder terpilih dengan mengajukan pertanyaan mendalam yang sesuai dengan variabel *branding* pariwisata di Pulau Bokori. Dalam proses wawancara juga didukung oleh hasil observasi sebelumnya yang dapat digunakan sebagai alat bantu dalam penggalian informasi.
3. Metode kuesioner merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan penilaian bobot dan rating mengenai faktor yang mempengaruhi pengembangan kawasan yang dilakukan oleh *stakeholder*. Kuisisioner ini berisi faktor-faktor yang mempengaruhi *branding* di Pulau Bokori.

Berikut ini adalah tabel pengumpulan data primer dan sumber data yang diperlukan.

**Tabel 3.6. Metode Pengumpulan Data**

No.	Sasaran	Perolahan Data	Sumber Data	Teknik Pengambilan Data	Output
1.	Mengidentifikasi karakteristik <i>branding</i> pariwisata Pulau Bokori	Karakteristik <i>branding</i> pariwisata Pulau Bokori	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara</li> <li>• Pengelola Pulau Bokori</li> <li>• Kelompok Sadar Wisata Bajo Bokori</li> <li>• Abdillah Tour and Travel</li> </ul>	Wawancara secara mendalam ( <i>in-depth interview</i> )	a. Transkrip wawancara b. Peta
2.	Mengidentifikasi faktor eksternal <i>branding</i> pariwisata Pulau Bokori	Faktor eksternal <i>branding</i> pariwisata Pulau Bokori			Transkrip wawancara
3.	Merumuskan strategi pengembangan pariwisata Pulau Bokori menggunakan konsep <i>branding</i>	Menjelaskan bentuk strategi pengembangan pariwisata Pulau Bokori	Tabulasi informasi yang didapatkan dari transkrip wawancara	Transkrip wawancara dan kuesioner	Strategi pengembangan pariwisata Pulau Bokori menggunakan

No.	Sasaran	Perolahan Data	Sumber Data	Teknik Pengambilan Data	Output
		menggunakan konsep <i>branding</i>	narasumber dan kuesioner <i>stakeholder</i> dan <i>expert</i>		konsep <i>branding</i>

*Sumber: Analisa Penulis, 2018*

*-Halaman ini sengaja dikosongkan-*

### 3.5.2 Metode Pengumpulan Sekunder

Metode survey sekunder/ literatur juga dilakukan dalam penelitian ini untuk pengumpulan data dan memperkuat informasi mengenai daerah penelitian. Adapun metode pengumpulan data sekunder:

1. **Survei instansi**, pada penelitian ini dilakukan dengan tujuan pelengkap dan penguat data dan informasi, adapun relevansi pada instansional yang terkait adalah Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara.
2. **Studi literature**, pada penelitian ini dilakukan dengan meninjau isi dari literatur yang bersangkutan dengan tema penelitian antara lain artikel, buku, jurnal ilmiah, laporan kementerian pariwisata dan tugas akhir. Survei ini dilakukan dengan merangkup, dan memahami referensi tentang karakteristik pengembangan pariwisata.

**Tabel 3.7. Jenis Data dan Cara Perolehan Data Sekunder**

Jenis Data	Teknik Survei	Instansi Penyedia Data
RIPARDA Provinsi Sulawesi Tenggara	Survei Sekunder	Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara
Jumlah pengunjung Pulau Bokori	Survei Sekunder	Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara
Masterplan Pulau Bokori	Survei Sekunder	Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara

*Sumber: Analisa Penulis, 2018*

### 3.6 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan Teknik *Content Analysis* untuk sasaran 1 dan sasaran 2, dan analisis SWOT untuk sasaran 3. Berikut uraian teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

#### 3.6.1 Mengidentifikasi karakteristik *branding* pariwisata di Pulau Bokori

Untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal *branding* pariwisata Pulau Bokori maka dilakukan *Content Analysis* (CA). Dalam penelitian ini, Teknik *content analysis*

merupakan analisa yang mengandalkan kode-kode yang ditemukan dalam sebuah teks perekaman data selama wawancara dilakukan dengan subjek di lapangan. *Content analysis* memiliki 3 syarat utama yaitu: objektivitas, pendekatan sistematis dan generalisasi. Berikut ini merupakan tahapan dalam melakukan *content analysis* menurut Bungin (2008).

1. Pengunitan/Pengelompokkan  
Pada tahap ini dilakukan penentuan informasi yang dibutuhkan dalam mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal *branding* pariwisata Pulau Bokori menggunakan transkrip wawancara dengan metode analisis dan variabel yang telah ditentukan peneliti. Penentuan informasi dalam tahap ini juga dapat diperoleh dari observasi.
2. *Sampling* (Pembatasan Penelitian)  
Kemudian peneliti melakukan analisis pada keseluruhan hasil informasi yang didapatkan dari stakeholder yang representatif. Untuk menentukan sampel penelitian maka digunakan analisis stakeholder yang telah dilakukan sebelumnya.
3. *Coding* (Pengkodean)  
Pada tahap ini, peneliti menyusun kode-kode pada narasi teks yang telah diunitkan peneliti berdasarkan sub variabel yang telah ditentukan sebelumnya. Pemberian kode bertujuan memudahkan dalam pemahaman pertanyaan penelitian yaitu faktor internal dan faktor eksternal *branding* pariwisata Pulau Bokori.  
Pada tahap *coding*, peneliti melakukan *coding* dari hasil wawancara dengan memberikan *coding* berupa warna atau huruf dalam tabel transkrip. *Coding* diberikan pada setiap narasumber dan variabel yang telah ditentukan.
4. *Reducing Data* (Penyederhanaan)  
Tahap ini merupakan proses pengelompokkan unit atau sub variabel untuk menampilkan data secara efisien.
5. Pemahaman

Tahap pemahaman bertujuan untuk menentukan kesimpulan dari hasil penyederhanaan sehingga setelah melihat frekuensi unit yang mengidentifikasi hal yang sama dapat diklasifikasikan pengaruhnya. Sehingga dapat diperoleh faktor internal dan faktor eksternal *branding* pariwisata di Pulau Bokori.

### **3.6.2 Mengidentifikasi faktor eksternal pembentuk komponen *branding* di Pulau Bokori**

Metode analisis yang digunakan dalam menentukan faktor eksternal pembentuk komponen *branding* di Pulau Bokori adalah *Content Analysis*. *Content Analysis* adalah teknik analisa yang berfungsi untuk merekam dan menganalisis keberadaan kalimat dan konsep secara spesifik dalam sebuah sampel teks yang sifatnya *replicable* dan valid (Supriharjo et al, 2013).

*Content Analysis* memiliki berapa tahapan analisis yang dimulai dengan menentukan responden/stakeholder yang kompeten untuk digali informasinya kemudian menentukan pertanyaan-pertanyaan, lalu mewawancarai responden terkait pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan. Setelah wawancara selesai dan jawaban mengenai faktor eksternal pengembangan pariwisata Pulau Bokori didapatkan, maka setelah didapatkan, hasil dilakukan pencatatan konteks dan istilah-istilah yang penting. Kemudian dilakukan *coding* berdasarkan hasil pencatatan atau pengelompokkan istilah-istilah penting dalam sub variabel faktor eksternal pengembangan *branding* pariwisata Pulau Bokori. Setelah melakukan *coding*, peneliti melakukan penyederhanaan dengan cara menampilkan hasil dengan cara efisien dan memiliki ciri. Setelah itu dilakukan klasifikasi berdasarkan tahapan-tahapan yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga dapat diperoleh hasil yaitu faktor eksternal pengembangan pariwisata Pulau Bokori menggunakan konsep *branding*.

### **3.6.3 Merumuskan strategi pengembangan pariwisata di Pulau Bokori menggunakan konsep *branding***

Pada sasaran 3 yaitu merumuskan strategi pengembangan pariwisata Pulau Bokori peneliti menggunakan konsep *branding*

dengan melakukan teknik analisis SWOT. Menurut Sondang P. Siagian (2000), SWOT merupakan akronim untuk kata-kata *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) dalam pengembangan pariwisata melalui konsep *branding*. Dalam analisis ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan peluang, dan mengetahui kelemahan dan ancaman dalam pengembangan pariwisata Pulau Bokori menggunakan konsep *branding*. Adapun tahapan dalam analisis SWOT adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Pada tahap ini merupakan tahap pengumpulan data. Kegiatan pertama yang dilakukan dalam analisis SWOT adalah identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang merupakan tahapan penting karena merupakan dasar untuk kegiatan analisis selanjutnya. Tahap identifikasi faktor internal dan eksternal telah dilakukan di sasaran 1 dan sasaran 2 dengan metode observasi, wawancara, dan kuisioner kepada stakeholder yang berpengaruh pada penelitian ini.

- **External Strategy factor Analysis (EFAS)**

EFAS matrik digunakan untuk menganalisis hal-hal yang menyangkut persoalan-persoalan yang timbul dari luar, namun memiliki pengaruh terhadap pengembangan pariwisata Pulau Bokori menggunakan Konsep *Branding*. Pada tahap EFAS ini dilakukan analisis faktor eksternal yang menjadi peluang (*opportunities*) dan (*threats*). Penentuan peluang dan ancaman dilakukan dengan cara pembobotan dan rating. Dalam penentuan bobot dan rating ini ditentukan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dengan *stakeholders* (**terdapat pada lampiran 6**). Bobot yang telah ditentukan yaitu bernilai 1 (Tidak Urgen) sampai 4 (Sangat Urgen), bobot tersebut dilihat untuk penilaian kondisi saat ini, jumlah bobot pada peluang dan ancaman harus sama dengan 1. Sedangkan rating digunakan untuk menilai urgensi penanganan terhadap faktor yang ada, nilai rating yang telah ditentukan untuk peluang yaitu bernilai 1 (Tidak Sesuai) sampai 6 (Sangat Sesuai),

sedangkan untuk ancaman penilaian menjadi -1 (Tidak Sesuai) sampai -6 (Sangat Sesuai) (Rangkuti, 2014).

- **Internal Strategy factor Analysis (IFAS)**

IFAS matrik digunakan untuk menganalisis hal-hal yang menyangkut persoalan-persoalan yang timbul dari dalam, namun memiliki pengaruh terhadap pengembangan pariwisata Pulau Bokori menggunakan Konsep *Branding*. Pada tahap IFAS ini dilakukan analisis faktor eksternal yang menjadi kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weakness*). Penentuan kekuatan dan kelemahan dilakukan dengan cara pembobotan dan rating. Dalam penentuan bobot dan rating ini ditentukan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dengan *stakeholders* (**terdapat pada lampiran**). Bobot yang telah ditentukan yaitu bernilai 1 (Tidak Urgen) sampai 4 (Sangat Urgen), bobot tersebut dilihat untuk penilaian urgensitas penanganan, jumlah bobot pada kekuatan dan kelemahan harus sama dengan 1. Sedangkan rating digunakan untuk menilai urgensi penangan terhadap faktor yang ada, nilai rating yang telah ditentukan untuk kekuatan yaitu bernilai 1 (Tidak Sesuai) sampai 6 (Sangat Sesuai), sedangkan untuk kelemahan penilaian menjadi -1 (Tidak Sesuai) sampai -6 (Sangat Sesuai) (Rangkuti, 2014).

## 2. Analisis Data

Berdasarkan hasil kuesioner didapatkan persepsi ahli terhadap penilaian indikator-indikator utama, yang terbagi ke dalam 2 bagian, yaitu: faktor internal dan faktor eksternal pada pengembangan pariwisata Pulau Bokori menggunakan Konsep *Branding*. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*). Namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*), yang diharapkan mampu untuk menyeimbangkan antara kondisi internal yaitu: kekuatan dan kelemahan dengan kondisi eksternal yaitu peluang dan ancaman yang ada, kemudian

diimplementasikan dalam matriks SWOT, untuk mendapatkan beberapa strategi terbaik (*the best strategy*).

### 3. Diagram Cartesius SWOT

Pada tahap ini selanjutnya pada analisis SWOT untuk menentukan posisi/koordinat pada diagram cartesius SWOT berdasarkan hasil EFAS dan IFAS sebelumnya. Tujuan dalam penentuan koordinat pada diagram cartesius SWOT adalah untuk mendapatkan strategi yang tepat dalam mengembangkan pariwisata Pulau Bokori menggunakan konsep *branding*.



**Gambar. Diagram Cartesius SWOT**

*Sumber: Rangkuti, 2014*

Perhitungan koordinat pada diagram cartesius SWOT adalah sebagai berikut :

- Koordinat (x) : *score strength + weakness*
- Koordinat (y) : *score opportunity + threat*

Setelah mendapat perhitungan tersebut terlihat faktor yang didapat terletak pada kuadran kuadran berapa, berikut adalah penjelasan masing-masing kuadran pada diagram cartesius SWOT:

- a. Kuadran 1 : Situasi ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Dimana terdapat peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth strategy*).
- b. Kuadran 2 : Situasi ini meskipun menghadapi berbagai ancaman, namun masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang

- jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (*diversification strategy*).
- c. Kuadran 3 : Pada situasi ini menghadapi peluang yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus pada strategi ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut peluang yang lebih baik (*stability strategy*).
  - d. Kuadran 4 : Situasi ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, dimana terdapat berbagai ancaman dan kelemahan internal (*defense strategy*).

#### 4. Matriks SWOT

Matrik SWOT merupakan tahap akhir untuk mengidentifikasi keempat faktor yang tercakup dalam analisis yang menggambarkan kecocokan paling baik diantaranya. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi akan memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Matrik SWOT digunakan untuk mengembangkan empat tipe alternatif strategi yaitu sebagai berikut :

- a. Strategi SO (*strengths-opportunities*). Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan dan peluang untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST (*strengths-threats*). Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO (*weaknesses-opportunities*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi WT (*weaknesses-threats*). Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang serta menghindari ancaman.

Bentuk matrik analisis SWOT bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

<b>EFAS</b>  <b>IFAS</b>	<b>STRENGTH (S)</b> Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	<b>WEAKNESS (W)</b> Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
<b>OPPORTUNITY (O)</b> Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	<b>Strategi SO</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi WO</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>TREATH (T)</b> Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	<b>Strategi ST</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>Strategi WT</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

*Sumber: Rangkuti, (1997)*

Tabel 3.8. Teknik Analisa

No.	Sasaran	Input Data	Teknik Analisa Data	Output
1.	Mengidentifikasi karakteristik <i>branding</i> pariwisata Pulau Bokori	Variabel Penelitian	<i>Content Analysis</i> (CA)	Teridentifikasinya karakteristik <i>branding</i> pariwisata Pulau Bokori
2.	Mengidentifikasi faktor eksternal <i>branding</i> pariwisata Pulau Bokori	Variabel Penelitian	<i>Content Analysis</i> (CA)	Teridentifikasinya faktor eksternal <i>branding</i> pariwisata Pulau Bokori
3.	Merumuskan strategi pengembangan pariwisata Pulau Bokori menggunakan konsep <i>branding</i>	SWOT	Hasil analisis sasaran 1 dan 2	Strategi pengembangan pariwisata Pulau Bokori menggunakan konsep <i>branding</i> dengan kesesuaian potensi dan masalah yang dimiliki Pulau Bokori

Sumber: Analisa Penulis, 2018

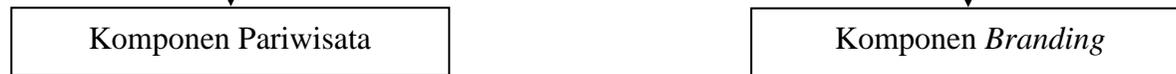
***-Halaman ini sengaja dikosongkan-***

3.7 Tahapan Penelitian

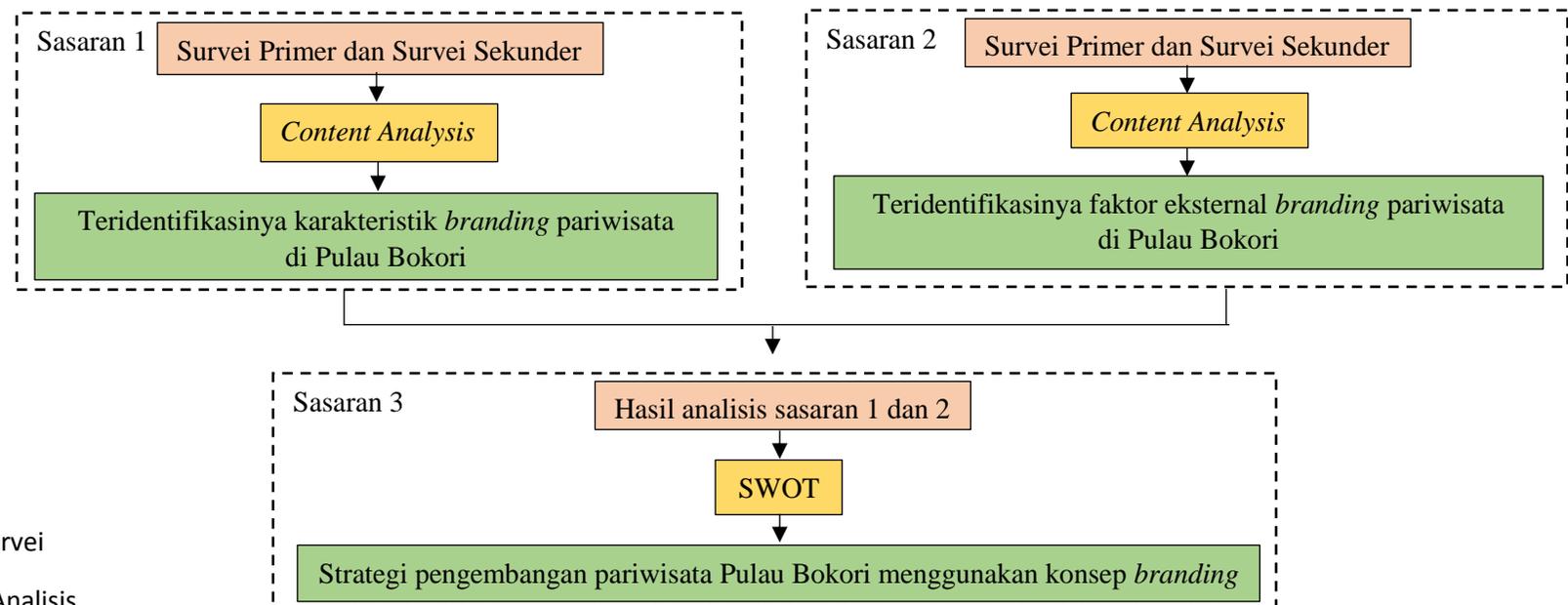
LATAR  
BELAKANG

Pulau Bokori merupakan salah satu destinasi wisata di Provinsi Sulawesi Tenggara yang diarahkan Pemerintah sebagai destinasi wisata unggulan yang memiliki beragam daya tarik dengan sarana dan prasarana wisata yang lengkap untuk menunjang kegiatan wisata. Sehingga saat ini perlu dilakukan promosi untuk memperkenalkan Pulau Bokori. Namun, potensi yang dimiliki Pulau Bokori belum Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara belum melakukan upaya *branding*, seperti belum adanya *tagline*, identitas maupun citra kawasan yang dimiliki Pulau Bokori sebagai komponen dalam melakukan *branding* sebuah wilayah.

TINJAUAN  
PUSTAKA



ANALISIS  
DATA



- : Teknik Survei
- : Metode Analisis
- : Output

Bagan 3.1. Skema Tahapan Penelitian

Sumber : Analisa Penulis, 2018

*-Halaman ini sengaja dikosongkan-*

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum**

##### **4.1.1 Batas Administratif**

Pulau Bokori merupakan salah satu pulau yang terletak di Sulawesi Tenggara. Batas wilayah penelitian meliputi Pulau Bokori hingga batas administrasi laut. Pulau Bokori memiliki luas  $\pm 8$  ha yang terdiri dari 2 pulau yaitu Pulau A dan Pulau B, yang secara administrasi terletak di Kecamatan Soropia, Kabupaten Konawe pada koordinat  $3^{\circ}56'29.405''$  LS dan  $122^{\circ}39'51.686''$  BT (database Kementerian Kelautan dan Perikanan). Jarak tempuh menuju Pulau Bokori sekitar  $\pm 10$  Km dari Kota Kendari. Berikut adalah batas administrasi wisata Pulau Bokori:

Batas Utara : Laut Banda dan Kabupaten Konawe

Batas Timur : Laut Banda

Batas Selatan : Laut Banda dan Kota Kendari

Batas Barat : Laut Banda dan Kota Kendari



**Gambar 4.1. Peta Batas Wilayah Penelitian**

#### **4.1.2 Daya Tarik Wisata**

##### **a. Daya Tarik Wisata Alam**

Salah satu yang menjadi keunikan dari daya tarik wisata alam yang dimiliki Pulau Bokori adalah merupakan salah satu pulau kecil dengan beranekaragam keindahan alam yang dimiliki. Jika dibandingkan dengan destinasi wisata pulau yang ada di sekitar Kota Kendari, Pulau Bokori merupakan salah satu pulau yang memiliki potensi wisata alam yang beragam seperti dapat menikmati suasana pantai yang nyaman dengan keindahan pasir putih, deburan ombak yang tenang, menikmati matahari tenggelam, hingga berenang untuk sekedar menikmati air laut yang biru dengan beranekaragam biota laut yang terdapat didasar laut sekitar Pulau Bokori.

Hal tersebut masih jarang ditemukan pada destinasi wisata pulau lainnya yang berada di Provinsi Sulawesi Tenggara khususnya disekitar Kota Kendari. Selain itu, Pulau Bokori juga termasuk dalam kategori wisata alam pantai (*marine tourism*) dengan pemanfaatan lingkungan yang dikelola menggunakan konservasi sumber daya alam sebagai daya tariknya. Daya tarik wisata alam Pulau Bokori tidak hanya dapat dinikmati dari daratan, pemandangan bawah laut Pulau Bokori juga tidak kalah menarik karena terdapat biota laut di tepi pantai yang dapat dilihat oleh mata telanjang seperti bintang laut, terumbu karang dan ikan yang bisa dinikmati wisatawan.

##### **b. Daya Tarik Wisata Budaya**

Pulau Bokori tidak hanya memiliki potensi daya tarik wisata alam. Seperti yang diketahui, Pulau Bokori dulunya merupakan perkampungan suku Bajo yang pada awal tahun 1990-an masyarakat suku Bajo berpindah ke daratan sekitar Pulau Bokori yaitu dibeberapa desa di Kabupaten Konawe. Pada saat ini, Pulau Bokori memiliki daya tarik wisata budaya yang bersumber dari budaya suku Bajo di sekitar Pulau Bokori. Daya tarik wisata budaya yang dipertunjukkan yaitu seni budaya suku Bajo seperti tarian adat hingga kuliner khas suku Bajo.

Potensi budaya yang dimiliki Pulau Bokori menjadi salah satu daya tarik yang dapat menjadi keunikan dan ciri khas Pulau Bokori. Pada destinasi wisata pulau atau pantai yang ada di sekitar Kota Kendari, Pulau Bokori merupakan destinasi pulau yang memiliki potensi daya tarik wisata budaya karena adanya sejarah atau peninggalan budaya-budaya yang dimiliki masyarakat sekitar yang dulunya merupakan mendiami Pulau Bokori. Biasanya wisatawan yang berasal dari luar Provinsi Sulawesi Tenggara dan wisatawan mancanegara tertarik untuk mengetahui mengenai sejarah Pulau Bokori hingga menjadi destinasi wisata unggulan. Sehingga wisata budaya berupa sejarah dapat menjadi salah satu daya tarik yang unggul dalam kegiatan pariwisata di Pulau Bokori.

#### **c. Daya Tarik Wisata Minat Khusus**

Terdapat beberapa kegiatan daya tarik wisata minat khusus yang beragam yang dapat dilakukan di Pulau Bokori. Adapun daya tarik wisata minat khusus yang dimiliki Pulau Bokori, yaitu sebagai berikut:

1. Adanya *jogging track* yang dapat digunakan pengunjung untuk melihat dan menikmati pantai dan berolahraga ringan.
2. Adanya kegiatan memancing ikan di sekitar perairan Pulau Bokori dengan menggunakan *speed boat* atau perahu nelayan warga sekitar yang disediakan.
3. Adanya kegiatan olahraga air seperti berenang dipermukaan air dan melihat keindahan bawah laut dengan *snorkeling* dan *diving*. Selain itu, pengunjung juga dapat melakukan olahraga voli pantai atau sepak takraw di Pulau Bokori.
4. Adanya kegiatan rutin yang diadakan oleh Pemerintah Sulawesi Tenggara yaitu festival layang-layang dan festival budaya yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan yang berkunjung.

#### **4.1.3 Sarana Pariwisata Pulau Bokori**

Sarana pendukung kegiatan pariwisata merupakan bagian dari komponen pariwisata yang dibutuhkan untuk memenuhi

kebutuhan wisatawan selama berwisata pada suatu destinasi. Beberapa jenis sarana utama yang harus ada pada kawasan wisata yaitu kantor pengelola, penanda/papan informasi, tempat parkir, loker tiket, toko souvenir, dan fasilitas umum lainnya seperti kamar mandi umum, musholla, dan tempat duduk. Berikut ini, sarana kegiatan wisata yang terdapat di Pulau Bokori.

**a. Kantor Pengelola dan Pusat Informasi**

Kantor informasi merupakan salah satu fasilitas penting yang harus dimiliki sebuah destinasi wisata. Kantor informasi berfungsi sebagai pusat informasi mengenai destinasi wisata yang difasilitasi oleh pihak pengelola destinasi wisata. Pulau Bokori memiliki kantor informasi yang terletak di bagian depan sebelah utara Pulau Bokori yang juga difungsikan untuk pelayanan *ticketing*.



**Gambar 4.2. Kantor Informasi di Pulau Bokori**

*Sumber : Survei Primer, 2019*

**b. Papan Petunjuk dan Informasi**

Terdapat papan petunjuk dan atau papan informasi yang berfungsi untuk mempermudah arah pengunjung ketika berada di destinasi wisata.



**Gambar 4.3. Papan Petunjuk dan Informasi Pulau Bokori**

*Sumber : Survei Primer, 2019*

**c. Kamar Mandi Umum**

Kamar mandi merupakan salah satu fasilitas penting yang harus dimiliki oleh objek wisata. Pulau Bokori memiliki beberapa kamar mandi atau ruang ganti baju yang digunakan oleh pengunjung dengan kondisi bangunan permanen. Selain kamar mandi Pulau Bokori memiliki beberapa shower yang terletak tepat didepan kamar mandi.



**Gambar 4.4. Kamar Mandi Umum di Pulau Bokori**

*Sumber : Survei Primer, 2019*

**d. Musholla**

Terdapat musholla yang digunakan pengunjung sebagai tempat beribadah. Kondisi bangunan musholla yang terdapat di Pulau Bokori merupakan bangunan permanen dengan kondisi baik.



**Gambar 4.5. Musholla di Pulau Bokori**

*Sumber : Survei Primer, 2019*

**e. Cottage/Villa**

Adanya *cottage* yang dapat digunakan pengunjung yang ingin bermalam untuk menikmati Pulau Bokori. Jumlah

*cottage* di Pulau Bokori ± 10 *cottage* dengan kondisi bangunan baik.



**Gambar 4.6. Cottage atau Villa di Pulau Bokori**

*Sumber : Survei Primer, 2019*

**f. Aula**

Aula yang terdapat di Pulau Bokori merupakan salah satu sarana yang dapat digunakan oleh wisatawan atau pemerintah setempat ketika mengadakan kegiatan rutin di Pulau Bokori.

**g. Panggung Seni**

Panggung seni yang terdapat di Pulau Bokori merupakan sarana penunjang kegiatan budaya yang menjadi daya tarik wisata. Selain itu, panggung seni juga dimanfaatkan pemerintah dalam kegiatan festival tahunan Pulau Bokori yang diadakan Pemerintah Provinsi Sulawesi Tengah.



**Gambar 4.7. Panggung Seni di Pulau Bokori**

*Sumber : Survei Primer, 2019*

**h. Restoran**

Pulau Bokori memiliki fasilitas restoran yang digunakan pengunjung Pulau Bokori untuk menikmati hidangan makanan yang ditawarkan oleh pengelola wisata Pulau Bokori



**Gambar 4.8. Restoran di Pulau Bokori**

*Sumber : Survei Primer, 2019*

**i. Gazebo**

Pulau Bokori memiliki gazebo yang tersebar di daratan Pulau Bokori. Gazebo ini biasanya digunakan pengunjung untuk berkumpul dan menikmati wisata Pulau Bokori.



**Gambar 4.9. Gazebo di Pulau Bokori**

*Sumber : Survei Primer, 2019*

**j. Menara Pemantau**

Menara pemantau yang berada di Pulau Bokori berfungsi untuk memantau kegiatan yang ada di Pulau Bokori. Selain itu, menara pantau juga dapat menjadi salah satu objek wisata yang digunakan oleh pengunjung yang ingin menikmati Pulau Bokori dari ketinggian.



**Gambar 4.10. Menara Pemantau di Pulau Bokori**

*Sumber : Survei Primer, 2019*

Berdasarkan deskripsi diatas, Pulau Bokori masih belum memiliki beberapa sarana penunjang seperti belum dikelola restoran dan tidak tersedianya ATM Center yang dapat menunjang kegiatan pariwisata di Pulau Bokori.

#### **4.1.4 Prasarana Pariwisata Pulau Bokori**

Prasarana pendukung kegiatan pariwisata merupakan bagian dari komponen pariwisata yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama berwisata pada suatu destinasi. Beberapa jenis prasarana utama yang harus dimiliki kawasan wisata yaitu jaringan air, jaringan listrik, persampahan, penerangan, dan saluran drainase. Berikut ini, prasarana kegiatan wisata yang terdapat di Pulau Bokori.

##### **a. Jaringan Air Bersih**

Jaringan air bersih merupakan salah satu hal penting dalam kegiatan pariwisata, khususnya pada destinasi wisata pantai. Jaringan air bersih di Pulau Bokori bersumber dari daratan sekitar Pulau Bokori di Kecamatan Soropia sehingga dalam kegiatan pariwisata di Pulau Bokori juga melibatkan masyarakat sekitar dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar melalui adanya kerjasama dalam persediaan jaringan air bersih yang digunakan dalam kegiatan pariwisata di Pulau Bokori.



**Gambar 4.11. Jaringan Air Bersih di Pulau Bokori**

*Sumber : Survei Primer, 2019*

**b. Jaringan Listrik**

Jaringan listrik merupakan prasarana yang dapat menunjang kegiatan wisata. Jaringan listrik di Pulau Bokori saat ini bersumber dari genset dan panel surya yang tersebar di Pulau Bokori. Dengan adanya jaringan listrik yang bersumber dari genset dan panel surya dapat menjadi keunikan atau ciri khas Pulau Bokori yang merupakan salah satu destinasi wisata alam dengan memanfaatkan potensi alam untuk mendukung prasarana dengan energi berkelanjutan. Hal tersebut masih belum dimiliki destinasi wisata lain yang berada disekitar Pulau Bokori sehingga dapat menjadi keunikan yang dimiliki Pulau Bokori.



**Gambar 4.12. Jaringan Listrik di Pulau Bokori**

*Sumber : Survei Primer, 2019*

**c. Sistem Persampahan**

Pulau Bokori menyediakan tempat sampah yang tersebar di beberapa titik di Pulau Bokori. Tempat sampah yang disediakan merupakan tempat sampah yang dipisahkan antara sampah organik dan sampah anorganik.



**Gambar 4.13. Persampahan di Pulau Bokori**

*Sumber : Survei Primer, 2019*

**d. Penerangan**

Pulau Bokori merupakan destinasi yang memiliki aktivitas di malam hari sehingga dibutuhkan penerangan atau lampu jalan pada malam hari. Pulau Bokori memiliki penerangan yang tersebar di sepanjang jalan Pulau Bokori. Sumber listrik dari penerangan di Pulau Bokori bersumber dari tenaga genset dan panel surya.



**Gambar 4.14. Penerangan di Pulau Bokori**

*Sumber : Survei Primer, 2019*

#### 4.1.5 Aksesibilitas Objek Wisata

Aksesibilitas atau moda transportasi yang dapat digunakan wisatawan untuk mencapai Pulau Bokori yaitu hanya dapat menggunakan kendaraan pribadi untuk perjalanan darat dari Kota Kendari menuju dermaga penyeberangan dengan waktu tempuh  $\pm$  30 menit. Kemudian dilanjutkan dengan menggunakan perahu motor atau *speed boat* dengan waktu tempuh sekitar  $\pm$  15 menit. Sedangkan apabila perjalanan dari Kota Kendari menuju Perkampungan Bajo (Desa Mekar) ditempuh dengan waktu  $\pm$  45 menit, kemudian dilanjutkan menuju Pulau Bokori menggunakan perahu motor warga ditempuh dengan waktu  $\pm$  5 menit.



**Gambar 4.15. Dermaga Penyeberangan Pulau Bokori**

*Sumber : Survei Primer, 2019*



**Gambar 4.16. Peta Lokasi Penyeberangan**

***-Halaman ini sengaja dikosongkan-***

#### 4.1.6 Wisatawan

Wisatawan yang berkunjung pada destinasi pariwisata Pulau Bokori merupakan masyarakat lokal Sulawesi Tenggara bahkan masyarakat luar Sulawesi hingga manca negara. Wisatawan yang berkunjung adalah keluarga, pelajar, komunitas hingga beberapa instansi atau swasta yang datang untuk menikmati potensi Pulau Bokori dan melakukan *gatering*. Adapun jumlah keseluruhan wisatawan yang berkunjung ke Pulau Bokori adalah 331.820 orang dengan jumlah wisatawan yang mengalami peningkatan setiap tahunnya.

**Tabel 4.1. Jumlah Wisatawan**

Tahun	Jumlah Wisatawan
2015	41.420
2016	54.620
2017	93.916
2018	141.864
<b>Total</b>	<b>331.820</b>



*Sumber : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara, 2019*

#### 4.1.7 Media Pemasaran yang digunakan

Saat ini pemasaran dapat dilakukan melalui beberapa media, seperti media elektronik, media sosial, promosi langsung, dan bekerjasama dengan pihak lain. Dalam pemasaran melalui media elektronik, Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara bekerjasama dengan pihak lainnya untuk melakukan liputan atau dokumenter pada beberapa kegiatan di Pulau Bokori seperti event tahunan Pulau Bokori. Kemudian, pada media sosial, dilakukan kerjasama dengan pengunjung, masyarakat, dan jasa biro perjalanan untuk menggunggah kegiatan dan daya tarik yang dimiliki Pulau Bokori melalui akun sosial media yang dimiliki. Selain itu, Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara juga melakukan promosi langsung dengan target konsumen akhir menggunakan berbagai media seperti menyebarkan brosur/leaflet, hingga mengikuti festival atau pameran wisata dengan membawa Pulau Bokori sebagai destinasi wisata unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara.



**Gambar 4.17. Brosur Pulau Bokori**

*Sumber : Survei Primer, 2019*

#### 4.1.8 Kelembagaan Dalam Pengembangan Wisata

Dalam kegiatan pariwisata, kelembagaan merupakan salah satu hal yang penting yang berperan untuk mengelola destinasi wisata. Peran tersebut dapat dilakukan oleh beberapa pihak yaitu pihak pemerintah, pihak swasta, dan pihak masyarakat yang saling bekerjasama dalam melakukan pengembangan destinasi wisata. Saat ini, kelembagaan yang berperan dalam pengembangan pariwisata Pulau Bokori yaitu Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara.

**Tabel 4.2. Kelembagaan Dalam Pengelolaan Pulau Bokori**

Kelembagaan	Intansi	Peran
<b>Pemerintah</b>	Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	Peran dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam pengembangan Pulau Bokori ini yaitu dalam hal pembangunan sarana prasarana wisata, pemasaran wisata, pemberdayaan masyarakat terhadap pariwisata, hingga hal lainnya yang berhubungan dengan pengembangan pariwisata Pulau Bokori
<b>Swasta</b>	Tour and Travel 2 / ASITA	Dalam proses pemasaran atau promosi pariwisata, Pulau Bokori memiliki mitra kerja dengan pihak swasta yaitu ASITA dan PHRI
<b>Masyarakat</b>	Kelompok Sadar Wisata Bajo Bokori	Peran masyarakat dalam kegiatan pariwisata adalah terlibat dalam kegiatan jasa penyeberangan dan terdampak langsung dengan adanya kegiatan wisata budaya di Pulau Bokori

#### 4.1.10 Kedekatan dengan ODTW lain

Pulau Bokori juga merupakan salah satu destinasi wisata pulau yang berada cukup dekat dengan obyek wisata lainnya

yang ada di sekitar Kota Kendari, seperti Pantai Mayaria, Wahana Bintang Samudera, Pantai Toronipa, dan beberapa destinasi wisata alam lainnya.

#### 4.2 Identifikasi Karakteristik *Branding* Pariwisata di Pulau Bokori

Sasaran ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik *branding* pariwisata di Pulau Bokori. Identifikasi *branding* Pariwisata Pulau Bokori dilakukan dengan menggunakan dengan menggunakan metode *Content Analysis* (CA).

**Tabel 4.3. Kode Stakeholder Penelitian**

Stakeholder	Kode	Nama Responden
Pemerintah	G1	Angsar (Staf Dinas Pariwisata / Pengelola Pulau Bokori)
	G2	H. Amin (Kepala Seksi Tata Kelola Destinasi Pariwisata)
Swasta	S	Rahma (Pemilik Abdillah Tour and Travel 2)
Masyarakat	M	Risal (Ketua Pokdarwis Bajo Bokori)

*Sumber: Penulis, 2019*

### 1) *Brand Personality*

Hal yang akan dijelaskan dalam *brand personality* yaitu citra yang melekat dan media pemasaran obyek wisata Pulau Bokori.

#### a. Citra yang Melekat

**Tabel 4.4. Koding Karakteristik Citra yang melekat**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah kutipan
Citra yang melekat	Untuk saat ini pengenalan Pulau Bokori dikenalkan sebagai <i>wisata pantai atau pulau dengan dilengkapi beberapa wahana</i>	G1.1	Wisata pantai atau pulau	Citra yang melekat pada destinasi Pulau Bokori yaitu wisata alam berupa wisata pantai.	11
	Ya kalo mau <i>snorkeling</i> , biasanya kita tunjukkan lokasi <i>snorkelingnya</i> . Jadi, <i>kita hanya menjual potensi wisata alam pantai begitu</i> .	G1.2	Wisata alam pantai		
	Kalo disini <i>kita sangat menjaga baik potensi alamnya</i> , dari segi kebersihan kita punya tenaga kebersihan, segi keamanan ada tenaga keamanan juga. Artinya untuk kebersihan dan keamanan ada.	G1.3	Potensi alam		
	Iyaa, <i>lebih ke wisata alam pantai saja</i> . Tapi sebenarnya kan kita juga punya	G1.4	Wisata alam pantai		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah kutipan
	jogging tracking sampai di Pulau B, sudah baca di Master Plan toh?				
	Kalau citranya, ya kita tentu yang kita angkat itu tentunya <i>wisata alam yang dimiliki Pulau Bokori</i> .	G2.1	Wisata alam pulau		
	Iya, lebih ke <i>wisata alam saja</i> . khususnya <i>wisata alam pantai</i>	G2.2	Wisata alam pantai		
	Kalau citranya Pulau Bokori bisa ke <i>wisata alam</i> , karna <i>airnya yg bagus, pantai putihnya juga</i> . Jadi kebanyakan wisatawan itu kan <i>tertarik dengan itu potensi alam</i> seperti itu kalau memang ke Pulau Bokori hanya untuk melakukan refreshing.	M.1	Potensi wisata alam pantai		
	Iya, jadi biasanya itu kalau ada tamu Pulau Bokori dari mancanegara, biasanya memang mereka <i>selain menikmati pantainya</i> , mereka juga sering tanya tentang sejarahnya Pulau Bokori	M.2	Pantai		
	Jadi kalau tidak ada cenderamata juga kan bisa mengurangi promosi karena	G2.3	Keindahan alam		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah kutipan
	dari cenderamata itu bisa jadi wisatawan yang pernah ke Pulau Bokori memberitahu ke orang-orang kalau Pulau Bokori juga punya cenderamata khas Pulau Bokori yang bisa dinikmati selain <i>keindahan alamnya</i>				
	<i>Wisata alam</i> saja, sejauh ini kan memang yang masih sangat jelas potensi wisatanya ya <i>wisata pantainya</i>	S.1	Wisata alam pantai		
	Jadi kalau kami biasanya menampilkan foto yang menggambarkan <i>Pulau Bokori, sebagai wisata Pulau atau Pantai</i>	S.2	Wisata pulau atau pantai		

*Sumber: Anaisa Penulis, 2019*

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa citra yang melekat pada destinasi pariwisata Pulau Bokori adalah wisata alam pantai. Dengan citra yang dimiliki Pulau Bokori, pada umumnya pengunjung mengunjungi Pulau Bokori untuk sekedar memanfaatkan potensi wisata alam pantai.

## b. Media Pemasaran Obyek Wisata

Tabel 4.5. Koding Karakteristik Media Pemasaran Obyek Wisata

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Media pemasaran obyek wisata	Kita ada Dinas Pariwisata bagian bidang promosi, <b><i>banyak brosur</i></b> yang digunakan. Sekitar bulan 2 rencananya kami jalan ke hotel-hotel untuk kerjasama. Yaa, seperti <i>door to door</i> .	G1.1	Brosur	Media pemasaran obyek wisata Pulau Bokori menggunakan media promosi berupa media cetak seperti penyebaran brosur.	7
	Bagian promosi membuat media-media promosi berupa <b><i>brosur, booklet, leaflet, dan lain sebagainya</i></b> .	G2.2	Media cetak (brosur, booklet, leaflet, dsb)		
	Tapi kalau khusus Pulau Bokori juga kita punya promosi tersendiri, jadi kami juga menyediakan <b><i>brosur Pulau Bokori</i></b>	G2.4	Brosur		
	<b><i>kemudian ada brosur-brosur</i></b> juga yang kami sebar	G2.8	Brosur		
	Jadi dengan kita <b><i>membuat brosur dan</i></b> upload di media social itu sudah termasuk dari promosi dan mitra kerja yang baik dengan Dinas Pariwisata	S.1	Brosur		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Iya, kita biasanya promosinya kalau Pulau Bokori itu berupa <i>brosur</i> . <i>Brosurnya biasanya kita sebar ke beberapa hotel, untuk disimpan diresepsionis</i> atau upload di media social kami	S.2	Brosur		
	Jadi begitu yang biasa kita tampilkan di <i>brosur</i> atau media social.	S.5	Brosur		
	Nda, cuma <i>media social pribadi</i> . Sebenarnya juga ada <i>web dinas pariwisata tapi belum jalan lagi</i> . Ya kalo missal sudah jalan, kan kita juga bisa promosi melalui itu.	G1.3	Media sosial pribadi	Media pemasaran obyek wisata Pulau Bokori menggunakan media promosi berupa media sosial seperti mengunggah foto atau video di Instagram, Facebook, dan Youtube. Media sosial yang digunakan merupakan media sosial pribadi.	9
	Kayak misalnya, kan banyak juga wisatawan mancanegara nah itu biasanya mereka tau Pulau Bokori itu dari <i>Youtube atau media social</i> .	G1.4	Youtube dan media sosial		
	Ya kalau misal masyarakat Kota Kendari atau Sulawesi Tenggara <i>pasti tau dari mulut ke mulut</i> , wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke	G2.1	Media sosial		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Pulau Bokori pasti menceritakan bagaimana Pulau Bokori.				
	Kalau wisatawan mancanegara paling taunya dari <i>social media, Instagram atau Youtube yang diunggah orang-orang</i> .	M.2	Media sosial pribadi		
	Selain itu, kita juga melakukan promosi melalui media elektronik, <i>media social seperti Facebook, Instagram</i> , atau hanya sekedar <i>membagikan foto-foto destinasi wisata melalui WhatsApp</i>	G2.3	Media sosial		
	Jadi promosinya Pulau Bokori ini dilakukan oleh kita <i>sebagai pihak Pemerintah Provinsi melalui media social</i> yang kemudian dari media ini berkembang.	G2.6	Media sosial		
	Promosi dari masyarakat, melalui <i>social media yang dimiliki generasi muda suku Bajo</i> . Biasanya mengupload bagaimana kegiatan di Pulau Bokori, keindahan Pulau Bokori dan lain sebagainya.	M.1	Media sosial		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Jadi dengan kita membuat brosur dan <i>upload di media social</i> itu sudah termasuk dari promosi dan mitra kerja yang baik dengan Dinas Pariwisata	S.3	Media sosial		
	Iya, kita biasanya promosinya kalau Pulau Bokori itu berupa brosur. Brosurnya biasanya kita sebar ke beberapa hotel, untuk disimpan diresepsionis atau <i>upload di media social</i> kami	S.4	Media sosial		
	Jadi begitu yang biasa kita tampilkan di brosur atau <i>media social</i> .	S.6	Media sosial		
	Nah itu biasanya <i>kita pakai sosial media, jadi kita sangat memanfaatkan facebook, Instagram, telegram, twitternya kita pihak travel</i>	S.8	Media sosial pribadi		
	Selain itu, kita juga melakukan promosi melalui <i>media elektronik</i> , media social seperti Facebook, Instagram, atau hanya sekedar membagikan foto-foto destinasi wisata melalui WhatsApp	G2.3	Media elektronik	Media pemasaran obyek wisata Pulau Bokori menggunakan media promosi berupa media elektronik	2

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Jadi kalo kita disini selain melalui <i>online elektronik juga kerjasama dengan tvri</i>	G2.7	Media elektronik		
	Kemudian kan juga itu tadi, ada <i>Festival Pulau Bokori setiap tahun untuk promosikan Pulau Bokori</i> juga.	G1.5	Festival Pulau Bokori	Pulau Bokori juga memiliki festival tahunan yaitu Festival Pulau Bokori yang digunakan untuk mempromosikan Pulau Bokori	4
	Tapi yang paling utama dalam rangka menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Pulau Bokori itu, kita <i>menguatkan brandingnya di Festival Pulau Bokori</i>	G2.8	Festival Pulau Bokori		
	Terus juga sebenarnya ada eventnya Pulau Bokori itu setiap tahun diadakan. Namanya <i>Festival Pulau Bokori, nah itu salah satu caranya juga pemerintah untuk promosikan Pulau Bokori</i>	S.7	Festival Pulau Bokori		
	Nanti di bulan Oktober itu ada lagi <i>Festival Pulau Bokori agenda tahunan</i> yang tahun ini sudah tahun ketiga. Biasanya itu tanggal 26 Oktober itu, disana itu menampilkan atraksi	M.3	Festival Pulau Bokori		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	budaya Suku Bajo, ada lomba balap katinting, lomba dayung tradisional, ada lomba mancing tradisional pokoknya macam-macam tapi hanya ada di bulan Oktober saja. Sudah 3 tahun berturut-turut lah diadakan itu				

*Sumber: Analisa Penulis, 2019*

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa media pemasaran obyek wisata yang digunakan destinasi pariwisata Pulau Bokori yaitu media cetak, media elektronik, media sosial dan menggelar festival tahunan. Dalam pemasaran melalui media cetak, kegiatan pemasaran dilakukan dengan cara membuat dan menyebarkan brosur, leaflet yang berisikan daya tarik yang dimiliki Pulau Bokori. Kemudian pemasaran yang dilakukan melalui media elektronik dan media sosial dilakukan dengan cara mengunggah foto atau video kegiatan dan daya tarik Pulau Bokori pada Instagram, Facebook, dan Youtube. Selain itu, pemasaran dilakukan melalui adanya festival tahunan yaitu Festival Pulau Bokori yang pada bulan Oktober.

## 2) **Brand Positioning**

Hal yang akan dijelaskan dalam *brand positioning* yaitu keunikan daya tarik wisata alam, keunikan daya tarik wisata budaya, keunikan daya tarik wisata minat khusus, keunikan prasarana penunjang pariwisata, keunikan sarana penunjang pariwisata, keunikan rute dan

transportasi obyek wisata, kreatifitas dan inovasi peran pemerintah, kreatifitas dan inovasi peran swasta, dan kreatifitas dan inovasi peran masyarakat di Pulau Bokori.

a. Keunikan Daya Tarik Wisata Alam

**Tabel 4.6. Koding Karakteristik Keunikan Daya Tarik Wisata Alam**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Keunikan daya tarik wisata alam	Kalau wisata alam mungkin <i>pasir putihnya disini, kemudian juga ombaknya kan tenang, banyak terumbu karang</i> juga disekitar Pulau Bokori ini.	G1.1	Keindahan pasir putih, ombak tenang dan terumbu karang	Keunikan daya tarik wisata alam yang dimiliki Pulau Bokori berupa potensi alam dengan keindahan alam baik didarat maupun didasar laut, seperti pasir putih, pepohonan, ombak yang tenang, terumbu karang dan keberagaman biota laut yang dimiliki.	9
	Seperti wisata pulau atau pantai dengan <i>keindahan pasir putih, ombak yang tenang, terumbu karangnya</i> , pokoknya keindahan alamnya, baik itu di darat maupun di bawah laut.	G2.1	Keindahan pasir putih, ombak yang tenang, dan terumbu karang		
	Jadi kalau kami biasanya menampilkan foto yang menggambarkan Pulau Bokori, sebagai wisata <i>Pulau atau Pantai, dengan pasir putihnya, lautnya yang bersih, ombaknya juga tenang.</i>	S.1	Keindahan pulau atau pantai dengan pasir putih, laut yg bersih dan ombak tenang		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Dijaga kebersihannya, potensi alamnya seperti <i>terumbu karangnya</i>	S.2	Memiliki potensi alam terumbu karang		
	Jadi orang itu tertarik dengan viewnya, apalagi dengan <i>pasir putihnya yang memanjang</i> itu	S.3	Memiliki pasir putih yang panjang		
	Jadi memang satu sisi kalau air naik atau pasang, <i>air lautnya itu bersih, jernih sekali</i> beda dengan air laut yang ada di pantai sekitar karena memang dia laut lepas.	M.1	Memiliki air laut yang bersih dan jernih		
	Kemudian kalau air laut itu surut ada <i>pasir putih yang membentang kearah timur itu kurang lebih 2 kilo panjangnya</i>	M.2	Memiliki pasir putih yang panjang		
	Kemudian yang terakhir itu, ada <i>pengembangan transplantasi karang</i> di antara daratan Pulau Bokori dengan daratan Kampung Nelayan atau tempat menyeberang itu, jadi sudah ada	M.3	Terdapat potensi terumbu karang		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	beberapa instansi yang melakukan transplantasi terumbu karang				
	<i>Iya, potensi alamnya ada dari daratannya dan dari alam bawah lautnya juga.</i>	M.4	Memiliki potensi alam didarat dan didasar laut		

*Sumber: Analisa Penulis, 2019*

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa keunikan daya tarik wisata alam yang dimiliki Pulau Bokori berupa potensi alam dengan keindahan alam baik di darat maupun di dasar laut, seperti pasir putih, pepohonan, ombak yang tenang, keberagaman terumbu karang dan biota laut, hingga dapat menikmati matahari terbit. Potensi wisata alam yang dimiliki Pulau Bokori dapat dinikmati baik potensi alam di darat maupun alam bawah laut.

## b. Keunikan Daya Tarik Wisata Budaya

**Tabel 4.7. Koding Karakteristik Keunikan Daya Tarik Wisata Budaya**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Keunikan daya tarik wisata budaya	Disini juga ada <i>daya tarik wisata budaya</i>	G1.1	Memiliki daya tarik wisata budaya	Keunikan daya tarik wisata budaya yang dimiliki Pulau Bokori yaitu wisata budaya Suku Bajo berupa tarian dan lantunan khas Suku Bajo.	7
	Oiya, tapi <i>wisata budaya itu milik masyarakat sekitar sini saja</i> . Soalnya Pulau Bokori kan tidak ada permukiman warga.	G1.2	Wisata budaya milik masyarakat sekitar		
	<i>Nah mereka itu punya budaya</i> , jadi setiap ada festival di Pulau Bokori itu <i>mereka menampilkan budaya-budaya Bajo</i> , mereka kan Suku Bajo.	G2.1	Memiliki daya tarik wisata budaya Bajo		
	Biasanya juga kami diajak untuk mengisi kegiatan berupa wisata budaya, jadi kami warga sini <i>tampilkan wisata khas Bajo di Pulau Bokori</i>	M.1	Menampilkan wisata khas Bajo		
	Kalau <i>wisata budaya, juga ada</i> .	S.1	Memiliki daya tarik wisata budaya		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Mungkin bisa tanya ke Pokdarwis, <i>seperti kuliner atau tarian adatnya orang Bajo disini. Kan kalo ada festival Pulau Bokori mereka juga menampilkan itu</i> disini.	G1.3	Wisata budaya milik masyarakat sekitar berupa kuliner atau tarian adat suku Bajo	Wisata budaya hanya ditampilkan pada saat event tahunan yaitu Festival Pulau Bokori	
	Iyaa, belum bisa tiap hari. <i>Nanti kalau ada event disini, baru mereka tampilkan budayanya</i>	G1.4	Wisata budaya pada saat festival tahunan		
	Nah mereka itu punya budaya, jadi <i>setiap ada festival di Pulau Bokori itu mereka menampilkan budaya-budaya Bajo</i> , mereka kan Suku Bajo.	G2.2	Menampilkan budaya-budaya suku Bajo		
	Iya, <i>kalo lagi festival saja. Tidak seperti didaerah lain yang setiap hari.</i>	G2.3	Wisata budaya pada saat festival tahunan		
	<i>Jadi kalo di Pulau Bokori kan memang ada event tahunannya,</i>	G2.4	Wisata budaya pada saat		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	<i>Festival Pulau Bokori namanya jadi disitu mereka tampil</i>		festival tahunan		
	Jadi ada <i>3 kali festival, dan 2 kali Sapta Pesona setiap tahunnya</i> , kami Suku Bajo selalu <i>menampilkan Silat khas Bajo, Gambus khas Bajo, dan Iko-iko khas Bajo</i>	M.2	Wisata budaya pada saat festival tahunan		
	Karena pemerintah dan masyarakat sekitar <i>menampilkan budaya Suku Bajo di Festival itu.</i>	S.2	Wisata budaya pada saat festival tahunan		
	<i>Tapi itu wisatanya tidak setiap hari</i>	S.3	Wisata budaya pada saat event-event tertentu		

*Sumber: Analisa Penulis, 2019*

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa keunikan daya tarik wisata budaya yang dimiliki Pulau Bokori adalah wisata budaya yang merupakan budaya milik masyarakat sekitar Pulau Bokori yaitu budaya khas Suku Bajo berupa tarian adat dan lantunan atau nyanyian adat khas Suku Bajo. Namun, wisata budaya

di Pulau Bokori hanya ditampilkan dalam event-event tertentu salah satunya yaitu Festival Pulau Bokori.

c. Keunikan Daya Tarik Wisata Minat Khusus

**Tabel 4.8. Koding Karakteristik Keunikan Daya Tarik Wisata Minat Khusus**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Keunikan daya tarik wisata minat khusus	Disini juga ada daya tarik wisata budaya dan <i>wisata olahraga</i> juga mungkin	G1.1	Wisata olahraga	Keunikan daya tarik wisata minat khusus yang dimiliki Pulau Bokori yaitu memiliki kegiatan wisata olahraga seperti jogging dan olahraga air seperti jetski, banana boat, kano, snorkeling dan diving.	7
	<i>Sebenarnya belum seberapa untuk wisata olahraga</i> , ya kebanyakan memang masyarakat kesini untuk refreshing saja.	G1.2	Wisata olahraga		
	Nah itu, <i>bisa sih sebenarnya dipake untuk jogging</i> . Adek sudah ke Pulau B tadi toh? <i>Jadi sebenarnya bisa juga dipake untuk olahraga, biasanya kalo orang menginap disini kan bisa pagi-pagi jogging keliling pulau.</i>	G1.3	Wisata olahraga berupa jogging		
	Nah kalau untuk lapangan voli itu, biasa itu kita laksanakan juga tiap tahun lomba <i>voli pantai</i>	G2.1	Terdapat kegiatan olahraga voli pantai		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Disana itu juga tersedia <i>banana boat</i> , <i>donat boat</i> , <i>ada perahu kecil</i> itu juga ada	M.1	Tersedia wahana banana boat, dan perahu kecil atau kano		
	Jadi kalau sejarah lama sekitar 2-3 tahun itu Pulau Bokori itu dijadikan lokasi <i>voli pantai</i>	M.2	Terdapat kegiatan olahraga voli pantai		
	Kalau yang lain mungkin lebih ke pendukung wisata pantainya saja, seperti ada wahana yang disediakan juga mulai dari <i>Kano</i> , <i>Banana Boat</i> , <i>Jetski</i> juga ada.	S.1	Tersedia wahana seperti kano, banana boat dan jetski		
	Kan warga punya karamba disini, biasa kalo <i>malam bisa memancing cumi-cumi atau ikan karang yang kecil-kecil</i> . Bisalah untuk wisata pemancingan kalo disini itu karena <i>kita kan dikelilingi laut ini di pulau ini</i> .	G1.4	Wisata pemancingan	Keunikan daya tarik wisata minat khusus yang dimiliki Pulau Bokori yaitu terdapat spot pemancingan yang dapat digunakan wisatawan	4

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Kalau wisata minat khusus di Pulau Bokori itu hanya <i>wisata pemancingan</i> saja. <i>Iya, ada spot pemancingannya itu, di Pulau Bokori dan sekitarnya sampai di Pulau Saponda ada wisata pemancingan.</i> Jadi kita kembangkan <i>wisata pemancingan</i> minat khusus disitu. Kemudian kalau khusus Pulau Bokori nya itu <i>ada pemancingan</i> , tapi kalau disekitar Pulau Bokori itu ada panjat tebing.	G2.2	Wisata pemancingan		
	Jadi disana <i>ada pemancingan</i> , sampai disekitaran Pulau Saponda itu memang sering memancing kesana	G2.3	Wisata pemancingan		
	<i>Ada juga pemancingan</i> , tapi kami jarang dapat client yang menginap disana, kan biasanya pemancingannya sore sampai malam	S.2	Wisata pemancingan		
	Sebenarnya ada <i>area snorkeling</i> tapi lokasinya agak diluar Pulau Bokori	G1.5	Snorkeling	Keunikan daya tarik wisata minat khusus yang dimiliki	6

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Eee, <i>wisata olahraga itu ada diving, snorkeling biasanya ada pengunjung yang datang untuk diving</i> karena disana kan juga bagus karang-karangnya kan, jadi seperti itu.	G2.4	Diving dan snorkeling	Pulau Bokori yaitu <i>diving</i> dan <i>snorkeling</i>	
	Dan untuk <i>keindahan alam bawah lautnya itu bisa untuk diving atau menyelam</i> , bahkan disitu ada habitat ikan kerapu yang tidak dapat diganggu sehingga menarik para pengunjung.	G2.5	Diving dan snorkeling		
	Terserah dia <i>mau diving atau snorkeling disana juga boleh</i> .	G2.6	Diving dan snorkeling		
	Untuk <i>diving dengan snorkeling</i> ada di Pulau Bokori tapi kayaknya pemerintah belum menyiapkan fasilitas, adanya untuk spot-spot foto saja	S.1	Diving dan snorkeling		
	<i>Eh bisa juga diving atau snorkeling</i> .	S.3	Diving atau snorkeling		

Sumber: Analisa Penulis, 2019

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa keunikan daya tarik wisata minat khusus yang dimiliki Pulau Bokori yaitu kegiatan wisata olahraga seperti *jogging* mengelilingi Pulau Bokori, voli pantai, *jetski*, banana boat, kano mengelilingi sekitar Pulau Bokori, memancing disekitar Pulau Bokori hingga sekitar Pulau Saponda, dan melakukan *snorkeling* dan *diving* menikmati keindahan biota laut yang dimiliki Pulau Bokori.

d. Keunikan Prasarana Penunjang Pariwisata

**Tabel 4.9. Koding Karakteristik Keunikan Prasarana Penunjang Pariwisata**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Keunikan prasarana penunjang pariwisata	Tapi kalo disini kan <i>penerangan sudah ada, pake genset dan tenaga surya.</i>	G1.2	Terdapat penerangan menggunakan genset dan tenaga surya	Keunikan prasarana penunjang pariwisata di Pulau Bokori memiliki prasarana berupa listrik dan penerangan yang bersumber dari genset dan panel surya.	5
	Jadi, kalau prasarana itu ada <i>listrik yang bersumber dari genset dan panel surya.</i>	G2.1	Listrik yang bersumber dari genset dan panel surya		
	ada <i>penerangan juga untuk malam hari,</i>	G2.2	Terdapat penerangan untuk malam hari		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Nah kalau sarana prasarana kan itu pembangunannya dari pemerintah. Air bersih dan <i>listrik juga sudah ada</i>	S.1	Tersedia jaringan listrik		
	Kemudian <i>jaringan listriknya itu belum dari PLN, masih dari genset saja, sama itu lampu penerangannya dari panel.</i>	M.1	Tersedia jaringan listrik		
	Kita kalo <i>air bersihnya beli dari kampung sebelah</i> , soalnya kalo di <i>pulau ini kan tidak ada sumber air, jadi kita pake sistem beli air</i>	G1.3	Terdapat air bersih yang dibeli di kampung sebelah	Air bersih diambil dari masyarakat sekitar	4
	Terus juga ada air bersih, nah <i>kalau air bersih itu diambil dari seberang dari masyarakat sekitar, tempat sampah juga ada.</i>	G2.3	Air bersih yang diambil dari masyarakat sekitar		
	Nah kalau sarana prasarana kan itu pembangunannya dari pemerintah. <i>Air bersih</i> dan listrik <i>juga sudah ada</i>	S.1	Tersedia air bersih		
	Nah kalau berbicara soal <i>air bersih di Pulau Bokori itu sudah tersedia juga</i>	M.2	Air bersih yang diambil		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	<i>air bersih, diambil masyarakat sini juga.</i>		dari masyarakat sekitar		
	Iyaa, lebih ke wisata alam pantai saja. Tapi sebenarnya kan <i>kita juga punya jogging tracking sampai di Pulau B</i> , sudah baca di Master Plan toh?	G1.1	Terdapat jogging tracking hingga Pulau B	Terdapat jalan setapak yang menghubungkan Pulau A ke Pulau B yang dapat difungsikan sebagai <i>jogging tracking</i> .	2
	Ada juga <i>disediakan jalan setapak yang mengelilingi Pulau Bokori</i> , jadi itu bisa digunakan <i>sebagai pedestrian atau mungkin untuk jogging</i> bagi orang-orang yang menginap di Pulau Bokori.	G2.2	Tersedia jalan setapak yang mengelilingi Pulau Bokori		

Sumber: Analisa Penulis, 2019

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa keunikan prasarana penunjang pariwisata yang dimiliki Pulau Bokori yaitu berupa listrik, penerangan, air bersih, dan jalan setapak. Keunikan prasarana jaringan listrik dan penerangan yang terdapat di Pulau Bokori bersumber dari tenaga genset dan panel surya yang dapat menjadikan Pulau Bokori sebagai destinasi wisata alam dengan energi berkelanjutan. Kemudian air bersih yang digunakan di Pulau Bokori bersumber dari permukiman masyarakat sekitar yang diperoleh dengan cara membeli air bersih tersebut

sehingga dapat menjadi keunikan atau ciri khas sebagai destinasi wisata yang melibatkan masyarakat dalam perekonomian masyarakat sekitar melalui adanya kerjasama dalam persediaan jaringan air bersih yang digunakan dalam kegiatan pariwisata di Pulau Bokori. Pada prasarana jalan setapak yang terdapat di Pulau Bokori merupakan jalan yang mengelilingi Pulau Bokori dan menghubungkan Pulau A Bokori dan Pulau B Bokori yang juga dapat difungsikan sebagai *jogging tracking* bagi pengunjung yang memilih untuk bermalam dan menikmati Pulau Bokori di pagi hari.

e. Keunikan Sarana Penunjang Pariwisata

**Tabel 4.10. Koding Karakteristik Keunikan Sarana Penunjang Pariwisata**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Keunikan sarana penunjang pariwisata	Jadi untuk sementara cuma itu saja yang bisa kita jual di Pulau Bokori seperti <i>Vila untuk penginapan</i> .	G1.1	Terdapat vila penginapan	Keunikan sarana penunjang pariwisata Pulau Bokori memiliki sarana pariwisata yang lengkap dalam menunjang kegiatan pariwisata seperti memiliki vila penginapan, restoran, kamar mandi umum, aula,	7
	Kalo disini, kita <i>sebenarnya ada resto, tapi masih sementara masih tahap ini, apa, pihak ketiga</i> . Ada <i>panggung kesenian, aula juga ada</i> .	G1.2	Terdapat resto, panggung kesenian dan aula		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Sehingga, dengan begitu kita membangun <i>panggung kesenian</i> di Pulau Bokori.	G2.3	Memiliki panggung kesenian	panggung kesenian, gazebo, dan dermaga penyeberangan.	
	Jadi di Pulau Bokori itu sarananya ada <i>villa/cottage 10 unit, gazebo 10 unit, kamar mandi umum 1 unit, menara pemantau ada 2 unit</i> tapi saat ini yang berfungsi hanya ada di Pulau A, <i>kemudian ada aula pertemuan 1 unit, klinik kesehatan 1 unit, mushollah 1 unit, dermaga, dan jembatan penghubung dari Pulau A ke Pulau B.</i>	G2.5	Terdapat restoran, villa, gazebo, kamar mandi umum, menara pemantau, aula pertemuan, klinik kesehatan, musholla, dermaga dan jembatan penghubung		
	Soalnya <i>resort di Pulau Bokori</i> juga lumayan mahal selain itu juga tidak ada penjual makanan yang berjualan disana sampai malam hari	M.1	Terdapat resort		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Jadi disana itu sudah ada <i>resort, gazebo, kantor informasi, papan petunjuk juga ada.</i>	S.1	Memiliki resort, gazebo, kantor informasi dan papan petunjuk		
	Yang jelas ada <i>vila, unit kesehatan</i>	S.2	Terdapat vila, unit kesehatan		
	Aaa kalau itu semuanya masih pemerintah punya, tapi <i>kami sedang mencari pihak ketiga untuk Resto.</i>	G1.3	Resto belum dikelola	Restoran yang terdapat di Pulau Bokori belum dikelola	6
	Jadi, kalau <i>restoran itukan ada tapi masih belum jalan soalnya belum ada yang kelola</i>	G2.4	Resto belum dikelola		
	Nah itu, kita menawarkan <i>restonya dikelola pihak swasta. Tapi belum ada</i>	G2.6	Resto belum dikelola		
	Soalnya resort di Pulau Bokori juga lumayan mahal selain itu juga <i>tidak ada penjual makanan yang berjualan disana</i> sampai malam hari	M.2	Resto belum dikelola		
	Di Bokori sebenarnya juga sudah bisa menginap, <i>tapi belum ada resto</i>	S.3	Restoran belum dikelola		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	<i>yang aktifkan</i> , masa kita bolak-balik hanya beli nasi dos saja				
	Tapi sebenarnya villanya masih belum terlalu banyak yang minati karena <i>belum ada fasilitas restoran</i> .	S.4	Restoran belum dikelola		

*Sumber: Analisa Penulis, 2019*

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa keunikan sarana penunjang pariwisata Pulau Bokori yaitu memiliki sarana pariwisata yang cukup lengkap dalam menunjang kegiatan pariwisata seperti memiliki 10 vila penginapan yang dapat digunakan pengunjung jika ingin menikmati Pulau Bokori di malam hari, kamar mandi umum dan beberapa kran shower yang digunakan untuk membilas badan setelah berenang, aula yang dapat digunakan untuk berbagai kegiatan, panggung kesenian yang digunakan untuk menampilkan kesenian masyarakat Suku Bajo, gazebo yang disewakan sebagai tempat istirahat pengunjung, terdapat pula lapangan voli pantai dan dermaga penyeberangan yang terdapat di daratan Kecamatan Soropia dan Pulau Bokori. Terdapat pula fasilitas berupa restoran namun belum berfungsi karena belum dikelola.

## f. Keunikan Rute dan Transportasi Objek Wisata

**Tabel 4.11. Koding Karakteristik Keunikan Rute dan Transportasi Objek Wisata**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Keunikan rute dan transportasi objek wisata	Kalo dermaga, ya tetap punya masyarakat tadi yang menyewakan kapal-kapalnya. <i>Disini tiap desa punya dermaganya masing-masing.</i>	G1.1	Setiap desa memiliki dermaga	Terdapat dermaga yang disediakan Dinas Perhubungan dan jasa penyeberangan di sepanjang jalan menuju Pulau Bokori yang disediakan oleh masyarakat sekitar Pulau Bokori	8
	Iya, penyeberangan diberikan kepada masyarakat sekitar. <i>Kalo dermaganya, tiap desa di sekitar Pulau Bokori itu punya dermaganya masing-masing.</i>	G2.1	Setiap desa memiliki dermaga masing		
	Tapi, kami juga <i>Dinas Pariwisata bekerjasama dengan Dinas Perhubungan sudah membangun dermaga atau pelabuhan mini</i> untuk dijadikan tempat sandar kapal yang ingin mengantar pengunjung ke Pulau Bokori.	G2.2	Terdapat dermaga penyeberangan yang dibangun oleh Dinas Perhubungan		
	<i>Terus ada juga dermaga di Pulau Bokori untuk menaik-turunkan pengunjung.</i>	G2.3	Terdapat dermaga di Pulau Bokori		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Iya kalo <i>penyeberangan, didominasi masyarakat</i> sini memang	M.1	Jasa penyeberangan didominasi masyarakat sekitar		
	Oh iya, tapi kami juga tidak pernah melarang pengunjung untuk menyeberang melalui dermaga itu. Yang jelas <i>sepanjang jalan menuju Pulau Bokori itu, semua desa memiliki dermaga dan jasa penyeberangan</i> ke Pulau Bokori	M.2	Setiap desa memiliki dermaga dan jasa penyeberangan		
	Terus kita menyeberang ke Pulau Bokori itu <i>biasanya pake penyeberangan yang disediakan masyarakat sekitar, atau ke Dermaga Perhubungan.</i>	S.2	Dermaga masyarakat dan pemerintah		
	Jadi orang kalau mau ke Pulau Bokori nda hanya <i>perjalanan darat langsung kesini, bisa dari Kendari lewat transportasi laut.</i>	G1.2	Akses 2 jalur yaitu darat dan laut	Terdapat 2 jalur atau rute penyeberangan menuju Pulau Bokori. Melalui jalur darat dari Kota Kendari	4

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Kalau dari aksesibilitas menuju Pulau Bokori itu bisa menggunakan 2 jalur. <i>Yang pertama itu ada jalur darat dari Kota Kendari menuju perkampungan Suku Bajo Kecamatan Soropia</i> dengan waktu tempuh sekitar 30 menit, kemudian dilanjutkan dengan melakukan penyeberangan ke Pulau Bokori menggunakan speedboat, katinting atau perahu motor yang disediakan masyarakat tadi. Selain itu, <i>bisa juga langsung melakukan perjalanan laut dari teluk Kendari</i> tapi saat ini pengunjung masih menggunakan rute perjalanan darat.	G2.6	Akses 2 jalur yaitu darat dan laut	menuju Kecamatan Soropia dan jalur laut dari Teluk Kendari menuju Pulau Bokori.	
	bisa melalui <i>darat dan bisa juga melalui jalur laut</i> begitu	G2.9	Akses 2 jalur yaitu darat dan laut		
	Mungkin karena <i>perjalanan darat menuju Pulau Bokori itu banyak perkampungan nelayan dengan</i>	G2.7	Akses 2 jalur yaitu darat dan laut		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	<i>bangunan tradisional yang mereka miliki. Jadi biasanya wisatawan menikmati itu sebagai daya tarik tersendiri juga. Tapi kalau melalui perjalanan laut langsung dari Kota Kendari sebenarnya juga bisa menemukan masyarakat yang disepanjang Teluk Kendari yang sedang melaut, jadi bisa dijadikan sebagai daya tarik juga</i>				
	aksesnya <i>paling mudah, dekat dengan kota</i> , paling sekitar 7 menit sudah bisa sampai ke Pulau Bokori dari darat ke Pulau	G1.3	Akses mudah dan dekat dengan Kota Kendari	Jarak dari Kota Kendari menuju Pulau Bokori cukup dekat dengan Kota Kendari	4
	Jadi kami jawab bahwa belum ada, tetapi <i>perjalanan dari Bandara menuju Pulau Bokori itu cuma sekitar 1 jam</i> , bisa melalui darat dan bisa juga melalui jalur laut begitu	G2.8	Akses mudah dan dekat dengan Kota Kendari		
	Soalnya kan termasuk dekat juga dengan Kota Kendari, <i>perjalanannya Cuma 30-40</i>	S.1	Jarak tempuh perjalanan		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	<i>menitan</i> jadi memang biasanya kita menawarkan kesana		sekitar 30-40 menit		
	Terus juga <i>jarak perjalanan dari perkotaan juga cukup dekat</i>	S.3	Jarak tempuh perjalanan cukup dengan Kota Kendari		

Sumber: Analisa Penulis, 2019

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa keunikan rute dan transportasi pada destinasi pariwisata Pulau Bokori adalah jarak dari Kota Kendari menuju Pulau Bokori cukup dekat dengan Kota Kendari. Terdapat 2 (dua) jalur atau rute penyeberangan menuju Pulau Bokori yaitu jalur darat dari Kota Kendari menuju Kecamatan Soropia dan jalur laut dari Teluk Kendari menuju Pulau Bokori. Terdapat dermaga dan jasa penyeberangan di sepanjang jalan menuju Pulau Bokori yang disediakan oleh masyarakat sekitar Pulau Bokori.

g. Kreatifitas dan Inovasi Peran Pemerintah

**Tabel 4.12. Koding Karakteristik Kreatifitas dan Inovasi Peran Pemerintah**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Kreatifitas dan inovasi	Aaa kalo itu <i>semuanya masih pemerintah</i> punya, tapi kami sedang mencari pihak ketiga untuk Resto.	G1.1	Dikelola pemerintah	Pembangunan dan pengembangan destinasi wisata Pulau Bokori masih	4

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
peran pemerintah	Eh tidak juga sebenarnya itu kalau <b><i>pengembangannya masih dari pihak pemerintah</i></b> saja seperti yang tadi saya bilang	G2.3	Pengembangan oleh pemerintah	dikelola oleh pemerintah provinsi.	
	Iya untuk <b><i>saat ini masih dikelola pemerintah provinsi</i></b>	G2.9	Dikelola pemerintah		
	Pulau Bokori itu masih <b><i>dikelola sama Dinas Pariwisata Provinsi</i></b>	S.1	Dikelola oleh pemerintah		

*Sumber: Analisa Penulis, 2019*

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kreatifitas dan inovasi peran pemerintah yaitu sampai saat ini pembangunan dan pengembangan destinasi wisata Pulau Bokori masih dikelola oleh pemerintah provinsi khususnya Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Tenggara. Pemerintah juga merencanakan akses dari Teluk Kendari menuju beberapa destinasi wisata bahari dengan mengintegrasikan potensi pariwisata yang berada disekitar Kota Kendari khususnya Pulau Bokori. Selain itu dalam pengembangan pariwisata Pulau Bokori, pemerintah memiliki tujuan memberdayakan masyarakat sekitar sehingga memberikan kesempatan masyarakat sekitar untuk memfasilitasi kegiatan penyeberangan menuju Pulau Bokori.

Selain itu, pemerintah berinovasi untuk mengembangkan wisata budaya dengan menynergikan budaya suku Bajo dengan restoran yang terdapat di Pulau Bokori dan

pemerintah berencana memindahtangankan pengelolaan Pulau Bokori kepada pihak swasta.

h. Kreatifitas dan Inovasi Peran Swasta

**Tabel 4.13. Koding Karakteristik Kreatifitas dan Inovasi Peran Swasta**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Kreatifitas dan inovasi peran swasta	Hm kalau kita disini itu yang <i>swasta hanya dibagian promosi Pulau Bokori</i> , jadi kita kerjasama dengan pihak swasta atau travel wisata untuk promosi.	G1.1	Mitra kerja promosi Pulau Bokori	Pihak swasta saat ini hanya terlibat dalam kegiatan promosi Pulau Bokori. Belum terlibat langsung dalam pengembangan pariwisata Pulau Bokori. Kegiatan promosi yang dilakukan pihak swasta yaitu berupa penyebaran brosur di Bandara dan kantor masing-masing. Selain penyebaran brosur, swasta juga melakukan promosi melalui media sosial dan terlibat dalam kegiatan pameran pariwisata.	6
	Kalau untuk kerjasama dengan pihak swasta belum ada kalau untuk pembangunan atau pengembangannya, tapi itu tadi <i>pihak swasta tetap kami jadikan sebagai mitra kerja di bagian promosi, khususnya promosi Pulau Bokori</i>	G2.1	Mitra kerja promosi Pulau Bokori		
	<i>promosinya Pulau Bokori kami punya mitra kerja dengan pihak swasta</i> bagian pariwisata seperti ASITA dan PHRI	G2.2	Mitra kerja promosi Pulau Bokori		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Jadi kalau kita ASITA itu, lebih membantu <i>pemerintah dibagian promosinya, promosi keluar</i> . Sebenarnya di Bandara itu sudah dibangun ITC (Information Tourism Center) isinya itu tentang destinasi wisata di Sulawesi Tenggara, tapi yang isi itu dari kita juga ASITA.	S.1	Kegiatan promosi Pulau Bokori		
	Jadi kami dari <i>ASITA itu memang dipercayakan pemerintah untuk promosinya</i> , di ITC itu yang jaga juga karyawan dari ASITA	S.2	Kegiatan promosi Pulau Bokori		
	Jadi kami sebagai pihak swasta atau tour and travel ini diajak sebagai <i>mitra kerja dalam hal promosi Pulau Bokori</i>	S.3	Mitra kerja promosi Pulau Bokori		

Sumber: Analisa Penulis, 2019

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kreatifitas dan inovasi peran swasta adalah pihak swasta merupakan mitra kerja pemerintah provinsi dalam aspek kepariwisataan. Saat ini pihak swasta terlibat dalam kegiatan promosi Pulau Bokori. Belum terlibat langsung dalam pengembangan pariwisata Pulau Bokori. Kegiatan promosi yang dilakukan pihak swasta yaitu berupa penyebaran brosur di Bandara

dan kantor/instansi. Selain penyebaran brosur, pihak swasta juga melakukan promosi melalui media sosial dan terlibat dalam kegiatan pameran pariwisata.

i. Kreativitas dan Inovasi Peran Masyarakat

**Tabel 4.14. Koding Karakteristik Kreativitas dan Inovasi Peran Masyarakat**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Kreatifitas dan inovasi peran masyarakat	Kalo transportasi itu, disini kita lepas kepada <i>masyarakat sekitar yang bisa jadi sumber mata pencahariannya mereka.</i>	G1.1	Penyeberangan dikelola masyarakat	Masyarakat sekitar Pulau Bokori memiliki keterlibatan dalam kegiatan pariwisata di Pulau Bokori seperti menyewakan kapal kayu yang dimiliki dan membangun dermaga sebagai jasa penyeberangan menuju Pulau Bokori.	9
	Sebenarnya pemerintah juga punya speed boat, tapi yaa memang kita lebih memberikan ke masyarakat, <i>masyarakat kan juga punya kapal kayu. Kebanyakan pengelolanya masyarakat.</i>	G1.2	Penyeberangan dikelola masyarakat		
	Kalo dermaga, ya tetap punya <i>masyarakat tadi yang menyewakan kapal-kapalnya.</i> Disini tiap desa punya dermaganya masing-masing.	G1.3	Penyeberangan dikelola masyarakat		
	Mereka kan pekerjaannya sebagai nelayan jadi pasti <i>memiliki perahu motor, nah itu yang bisa jadi</i>	G2.1	Penyeberangan dikelola masyarakat		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	<i>sebagai penghasilan tambahan</i> kalo sedang tidak melaut.				
	Kalau dermaga masyarakat ya dari masyarakat, <i>biasa dananya dari dana desa masing-masing yang mereka alokasikan untuk pembangunan dermaga di masing-masing desanya</i>	G2.2	Setiap desa memiliki dermaga		
	Kemudian, bisa juga dilihat, <i>kapal penyeberangan ke Pulau Bokori itu dari masyarakat.</i>	G2.8	Penyeberangan dikelola masyarakat		
	<i>Akses dari daratan menuju Pulau Bokori</i> itu bisa dikatakan alhamdulillah 99% perahu-perahu yang dulunya hanya dipakai untuk aktivitas nelayan,	M.1	Penyeberangan dikelola masyarakat		
	Jadi kami lebih memilih membuat dermaga pribadi dibelakang rumah. Jadi <i>semua desa disini punya dermaga penyeberangan dengan biaya dari desa,</i> kecuali Desa	M.7	Setiap desa memiliki dermaga penyeberangan		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Samajaya dananya dari Kabupaten Konawe				
	Tapi kan sebenarnya terserah kita juga mau menyeberang dimana karena <i>masyarakat disana juga dermaga masing-masing.</i>	S.1	Setiap masyarakat memiliki dermaga penyeberangan		
	<i>Masyarakat sekitar sini masih sangat besar animonya untuk terus terlibat dalam kegiatan sehari-hari dengan wisata Pulau Bokori</i> , kan mereka juga jadikan wisata ini sebagai salah satu sumber mata pencahariannya	G1.4	Masyarakat terlibat dalam kegiatan pariwisata	Masyarakat selalu terlibat dalam kegiatan sehari-hari maupun Festival Pulau Bokori setiap tahunnya	5
	Jadi saya melihatnya 3 poin itu, dan terakhir itu, <i>setiap ada kegiatan festival di Pulau Bokori alhamdulillah selalu ada respon dari masyarakat</i> di 7 desa sini	M.2	Masyarakat selalu terlibat dalam kegiatan festival tahunan Pulau Bokori		
	Nah alhamdulillah, kita yang di 7 desa ini disetiap ada kegiatan di Pulau Bokori dan membutuhkan	M.3	Masyarakat terlibat dalam		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	teman-teman sebagai panitia local, <i>alhamdulillah kontribusi masyarakat juga sangat besar terhadap Pulau Bokori</i>		kegiatan pariwisata		
	Kalo masyarakat itu, keterlibatannya cukup besar. Karena dengan terbukanya Pulau Bokori sebagai destinasi wisata, mereka <i>sangat mendukung karena terbukanya lapangan kerja baru bagi mereka</i> , jadi partisipasi aktif masyarakat di sekitarnya Pulau Bokori itu sangat tinggi.	G2.6	Masyarakat mendukung kegiatan pariwisata		
	Dan salah satu yang membuktikan yaitu <i>mereka itu sangat sadar bahwa dengan adanya pariwisata di Pulau Bokori itu sehingga terbentuknya Kelompok Sadar Wisata Pulau Bokori.</i>	G2.7	Terbentuknya Kelompok Sadar Wisata		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Kemudian, ada juga itu <i>panggung kesenian disini, nah itu ide dari masyarakat sekitar, dari Pokdarwisnya</i> lah begitu.	G1.5	Panggung kesenian merupakan ide dari Pokdarwis	Panggung kesenian yang terdapat di Pulau Bokori merupakan ide inovasi dari Pokdarwis dengan tujuan dapat menampilkan tarian suku Bajo seperti tarian panyampo atau tarian penyambutan.	3
	Kemudian, <i>panggung seni disana itu juga inovasi dari pokdarwis selaku masyarakat</i>	G2.10	Panggung kesenian merupakan ide dari Pokdarwis		
	Sehingga kalo ke Bokori itu, pasti lihat panggung. Nah <i>panggung itu ide dari Pokdarwis setidaknya kami suku Bajo ingin menampilkan budaya kita</i> disetiap bulan purnama, tapi belum terealisasi sampai saat ini.	M.6	Panggung kesenian merupakan ide dari Pokdarwis		
	Padahal disana kan <i>banyak bekas-bekas kerang yang bisa menjadi cenderamata dari kerajinan</i>	G2.5	Kekayaan alam belum dikelola masyarakat	Masyarakat belum dapat memanfaatkan kekayaan alam	3

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	<i>tangan. Jadi memang, kreatifitas dari masyarakat yang belum ada</i>		sebagai cenderamata	sebagai cenderamata khas Pulau Bokori	
	Jadi ya <i>intinya kreatifitas masyarakat masih kurang</i> , padahal kita pihak Pemerintah sudah mensosialisasikan, Bintek, <i>tapi sampai saat ini belum ada hasil cenderamata.</i>	G2.6	Kekayaan alam belum dikelola masyarakat sebagai cenderamata		
	Terus ada juga sisa-sisa kerang, yang kalo air surut di Pulau Bokori itu selalu ada kerang disepanjang pinggir laut padahal itu bisa dijadikan sebagai <i>kerajinan tangan khas Pulau Bokori tapi belum dikelola juga</i>	M.3	Kekayaan alam belum dikelola masyarakat sebagai cenderamata		
	Iyaa belum ada, bahkan kami <i>pernah inisiatif bekerjasama dengan Bank Sampah swasta</i> , agar pihak pemerintah peka terhadap hal itu.	M.11	Masyarakat berinovasi megelola sampah Pulau Bokori	Masyarakat berinovasi melalui pengolahan sampah hasil kegiatan di Pulau Bokori untuk dijadikan sebagai cenderamata Pulau Bokori dan upaya pengurangan sampah	1

Sumber: Analisa Penulis, 2019

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kreatifitas dan inovasi peran masyarakat adalah masyarakat sekitar Pulau Bokori memiliki keterlibatan kegiatan pariwisata di Pulau Bokori seperti menyewakan kapal kayu yang dimiliki dan membangun dermaga sebagai jasa penyeberangan menuju Pulau Bokori sehingga dapat membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar yang sebelumnya hanya bekerja sebagai nelayan. Masyarakat memiliki keterlibatan dalam berbagai kegiatan pariwisata di Pulau Bokori seperti Festival Pulau Bokori yang dilaksanakan setiap bulan Oktober. Selain itu, panggung kesenian yang terdapat di Pulau Bokori merupakan inovasi masyarakat untuk mendukung kegiatan wisata budaya. Namun dalam kegiatan perumusan konsep pariwisata, masyarakat masih belum dilibatkan dan kesadaran masyarakat sekitar Pulau Bokori masih cukup rendah dalam memanfaatkan kegiatan pariwisata.

Adapun *positioning* Pulau Bokori sebagai destinasi wisata, Pulau Bokori merupakan kategori *mass tourism* dikarenakan Pulau Bokori masih dalam pengelolaan Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara sehingga pemerintah tidak membatasi jumlah pengunjung untuk meningkatkan pendapatan daerah. Namun, perlu memperhatikan daya dukung dan daya tampung sehingga potensi sumber daya alam yang dimiliki dapat dilestarikan.

### 3) *Brand Identifier*

Hal yang akan dijelaskan dalam *brand personality* yaitu ketersediaan nama brand wisata, ketersediaan logo wisata dan ketersediaan tagline wisata di Pulau Bokori.

#### a. Ketersediaan Nama Brand Wisata

**Tabel 4.15. Koding Karakteristik Ketersediaan Nama Brand Wisata**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Ketersediaan nama brand wisata	Ya kalau nama <i>Pulau Bokori itu memang dari dulu begitu namanya Pulau Bokori</i> yang sekarang itu Desa Bokori.	G1.1	Pulau Bokori	Nama brand wisata adalah Pulau Bokori yang merupakan nama yang sejak dulu ditemukan	7
	Tidak, jadi sejak ditemukan itu <i>Pulau Bokori ya memang namanya Pulau Bokori</i>	G2.1	Pulau Bokori merupakan nama brand wisata		
	Jadi <i>Pulau Bokori memang namanya seperti itu namanya dari dulu</i> dan dia masuk dalam wilayah Desa Bokori.	G2.2	Pulau Bokori merupakan nama brand wisata		
	Pulau Bokori ya <i>memang dari dulu namanya Pulau Bokori</i>	M.1	Pulau Bokori merupakan		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
			nama brand wisata		
	<i>memang Pulau Bokori itu dari dulu namanya Pulau Bokori</i>	M.2	Pulau Bokori merupakan nama brand wisata		
	Hmm tidak, <i>memang Pulau Bokori dari dulu namanya</i>	M.3	Pulau Bokori merupakan nama brand wisata		
	Ee kalau nama Pulau Bokori itu tidak tau juga dari mana, <i>sepertinya memang Pulau Bokori ji saja namanya.</i>	S.1	Pulau Bokori merupakan nama brand wisata		

Sumber: Analisa Penulis, 2019

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa *brand* atau penamaan Pulau Bokori merupakan nama yang sudah ada sejak ditemukannya pulau tersebut. Menurut sejarah, Pulau Bokori merupakan arti dari pulau yang membelakangi atau tersembunyi dalam bahasa masyarakat sekitar.

## b. Ketersediaan Logo Wisata

**Tabel 4.16. Koding Karakteristik Ketersediaan Logo Wisata**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Ketersediaan logo wisata	<i>Setahu saya dulu itu pernah dibuatkan logonya tapi saya lupa, nanti saja kalo ke kantor minta liat logonya</i>	G1.1	Sudah membuat logo	Pulau Bokori memiliki logo yang menggambarkan Pulau Bokori sebagai wisata bahari.	3
	<i>Logonya menggambarkan Pulau Bokori, seperti ada gambar gelombang dan sketsa Pulau Bokori dengan dilengkapi fasilitas untuk bersantai seperti tempat duduk dan payung sebagai identitas yang dimiliki Pulau Bokori</i>	G2.1	Tersedianya logo yang menggambarkan Pulau Bokori		
	<i>Iya logonya kemarin dibuat dari Pihak ITS, jadi MasterPlan Pulau Bokori kan bekerjasama dengan Pihak ITS, Ibu Dian kemarin. Arti logonya itu sebenarnya gambaran atau ilustrasi tentang wisata bahari</i>	G2.2	Tersedianya logo yang menggambarkan wisata bahari Pulau Bokori		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Saya kurang paham apakah <i>logonya itu sudah resmi atau bagaimana</i>	G1.2	Logo belum resmi digunakan	Logo yang dimiliki masih belum digunakan secara resmi	3
	Logo? Kalau itu saya tidak tau juga, tapi selama ini kayaknya belum pernah pake logo	M.1	Logo belum diketahui		
	Logo? Kalau itu <i>saya tidak tau juga, tapi selama ini kayaknya belum pernah pake logo</i>	S.1	Logo belum diketahui		

Sumber : Penulis, 2019

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Pulau Bokori memiliki logo yang menggambarkan Pulau Bokori sebagai wisata bahari Sulawesi Tenggara. Namun, sampai saat ini logo tersebut belum digunakan secara resmi.

c. Ketersediaan Tagline Wisata

**Tabel 4.17. Koding Karakteristik Ketersediaan Tagline Wisata**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Ketersediaan tagline wisata	Taglinenya itu, <i>I Love Bokori</i> .	G2.1	I Love Bokori sebagai tagline	Pulau Bokori memiliki tagline "I Love Bokori"	1

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Kalau <i>taglinenya saya kurang paham juga, sepertinya ada</i> tapi coba nanti tanyakan ke Pak Amin saja.	G1.1	Terdapat tagline	<i>Tagline</i> belum diperkenalkan kepada masyarakat	3
	<i>Saya tidak tau juga itu</i> , sama ji kayak tadi itu. Pokoknya itu ada disana tulisan “ <i>I Love Bokori Island</i> ” kalau tidak salah.	M.1	Belum mengetahui adanya <i>tagline</i>		
	Eee, <i> mungkin ada tapi kayaknya</i> langsung ke Dinas Pariwisata saja.	S.1	Terdapat tagline		
	Iya, kalau dari kami untuk Pulau Bokori belum ada. <i>Tapi kayaknya kalau dari dinas, ada itu kayaknya.</i>	S.2	Terdapat tagline		

Sumber: Analisa Penulis, 2019

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Pulau Bokori memiliki *tagline* “I Love Bokori” namun, *tagline* tersebut belum diperkenalkan.

Berdasarkan hasil dari tabel koding sebelumnya, menghasilkan beberapa ide jawaban pada setiap variabel penelitian. Namun, ide jawaban tersebut belum dapat digunakan sebagai hasil dari proses *content analysis*, sehingga diperlukan proses konfirmasi pada setiap *stakeholder* sehingga ide jawaban tersebut menjadi valid dan dapat digunakan sebagai hasil dalam analisis identifikasi karakteristik *branding* pariwisata Pulau Bokori. Berikut ini merupakan tabel konfirmasi *content analysis* karakteristik *branding* Pulau Bokori.

**Tabel 4.18. Konfirmasi Hasil Content Analysis Karakteristik Branding Pulau Bokori**

Kode	Responden Kunci
G1	Pengelola Pulau Bokori / Staff Dinas Pariwisata
G2	Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara
M	Kelompok Sadar Wisata Bajo Bokori
S	Abdillah Travel and Tour

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		HASIL
	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	
<b>Strength (Kekuatan)</b>									
Citra yang melekat pada obyek wisata Pulau Bokori yaitu wisata alam berupa wisata pantai.	<i>"Untuk saat ini pengenalan Pulau Bokori dikenalkan sebagai wisata pantai atau pulau dengan dilengkapi beberapa wahana."</i>	4	<i>"Kalau citranya, ya kita tentu yang kita angkat itu tentunya wisata alam yang dimiliki Pulau Bokori."</i>	3	<i>"Kalau citranya Pulau Bokori bisa ke wisata alam, karna airnya yg bagus, pantai putihnya juga. Jadi kebanyakan wisatawan itu kan tertarik dengan itu potensi alam seperti itu kalau memang ke Pulau Bokori hanya untuk melakukan refreshing."</i>	2	<i>"Wisata alam saja, sejauh ini kan memang yang masih sangat jelas potensi wisatanya ya wisata pantainya"</i>	2	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa citra yang melekat pada destinasi yaitu wisata alam berupa wisata pantai.
Media pemasaran obyek wisata Pulau Bokori	<i>"Kita ada Dinas Pariwisata bagian bidang"</i>	1	<i>"Bagian promosi membuat media-media promosi"</i>	3			<i>"Iya, kita biasanya promosinya"</i>	3	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa media pemasaran

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		HASIL
	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	
menggunakan media promosi berupa media cetak seperti penyebaran brosur.	<i>promosi, banyak brosur yang digunakan. Sekitar bulan 2 rencananya kami jalan ke hotel-hotel untuk kerjasama. Yaa, seperti door to door.</i>		<i>berupa brosur, booklet, leaflet, dan lain sebagainya.</i>				<i>kalau Pulau Bokori itu berupa brosur. Brosurnya biasanya kita sebar ke beberapa hotel, untuk disimpan diresepsionis atau upload di media social kami</i>		menggunakan media promosi berupa media cetak seperti penyebaran brosur.
Media pemasaran obyek wisata Pulau Bokori menggunakan media promosi berupa media sosial seperti mengunggah foto atau video di Instagram, Facebook, dan Youtube.	<i>“Nda, Cuma media social pribadi. Sebenarnya juga ada web dinas pariwisata tapi belum jalan lagi. Ya kalo missal sudah jalan, kan kita juga bisa promosi melalui itu.”</i>	2	<i>“Selain itu, kita juga melakukan promosi melalui media elektronik, media social seperti Facebook, Instagram, atau hanya sekedar membagikan foto-foto destinasi wisata melalui WhatsApp”</i>	3	<i>“Promosi dari masyarakat, melalui social media yang dimiliki generasi muda suku Bajo”</i>	1	<i>“Iya, kita biasanya promosinya kalau Pulau Bokori itu berupa brosur. Brosurnya biasanya kita sebar ke beberapa hotel, untuk disimpan diresepsionis atau upload di media social kami”</i>	2	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa media pemasaran menggunakan media promosi berupa media sosial seperti mengunggah foto atau video di Instagram, Facebook, dan Youtube.
Media pemasaran obyek wisata Pulau Bokori menggunakan media promosi berupa media elektronik			<i>“Jadi kalo kita disini selain melalui online elektronik juga kerjasama dengan tvri”</i>	2					<b>Tidak terkonfirmasi</b> bahwa media pemasaran menggunakan media elektronik. Hal tersebut dikarenakan stakeholder tidak mengetahui adanya

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		HASIL
	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	
									promosi melalui media elektronik.
Pulau Bokori juga memiliki festival tahunan yaitu Festival Pulau Bokori yang digunakan untuk mempromosikan Pulau Bokori	“Kemudian kan juga itu tadi, ada <b>Festival Pulau Bokori setiap tahun untuk promosikan Pulau Bokori juga.</b> ”	1	“Tapi yang paling utama dalam rangka menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Pulau Bokori itu, kita <b>menguatkan brandingnya di Festival Pulau Bokori</b> ”	1	“Terus juga sebenarnya ada eventnya Pulau Bokori itu setiap tahun diadakan. Namanya <b>Festival Pulau Bokori, nah itu salah satu caranya juga pemerintah untuk promosikan Pulau Bokori</b> ”	1	“Nanti di bulan Oktober itu ada lagi <b>Festival Pulau Bokori agenda tahunan</b> yang tahun ini sudah tahun ketiga.”	1	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa terdapat festival tahunan yaitu Festival Pulau Bokori yang digunakan untuk mempromosikan Pulau Bokori
Keunikan daya tarik wisata alam yang dimiliki Pulau Bokori berupa potensi alam dengan keindahan alam baik didarat maupun didasar laut, seperti pasir putih, pepohonan, ombak yang tenang, terumbu karang dan keberagaman biota laut yang dimiliki.	“Kalau wisata alam mungkin <b>pasir putihnya disini, kemudian juga ombaknya kan tenang, banyak terumbu karang juga disekitar Pulau Bokori ini.</b> ”	1	“Seperti wisata pulau atau pantai dengan keindahan pasir putih, ombak yang tenang, terumbu karangnya, pokoknya keindahan alamnya, baik itu di darat maupun di bawah laut.”	1	“Kemudian kalau air laut itu surut ada <b>pasir putih yang membentang kearah timur itu kurang lebih 2 kilo panjangnya</b> ”	4	“Jadi kalau kami biasanya menampilkan foto yang menggambarkan Pulau Bokori, sebagai wisata <b>Pulau atau Pantai, dengan pasir putihnya, lautnya yang bersih, ombaknya juga tenang</b> ”	3	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa keunikan daya tarik wisata alam berupa potensi alam dengan keindahan alam baik didarat maupun didasar laut, seperti pasir putih, pepohonan, ombak yang tenang, terumbu karang dan keberagaman biota laut yang dimiliki.
Keunikan daya tarik wisata budaya yang	“Disini juga ada <b>daya tarik wisata budaya</b> ”	2	“ <b>Nah mereka itu punya budaya, jadi setiap ada</b> ”	1	“Biasanya juga kami diajak untuk mengisi	1	“Kalau <b>wisata budaya, juga ada.</b> ”	1	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa keunikan daya tarik wisata

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		HASIL
	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	
dimiliki Pulau Bokori yaitu wisata budaya Suku Bajo berupa tarian, lantunan hingga kuliner khas Suku Bajo.			<i>festival di Pulau Bokori itu mereka menampilkan budaya-budaya Bajo, mereka kan Suku Bajo.”</i>		<i>kegiatan berupa wisata budaya, jadi kami warga sini tampilkan wisata khas Bajo di Pulau Bokori”</i>				budaya yaitu wisata budaya Suku Bajo berupa tarian, lantunan hingga kuliner khas Suku Bajo.
Keunikan daya tarik wisata minat khusus yang dimiliki Pulau Bokori yaitu memiliki kegiatan wisata olahraga seperti jogging dan olahraga air seperti jetski, banana boat, dan kano	<i>“Disini juga ada daya tarik wisata budaya dan wisata olahraga juga mungkin”</i>	3	<i>“Nah kalau untuk lapangan voli itu, biasa itu kita laksanakan juga tiap tahun lomba voli pantai”</i>	1	<i>“Disana itu juga tersedia banana boat, donat boat, ada perahu kecil itu juga ada”</i>	2	<i>“Kalau yang lain mungkin lebih ke pendukung wisata pantainya saja, seperti ada wahana yang disediakan juga mulai dari Kano, Banana Boat, Jetski juga ada.”</i>	1	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa keunikan daya tarik wisata minat khusus yaitu memiliki kegiatan wisata olahraga seperti jogging dan olahraga air seperti jetski, banana boat, dan kano
Keunikan daya tarik wisata minat khusus yang dimiliki Pulau Bokori yaitu terdapat spot pemancingan yang dapat digunakan wisatawan	<i>“Kan warga punya karamba disini, biasa kalo malam bisa memancing cumi-cumi atau ikan karang yang kecil-kecil. Bisalah untuk wisata pemancingan kalo disini itu karena kita kan dikelilingi laut ini di pulau ini”</i>	1	<i>“Jadi disana ada pemancingan, sampai disekitaran Pulau Saponda itu memang sering memancing kesana”</i>	2			<i>Ada juga pemancingan, tapi kami jarang dapat client yang menginap disana, kan biasanya pemancingannya sore sampai malam</i>	1	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa Keunikan daya tarik wisata minat khusus yaitu terdapat spot pemancingan.
Keunikan daya tarik wisata minat khusus yang	<i>“Sebenarnya ada area snorkeling tapi</i>	1	<i>“Eee, wisata olahraga itu ada diving,</i>	3			<i>“Untuk diving dengan snorkeling ada</i>	2	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa keunikan daya tarik wisata

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		HASIL
	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	
dimiliki Pulau Bokori yaitu <i>diving</i> dan <i>snorkeling</i>	<i>lokasinya agak diluar Pulau Bokori</i>		<i>snorkeling biasanya ada pengunjung yang datang untuk diving karena disana kan juga bagus karang-karangnya kan, jadi seperti itu.</i>				<i>di Pulau Bokori tapi kayaknya pemerintah belum menyiapkan fasilitas, adanya untuk spot-spot foto saja</i>		minat khusus yaitu <i>diving</i> dan <i>snorkeling</i>
Keunikan prasarana di Pulau Bokori memiliki prasarana berupa listrik dan penerangan yang bersumber dari genset dan panel surya.	<i>“Tapi kalo disini kan penerangan sudah ada, pake genset dan tenaga surya.”</i>	1	<i>“Jadi, kalau prasarana itu ada listrik yang bersumber dari genset dan panel surya.”</i>	2	<i>“Kemudian jaringan listriknya itu belum dari PLN, masih dari genset saja, sama itu lampu penerangannya dari panel.”</i>	1	<i>“Nah kalau sarana prasarana kan itu pembangunannya dari pemerintah. Air bersih dan listrik juga sudah ada”</i>	1	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa keunikan prasarana memiliki prasarana berupa listrik dan penerangan yang bersumber dari genset dan panel surya
Keunikan prasarana di Pulau Bokori yaitu berupa air bersih diambil dari masyarakat sekitar	<i>“Kita kalo air bersihnya beli dari kampung sebelah, soalnya kalo di pulau ini kan tidak ada sumber air, jadi kita pake sistem beli air”</i>	1	<i>“Terus juga ada air bersih, nah kalau air bersih itu diambil dari masyarakat sekitar, tempat sampah juga ada.”</i>	1	<i>“Nah kalau berbicara soal air bersih di Pulau Bokori itu sudah tersedia juga air bersih, diambil masyarakat sini juga.”</i>	1	<i>“Nah kalau sarana prasarana kan itu pembangunannya dari pemerintah. Air bersih dan listrik juga sudah ada”</i>	1	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa keunikan prasarana yaitu berupa air bersih diambil dari masyarakat sekitar
Terdapat jalan setapak yang menghubungkan Pulau A ke Pulau B yang dapat	<i>“Yaa, lebih ke wisata alam pantai saja. Tapi sebenarnya kan kita juga</i>	1	<i>ada juga disediakan jalan setapak yang mengelilingi Pulau Bokori,</i>	1					<b>Tidak Konfirmasi</b> bahwa terdapat jalan setapak yang menghubungkan Pulau A ke Pulau B.

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		HASIL
	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	
difungsikan sebagai jogging tracking.	<i>punya jogging tracking sampai di Pulau B, sudah baca di Master Plan toh?"</i>		<i>jadi itu bisa digunakan sebagai pedestrian atau mungkin untuk jogging bagi orang-orang yang menginap di Pulau Bokori."</i>						Namun, berdasarkan hasil observasi peneliti terdapat jalan setapak.
Keunikan sarana penunjang pariwisata Pulau Bokori memiliki sarana pariwisata yang lengkap dalam menunjang kegiatan pariwisata seperti memiliki vila penginapan, restoran, kamar mandi umum, aula, panggung kesenian, gazebo, dan dermaga penyeberangan.	<i>"Kalo disini, kita sebenarnya ada resto, tapi masih sementara masih tahap ini, apa, pihak ketiga. Ada panggung kesenian, aula juga ada."</i>	2	<i>"Jadi di Pulau Bokori itu sarananya ada villa/cottage 10 unit, gazebo 10 unit, kamar mandi umum 1 unit, menara pemantau ada 2 unit tapi saat ini yang berfungsi hanya ada di Pulau A, kemudian ada aula pertemuan 1 unit, klinik kesehatan 1 unit, mushollah 1 unit, dermaga, dan jembatan penghubung dari Pulau A ke Pulau B."</i>	2	<i>"Soalnya resort di Pulau Bokori juga lumayan mahal selain itu juga tidak ada penjual makanan yang berjualan disana sampai malam hari."</i>	1	<i>"Jadi disana itu sudah ada resort, gazebo, kantor informasi, papan petunjuk juga ada."</i>	2	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa keunikan sarana memiliki sarana pariwisata yang lengkap memiliki vila penginapan, restoran, kamar mandi umum, aula, panggung kesenian, gazebo, dan dermaga penyeberangan
Terdapat dermaga yang disediakan Dinas	<i>"Kalo dermaga, ya tetap punya masyarakat tadi"</i>	1	<i>"Iya, penyeberangan diberikan kepada"</i>	3	<i>"Iya kalo penyeberangan, didominasi"</i>	2	<i>"Terus kita menyeberang ke Pulau Bokori itu"</i>	1	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa terdapat dermaga yang

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		HASIL
	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	
Perhubungan dan jasa penyeberangan di sepanjang jalan menuju Pulau Bokori yang disediakan oleh masyarakat sekitar Pulau Bokori	<i>yang menyewakan kapal-kapalnya. Disini tiap desa punya dermaganya masing-masing.”</i>		<i>masyarakat sekitar. Kalo dermaganya, tiap desa di sekitar Pulau Bokori itu punya dermaganya masing-masing.”</i>		<i>masyarakat sini memang”</i>		<i>biasanya pake penyeberang-an yang disediakan masyarakat sekitar, atau ke Dermaga Perhubungan”</i>		disediakan Dinas Perhubungan dan jasa penyeberang-an di sepanjang jalan menuju Pulau Bokori yang disediakan oleh masyarakat sekitar.
Terdapat 2 jalur atau rute penyeberangan yaitu jalur darat-laut, dan jalur laut langsung	<i>“Jadi orang kalau mau ke Pulau Bokori nda hanya perjalanan darat langsung kesini, bisa dari Kendari lewat transportasi laut.”</i>	1	<i>“Mungkin karena perjalanan darat menuju Pulau Bokori itu banyak perkampungan nelayan dengan bangunan tradisional yang mereka miliki. Tapi kalau melalui perjalanan laut langsung dari Kota Kendari sebenarnya juga bisa menemukan masyarakat yang disepanjang Teluk Kendari yang sedang melaut, jadi bisa dijadikan</i>	3					Tidak Terkonfirmasi bahwa terdapat 2 jalur atau rute penyeberang-an yaitu jalur darat-laut, dan jalur laut langsung menuju Pulau Bokori. Hal tersebut dikarenakan stakeholder masyarakat dan swasta hanya menggunakan jalur darat-laut menuju Pulau Bokori

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		HASIL
	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	
			sebagai daya tarik juga”						
Jarak dari Kota Kendari menuju Pulau Bokori cukup dekat dengan Kota Kendari	“aksesnya paling mudah, dekat dengan kota, paling sekitar 7 menit sudah bisa sampai ke Pulau Bokori dari darat ke Pulau”	1	“Jadi kami jawab bahwa belum ada, tetapi perjalanan dari Bandara menuju Pulau Bokori itu Cuma sekitar 1 jam, bisa melalui darat dan bisa juga melalui jalur laut begitu”	1			“Soalnya kan termasuk dekat juga dengan Kota Kendari, perjalanannya Cuma 30-40 menitan jadi memang biasanya kita menawarkan kesana”	2	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa jarak dari Kota Kendari menuju Pulau Bokori cukup dekat dengan Kota Kendari
Pembangunan dan pengembangan destinasi wisata Pulau Bokori masih dikelola oleh pemerintah provinsi.	“Aaa kalo itu semuanya masih pemerintah punya, tapi kami sedang mencari pihak ketiga untuk Resto.”	1	“Iya untuk saat ini masih dikelola pemerintah provinsi”	2			“Pulau Bokori itu masih dikelola sama Dinas Pariwisata Provinsi”	1	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa pembangunan dan pengembangan masih dikelola oleh pemerintah provinsi.
Pihak swasta terlibat dalam kegiatan promosi Pulau Bokori. Belum terlibat langsung dalam pengembangan pariwisata Pulau Bokori.	“Hm kalau kita disini itu yang swasta hanya dibagian promosi Pulau Bokori, jadi kita kerjasama dengan pihak swasta atau travel wisata untuk promosi”	1	“promosinya Pulau Bokori kami punya mitra kerja dengan pihak swasta bagian pariwisata seperti ASITA dan PHRI”	1			“Jadi kami dari ASITA itu memang dipercayakan pemerintah untuk promosinya, di ITC itu yang jaga juga karyawan dari ASITA”	6	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa pihak swasta terlibat dalam kegiatan promosi
Masyarakat sekitar Pulau Bokori	“Kalo transportasi itu,	3	“Kalau dermaga masyarakat ya	3	“Akses dari daratan menuju	2	“Tapi kan sebenarnya	1	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa masyarakat

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		HASIL
	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	
memiliki keterlibatan dalam kegiatan pariwisata di Pulau Bokori seperti menyewakan kapal kayu yang dimiliki dan membangun dermaga sebagai jasa penyeberangan menuju Pulau Bokori.	<i>disini kita lepas kepada masyarakat sekitar yang bisa jadi sumber mata pencahariannya mereka.”</i>		<i>dari masyarakat, biasa dananya dari dana desa masing-masing yang mereka alokasikan untuk pembangunan dermaga di masing-masing desanya”</i>		<i>Pulau Bokori itu bisa dikatakan alhamdulillah 99% perahu-perahu yang dulunya hanya dipakai untuk aktivitas nelayan”</i>		<i>terserah kita juga mau menyeberang dimana karena masyarakat disana juga dermaga masing-masing.”</i>		sekitar Pulau Bokori memiliki keterlibatan dalam kegiatan pariwisata seperti menyewakan kapal kayu yang dimiliki dan membangun dermaga sebagai jasa penyeberangan menuju Pulau Bokori.
Masyarakat selalu terlibat dalam kegiatan sehari-hari maupun Festival Pulau Bokori setiap tahunnya	<i>“Masyarakat sekitar sini masih sangat besar animonya untuk terus terlibat dalam kegiatan sehari-hari dengan wisata Pulau Bokori, kan mereka juga jadikan wisata ini sebagai salah satu sumber mata pencahariannya”</i>	1	<i>“Kalo masyarakat itu, keterlibatannya cukup besar. Karena dengan terbukanya Pulau Bokori sebagai destinasi wisata, mereka sangat mendukung karena terbukanya lapangan kerja baru bagi mereka, jadi partisipasi aktif masyarakat di sekitarnya Pulau Bokori itu sangat tinggi.”</i>	2	<i>“Nah alhamdulillah, kita yang di 7 desa ini disetiap ada kegiatan di Pulau Bokori dan membutuhkan teman-teman sebagai panitia local, alhamdulillah kontribusi masyarakat juga sangat besar terhadap Pulau Bokori”</i>	2			<b>Terkonfirmasi</b> bahwa masyarakat selalu terlibat dalam kegiatan sehari-hari maupun Festival Pulau Bokori setiap tahunnya

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		HASIL
	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	
Panggung kesenian yang terdapat di Pulau Bokori merupakan ide inovasi dari Pokdarwis dengan tujuan dapat menampilkan tarian suku Bajo seperti tarian panyampo atau tarian penyambutan.	<i>“Kemudian, ada juga itu panggung kesenian disini, nah itu ide dari masyarakat sekitar, dari Pokdarwisnya lah begitu.”</i>	1	<i>“Kemudian, panggung seni disana itu juga inovasi dari pokdarwis selaku masyarakat”</i>	1	<i>“Sehingga kalo ke Bokori itu, pasti lihat panggung. Nah panggung itu ide dari Pokdarwis setidaknya kami suku Bajo ingin menampilkan budaya kita disetiap bulan purnama, tapi belum terealisasi sampai saat ini.”</i>	1			<b>Terkonfirmasi</b> bahwa panggung kesenian merupakan ide inovasi dari Pokdarwis dengan tujuan dapat menampilkan tarian suku Bajo
Masyarakat memberikan inovasi berupa pengolahan sampah hasil kegiatan di Pulau Bokori untuk dijadikan sebagai cenderamata Pulau Bokori dan upaya pengurangan sampah					<i>“Iyaa belum ada, bahkan kami pernah inisiatif bekerjasama dengan Bank Sampah swasta, agar pihak pemerintah peka terhadap hal itu.”</i>	1			<b>Tidak Terkonfirmasi</b> bahwa masyarakat memberikan inovasi berupa pengolahan sampah hasil kegiatan di Pulau Bokori untuk dijadikan sebagai cenderamata Pulau Bokori dan upaya pengurangan sampah. Hal tersebut dikarenakan mayoritas stakeholder tidak mengetahui upaya tersebut.

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		HASIL
	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	
Nama brand wisata adalah Pulau Bokori yang merupakan nama yang sejak dulu ditemukan	<i>“Ya kalau nama Pulau Bokori itu memang dari dulu begitu namanya Pulau Bokori yang sekarang itu Desa Bokori”</i>	1	<i>“Jadi Pulau Bokori memang namanya seperti itu namanya dari dulu dan dia masuk dalam wilayah Desa Bokori.”</i>	2	<i>“Pulau Bokori ya memang dari dulu namanya Pulau Bokori”</i>	3	<i>“Ee kalau nama Pulau Bokori itu tidak tau juga dari mana, sepertinya memang Pulau Bokori ji saja namanya.”</i>	1	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa nama brand wisata adalah Pulau Bokori yang merupakan nama yang sejak dulu ditemukan
Pulau Bokori memiliki logo yang menggambarkan Pulau Bokori sebagai wisata bahari	<i>“Setahu saya dulu itu pernah dibuatkan logonya tapi saya lupa, nanti saja kalo ke kantor minta liat logonya”</i>	1	<i>“Logonya menggambarkan Pulau Bokori, seperti ada gambar gelombang dan sketsa Pulau Bokori dengan dilengkapi fasilitas untuk bersantai seperti tempat duduk dan payung sebagai identitas yang dimiliki Pulau Bokori”</i>	2					<b>Tidak Terkonfirmasi</b> bahwa terdapat logo yang menggambarkan Pulau Bokori sebagai wisata bahari. Hal tersebut dikarenakan <i>stakeholder</i> belum mengetahui adanya logo
Pulau Bokori memiliki tagline “I Love Bokori”			<i>“Taglinenya itu, I Love Bokori.”</i>	1					<b>Tidak terkonfirmasi</b> bahwa memiliki tagline yaitu “I Love Bokori”. Hal tersebut dikarenakan tagline hanya diketahui pihak Dinas Pariwisata saja
<b>Weakness (Kelemahan)</b>									

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		HASIL
	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	
Media pemasaran yang digunakan merupakan media sosial pribadi	<i>“Nda, Cuma media social pribadi”</i>	1	<i>“Kalau wisatawan mancanegara paling taunya dari social media, Instagram atau Youtube yang diunggah orang-orang.”</i>	1	<i>“Iya, promosi dari masyarakat. Melalui social media yang dimiliki generasi muda suku Bajo”</i>	1	<i>“Nah itu biasanya kita pakai social media, jadi kita sangat memanfaatkan facebook, Instagram, telegram, twitternya kita pihak travel”</i>	1	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa media pemasaran yang digunakan merupakan media sosial pribadi
Faktor cuaca atau alam dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Pulau Bokori	<i>“Tapi kayak tadi saya bilang diawal, untuk bulan Januari ini memang lagi menurun karna faktor cuaca”</i>	1					<i>“Kalau Bokori biasanya orang takut menyeberang kalau ada isu-isu kencang angin, ombak besar atau habis gempa”</i>	1	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa faktor cuaca atau alam dapat mempengaruhi-I kunjungan wisatawan.
Wisata budaya hanya ditampilkan pada saat event tahunan yaitu Festival Pulau Bokori	<i>“Iyaa, belum bisa tiap hari. Nanti kalau ada event disini, baru mereka tampilkan budayanya”</i>	2	<i>“Iya, kalo lagi festival saja. Tidak seperti didaerah lain yang setiap hari. Jadi kalo di Pulau Bokori kan memang ada event tahunannya, Festival Pulau Bokori namanya jadi disitu mereka tampil”</i>	2	<i>“Jadi selama ini, untuk wisata budaya local itu kami yang tampilkan melalui festival Pulau Bokori.”</i>	2	<i>“Kalau wisata budaya, juga ada. Tapi itu wisatanya tidak setiap hari”</i>	2	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa wisata budaya hanya ditampilkan pada saat event tahunan yaitu Festival Pulau Bokori
Belum terdapat souvenir atau	<i>“Kalau misal kayak”</i>	1	<i>“Jadi kelelahannya”</i>	3	<i>“Terus ada juga sisa-sisa”</i>	1			<b>Terkonfirmasi</b> bahwa belum

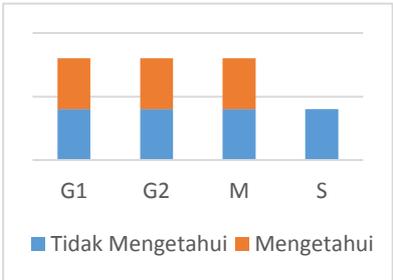
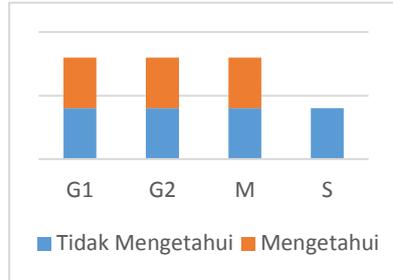
Ide Jawaban	G1		G2		M		S		HASIL
	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	
cenderamata khas Pulau Bokori	<i>gantungan kunci atau yang khas dari sini itu belum ada”</i>		<i>itu belum ada cenderamata khas Pulau Bokori”</i>		<i>kerang, yang kalo air surut di Pulau Bokori itu selalu ada kerang disepanjang pinggir laut padahal itu bisa dijadikan kerajinan tangan khas Pulau Bokori tapi belum dikelola juga”</i>				terdapat souvenir atau cenderamata khas Pulau Bokori
Restoran yang terdapat di Pulau Bokori belum dikelola	<i>“Kalau disini, kita sebenarnya ada Resto, tapi masih sementara masih tahap ini, apa, pihak ketiga”</i>	2	<i>“Jadi, kalau restoran itu kan ada tapi masih belum jalan soalnya belum ada yang kelola”</i>	2	<i>Soalnya resort di Pulau Bokori juga lumayan mahal selain itu juga tidak ada penjual makanan yang berjualan disana sampai malam hari</i>	1	<i>“Tapi sebenarnya villanya masih belum terlalu banyak yang minati karena belum ada fasilitas restoran.”</i>	2	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa restoran yang terdapat di Pulau Bokori belum dikelola

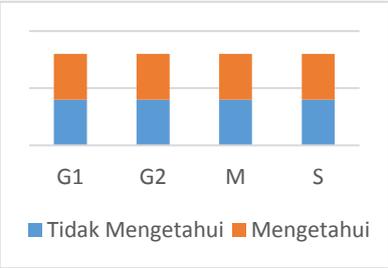
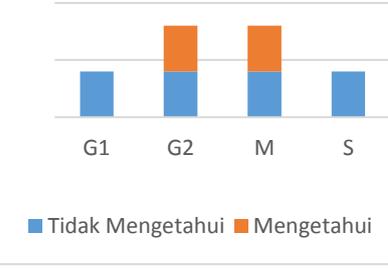
Ide Jawaban	G1		G2		M		S		HASIL
	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	Kutipan Responden	Repetisi	
Masyarakat belum dapat memanfaatkan kekayaan alam sebagai cenderamata khas Pulau Bokori			<i>Padahal disana kan banyak bekas-bekas kerang yang bisa menjadi cenderamata dari kerajinan tangan. Jadi memang, kreatifitas dari masyarakat yang belum ada</i>	2	<i>Terus ada juga sisa-sisa kerang, yang kalo air surut di Pulau Bokori itu selalu ada kerang disepanjang pinggir laut padahal itu bisa dijadikan sebagai kerajinan tangan khas Pulau Bokori tapi belum dikelola juga</i>	1			<b>Tidak Terkonfirmasi</b> bahwa masyarakat belum dapat memanfaatkan kekayaan alam sebagai cenderamata.
Logo yang dimiliki masih belum digunakan secara resmi	<i>“Saya kurang paham apakah logonya itu sudah resmi atau bagaimana”</i>	1			<i>“Logo? Kalau itu saya tidak tau juga, tapi selama ini kayaknya belum pernah pake logo”</i>	1	<i>“Kayaknya belum ada kalau logonya.”</i>	1	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa logo yang dimiliki masih belum digunakan
Tagline belum diketahui oleh masyarakat dan pengunjung	<i>“Kalau taglinenya saya kurang paham juga, sepertinya ada tapi coba nanti tanyakan ke Pak Amin saja.”</i>	1			<i>“Saya tidak tau juga itu, sama ji kayak tadi itu. Pokoknya itu ada disana tulisan “I Love Bokori Island” kalau tidak salah.”</i>	1	<i>“Eee, mungkin ada tapi kayaknya langsung ke Dinas Pariwisata saja.”</i>	2	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa tagline belum diketahui oleh masyarakat dan pengunjung

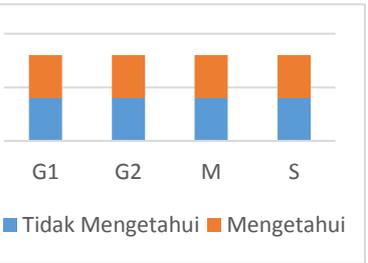
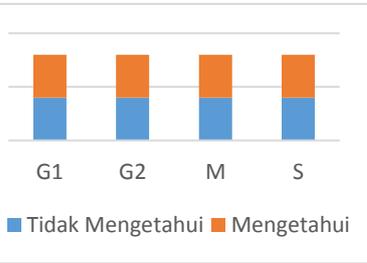
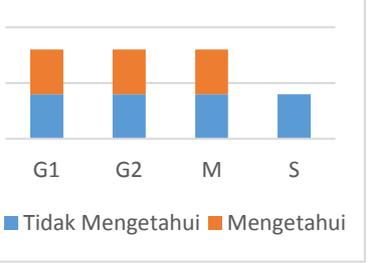
Sumber : Hasil Analisa, 2019

Berdasarkan tabel konfirmasi diatas, terdapat beberapa ide jawaban yang tidak terkonfirmasi. Hal tersebut dikarenakan ketidaktahuan atau ketidakterlibatan pada *stakeholder* tertentu mengenai variabel tersebut. Berikut ini merupakan tabel analisis penilaian stakeholder pada karakteristik *branding* Pulau Bokori.

**Tabel 4.19. Analisis Penilaian Stakeholder pada Karakteristik *branding* Pariwisata Pulau Bokori**

Ide Jawaban	Analisis penilaian menurut stakeholder		Ide Jawaban																														
<p>Media pemasaran menggunakan media elektronik</p>	 <table border="1"> <caption>Data for Media pemasaran menggunakan media elektronik</caption> <thead> <tr> <th>Stakeholder</th> <th>Tidak Mengetahui</th> <th>Mengetahui</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>G1</td> <td>30%</td> <td>70%</td> </tr> <tr> <td>G2</td> <td>30%</td> <td>70%</td> </tr> <tr> <td>M</td> <td>30%</td> <td>70%</td> </tr> <tr> <td>S</td> <td>100%</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui	G1	30%	70%	G2	30%	70%	M	30%	70%	S	100%	0%	 <table border="1"> <caption>Data for Jalan setapak yang menghubungkan Pulau A ke Pulau B</caption> <thead> <tr> <th>Stakeholder</th> <th>Tidak Mengetahui</th> <th>Mengetahui</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>G1</td> <td>30%</td> <td>70%</td> </tr> <tr> <td>G2</td> <td>30%</td> <td>70%</td> </tr> <tr> <td>M</td> <td>30%</td> <td>70%</td> </tr> <tr> <td>S</td> <td>100%</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui	G1	30%	70%	G2	30%	70%	M	30%	70%	S	100%	0%	<p>Jalan setapak yang menghubungkan Pulau A ke Pulau B</p>
Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui																															
G1	30%	70%																															
G2	30%	70%																															
M	30%	70%																															
S	100%	0%																															
Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui																															
G1	30%	70%																															
G2	30%	70%																															
M	30%	70%																															
S	100%	0%																															

Ide Jawaban	Analisis penilaian menurut stakeholder		Ide Jawaban																														
<p>2 jalur atau rute penyeberangan yaitu jalur darat-laut, dan jalur laut langsung menuju Pulau Bokori.</p>	 <table border="1"> <caption>Data for Route Option Knowledge</caption> <thead> <tr> <th>Stakeholder</th> <th>Tidak Mengetahui</th> <th>Mengetahui</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>G1</td> <td>~30%</td> <td>~70%</td> </tr> <tr> <td>G2</td> <td>~30%</td> <td>~70%</td> </tr> <tr> <td>M</td> <td>~30%</td> <td>~70%</td> </tr> <tr> <td>S</td> <td>~30%</td> <td>~70%</td> </tr> </tbody> </table>	Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui	G1	~30%	~70%	G2	~30%	~70%	M	~30%	~70%	S	~30%	~70%	 <table border="1"> <caption>Data for Waste Management Knowledge</caption> <thead> <tr> <th>Stakeholder</th> <th>Tidak Mengetahui</th> <th>Mengetahui</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>G1</td> <td>~30%</td> <td>~0%</td> </tr> <tr> <td>G2</td> <td>~30%</td> <td>~70%</td> </tr> <tr> <td>M</td> <td>~30%</td> <td>~70%</td> </tr> <tr> <td>S</td> <td>~30%</td> <td>~0%</td> </tr> </tbody> </table>	Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui	G1	~30%	~0%	G2	~30%	~70%	M	~30%	~70%	S	~30%	~0%	<p>Memberikan inovasi pengolahan sampah hasil kegiatan di Pulau Bokori untuk dijadikan sebagai cenderamata Pulau Bokori dan upaya pengurangan sampah</p>
Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui																															
G1	~30%	~70%																															
G2	~30%	~70%																															
M	~30%	~70%																															
S	~30%	~70%																															
Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui																															
G1	~30%	~0%																															
G2	~30%	~70%																															
M	~30%	~70%																															
S	~30%	~0%																															

Ide Jawaban	Analisis penilaian menurut stakeholder		Ide Jawaban																														
<p>Terdapat logo yang menggambarkan Pulau Bokori sebagai wisata bahari</p>	 <table border="1"> <caption>Data for 'Terdapat logo...' chart</caption> <thead> <tr> <th>Group</th> <th>Tidak Mengetahui (%)</th> <th>Mengetahui (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>G1</td> <td>40</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>G2</td> <td>40</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>M</td> <td>40</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>S</td> <td>40</td> <td>60</td> </tr> </tbody> </table>	Group	Tidak Mengetahui (%)	Mengetahui (%)	G1	40	60	G2	40	60	M	40	60	S	40	60	 <table border="1"> <caption>Data for 'Terdapat logo...' chart</caption> <thead> <tr> <th>Group</th> <th>Tidak Mengetahui (%)</th> <th>Mengetahui (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>G1</td> <td>40</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>G2</td> <td>40</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>M</td> <td>40</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>S</td> <td>40</td> <td>60</td> </tr> </tbody> </table>	Group	Tidak Mengetahui (%)	Mengetahui (%)	G1	40	60	G2	40	60	M	40	60	S	40	60	<p>Memiliki tagline yaitu <i>"I Love Bokori"</i></p>
Group	Tidak Mengetahui (%)	Mengetahui (%)																															
G1	40	60																															
G2	40	60																															
M	40	60																															
S	40	60																															
Group	Tidak Mengetahui (%)	Mengetahui (%)																															
G1	40	60																															
G2	40	60																															
M	40	60																															
S	40	60																															
<p>Masyarakat belum dapat memanfaatkan kekayaan alam sebagai cenderamata.</p>	 <table border="1"> <caption>Data for 'Masyarakat belum dapat...' chart</caption> <thead> <tr> <th>Group</th> <th>Tidak Mengetahui (%)</th> <th>Mengetahui (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>G1</td> <td>40</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>G2</td> <td>40</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>M</td> <td>40</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>S</td> <td>100</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Group	Tidak Mengetahui (%)	Mengetahui (%)	G1	40	60	G2	40	60	M	40	60	S	100	0																	
Group	Tidak Mengetahui (%)	Mengetahui (%)																															
G1	40	60																															
G2	40	60																															
M	40	60																															
S	100	0																															

Sumber : Hasil Analisa , 2019

*-Halaman ini sengaja dikosongkan-*

Berdasarkan hasil *Content Analysis* (CA) yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan karakteristik *branding* Pulau Bokori adalah sebagai berikut:

- a) Brand Personality
  - a) Citra yang melekat pada objek wisata
    - Citra yang melekat pada destinasi wisata yaitu wisata alam berupa wisata pantai
  - b) Media pemasaran objek wisata
    - Media pemasaran menggunakan media promosi berupa media cetak seperti penyebaran brosur
    - Media pemasaran menggunakan media promosi berupa media sosial seperti mengunggah foto atau video di Instagram, Facebook, dan Youtube
    - Terdapat festival tahunan yaitu Festival Pulau Bokori yang digunakan untuk mempromosikan Pulau Bokori
    - Media pemasaran yang digunakan merupakan media sosial pribadi
- b) Brand Positioning
  - Keunikan daya tarik wisata alam
    - Keunikan daya tarik wisata alam berupa potensi alam dengan keindahan alam baik didarat maupun didasar laut, seperti pasir putih, pepohonan, ombak yang tenang, terumbu karang dan keberagaman biota laut yang dimiliki
    - Faktor cuaca atau alam dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan
  - Keunikan daya tarik wisata budaya
    - Keunikan daya tarik wisata budaya yaitu wisata budaya Suku Bajo berupa tarian, lantunan hingga kuliner khas Suku Bajo
    - Wisata budaya hanya ditampilkan pada saat event tahunan yaitu Festival Pulau Bokori
  - Keunikan daya tarik wisata minat khusus

- Keunikan daya tarik wisata minat khusus yaitu memiliki kegiatan wisata olahraga seperti jogging dan olahraga air seperti jetski, banana boat, dan kano
- Keunikan daya tarik wisata minat khusus yaitu terdapat spot pemancingan
- Keunikan daya tarik wisata minat khusus yaitu *diving* dan *snorkeling*
- Keunikan prasarana penunjang pariwisata
  - Keunikan prasarana memiliki prasarana berupa listrik dan penerangan yang bersumber dari genset dan panel surya sehingga menjadi destinasi wisata dengan energi berkelanjutan
  - Keunikan prasarana yaitu berupa air bersih diambil dari masyarakat sekitar sehingga melibatkan dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar
  - Belum terdapat souvenir atau cenderamata khas Pulau Bokori
- Keunikan sarana penunjang pariwisata
  - Keunikan sarana memiliki sarana pariwisata yang lengkap memiliki vila penginapan, restoran, kamar mandi umum, aula, panggung kesenian, gazebo, dan dermaga penyeberangan
  - Restoran yang terdapat di Pulau Bokori belum dikelola
- Keunikan aksesibilitas objek wisata
  - Terdapat dermaga yang disediakan Dinas Perhubungan dan jasa penyeberangan di sepanjang jalan menuju Pulau Bokori yang disediakan oleh masyarakat sekitar
  - Terdapat 2 jalur atau rute penyeberangan yaitu jalur darat-laut, dan jalur laut langsung menuju Pulau Bokori.
  - Jarak dari Kota Kendari menuju Pulau Bokori cukup dekat dengan Kota Kendari

- Kreatifitas dan inovasi peran pemerintah
    - Pembangunan dan pengembangan masih dikelola oleh pemerintah provinsi
  - Kreatifitas dan inovasi peran swasta
    - Pihak swasta terlibat dalam kegiatan promosi
  - Kreatifitas dan inovasi peran masyarakat
    - Masyarakat sekitar Pulau Bokori memiliki keterlibatan dalam kegiatan pariwisata seperti menyewakan kapal kayu yang dimiliki dan membangun dermaga sebagai jasa penyeberangan menuju Pulau Bokori
    - Masyarakat selalu terlibat dalam kegiatan sehari-hari maupun Festival Pulau Bokori setiap tahunnya
    - Panggung kesenian merupakan ide inovasi dari Pokdarwis dengan tujuan dapat menampilkan wisata budaya suku Bajo
    - Masyarakat belum dapat memanfaatkan kekayaan alam sebagai cenderamata
- c) Brand Identifier
- a) Ketersediaan nama brand wisata
    - Nama brand wisata adalah Pulau Bokori yang merupakan nama yang sejak dulu ditemukan
  - b) Ketersediaan logo wisata
    - Logo yang menggambarkan Pulau Bokori sebagai wisata bahari. Hal tersebut dikarenakan *stakeholder* belum mengetahui adanya logo
    - Logo yang dimiliki masih belum digunakan
  - c) Ketersediaan *tagline* wisata
    - Terdapat tagline yaitu “*I Love Bokori*”
    - *Tagline* belum diketahui oleh masyarakat dan pengunjung

### **4.3 Identifikasi Faktor Eksternal *Branding* Pariwisata di Pulau Bokori**

Sasaran ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor eksternal *branding* pariwisata di Pulau Bokori. Identifikasi faktor eksternal *branding* Pariwisata Pulau Bokori dilakukan dengan menggunakan dengan menggunakan metode *Content Analysis* (CA). Faktor ekstenal pada penelitian ini merupakan hasil wawancara *stakeholder* yang berkaitan dengan kebijakan atau rencana pemerintah dan beberapa hal dari luar yang dapat berpengaruh dalam pengembangan pariwisata di Pulau Bokori.

## 1. Media pemasaran obyek wisata

**Tabel 4.20. Koding Faktor Eksternal Media Pemasaran Obyek Wisata**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Media pemasaran obyek wisata	Sebenarnya, dari <i>datangnya pengunjung pun juga sudah membantu kami dalam promosi Pulau Bokori</i> . Missal, wisatawan dari Jakarta atau darimana datang selfie-selfie disini dan mengupload ke media sosial mereka itu sudah membantu kita promosi	G1.1	Pengunjung melakukan promosi	Masyarakat sekitar dan pengunjung Pulau Bokori juga ikut serta dalam mempromosikan Pulau Bokori melalui media sosial	4
	Kalau wisatawan mancanegara paling taunya dari <i>social media, Instagram atau Youtube yang diunggah masyarakat</i> . Itu kan sebenarnya juga bisa membantu promosinya Pulau Bokori tanpa mereka sadari.	G2.1	Masyarakat dan pengunjung melakukan promosi		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	<i>Promosi dari masyarakat, melalui social media yang dimiliki generasi muda suku Bajo.</i>	M.1	Masyarakat melakukan promosi		
	<i>Terus wisatawan lokal yang berkunjung kemudian mengupload foto juga kan itu sudah menjadi bagian dari promosi Pulau Bokori tanpa mereka sadari.</i>	M.2	Pengunjung melakukan promosi		
	<i>Ya paling, kalo ada event-event di Jakarta atau diluar, nah baru kita promosikan juga ke orang-orang diluar sana</i>	G1.2	Ikut serta dalam event nasional	Promosi Pulau Bokori juga dilakukan melalui event nasional atau pameran tahunan	5
	<i>Oh, kalo untuk Pulau Bokorinya yaa pemerintah setiap ada event selalu membawa nama Pulau Bokori, baik event nasional atau pameran pasti dibawa.</i>	G1.3	Ikut serta dalam event nasional		
	<i>Karena setiap tahun kita mengadakan festivalnya di Bulan</i>	G2.1	Ikut serta event nasional		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Oktober. <i>Selain itu Provinsi Sulawesi Tenggara punya event nasional, namanya itu HALO SULTRA.</i>				
	Nanti ini tanggal 23 April itu ada <i>event yang namanya HALO SULTRA, itu event untuk branding pariwisata di Sulawesi Tenggara dan salah satu yang kita pasarkan itu adalah Pulau Bokori.</i> Jadi setiap pengunjung yang datang di HALO SULTRA itu, kita promosikan.	G2.2	Promosi melalui event nasional		
	Terus ada juga <i>event tahunan lainnya tapi se-Sulawesi Tenggara, namanya itu HALO SULTRA.</i> Jadi kalau event HALO SULTRA ini skalanya nasional, jadi banyak pengunjung dari luar Provinsi Sulawesi Tenggara. <i>Itu yang jadi ajang pengenalan atau</i>	S.1	Event nasional sebagai promosi wisata		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	<i>promosi destinasi wisata</i> di Sulawesi Tenggara				
	Kalo untuk kendalanya, sebenarnya <i>Pulau Bokori ini kan masih baru 3 tahun dikelola pemerintah, masih perlu upaya lebih lagi dalam promosinya</i>	G1.3	Pengelolaan Pulau Bokori	Pulau Bokori merupakan destinasi pariwisata terbaru di Sulawesi Tenggara sehingga memerlukan promosi yang kuat	2
	Kemudian juga <i>Pulau Bokori ini juga masih baru</i> sekali dikembangkan, jadi mungkin orang-orang lebih kenal destinasi wisata lain yang ada disekitar.	G2.3	Destinasi baru		

*Sumber: Analisa Penulis, 2019*

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa faktor eksternal media pemasaran obyek wisata Pulau Bokori memiliki peluang dikarenakan masyarakat sekitar dan pengunjung Pulau Bokori juga ikut serta dalam mempromosikan Pulau Bokori melalui media sosial, dan adanya upaya promosi Pulau Bokori yang dilakukan melalui event nasional atau pameran tahunan. Adapun ancaman yang dimiliki media pemasaran adalah Pulau Bokori merupakan destinasi pariwisata terbaru di Sulawesi Tenggara sehingga memerlukan promosi yang kuat.

## 2. Jumlah Pengunjung

**Tabel 4.21. Koding Faktor Eksternal Jumlah Pengunjung**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Jumlah pengunjung	Tapi selama 3 tahun ini, <i>pengunjung itu selalu ramai selalu meningkat tiap tahunnya</i>	G1.1	Jumlah pengunjung meningkat	Jumlah pengunjung di Pulau Bokori meningkat setiap tahun	3
	Yang jelas <i>setiap tahunnya jumlah wisatawan yang ke Pulau Bokori itu selalu meningkat</i> , ada datanya itu	G2.1	Jumlah pengunjung meningkat		
	<i>Tiap tahun pengunjungnya juga meningkat</i> , tapi tahun ini lagi sunyi pas tahun baru.	M.1	Jumlah pengunjung meningkat		

Sumber: Analisa Penulis, 2019

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, ditemukan variabel baru pada faktor eksternal *branding* Pulau Bokori yaitu peluang jumlah pengunjung yang dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung Pulau Bokori mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal tersebut juga didukung dengan adanya data jumlah pengunjung yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Tenggara.

## 3. Kebijakan

Tabel 4.22. Koding Faktor Eksternal Kebijakan

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Kebijakan	Soalnya kan ini jadi <i>destinasi unggulannya Provinsi Sulawesi Tenggara</i>	G1.1	Destinasi wisata unggulan	Pulau Bokori sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan	5
	Jadi, <i>Pulau Bokori itu masuk sebagai destinasi wisata unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara</i>	G2.1	Destinasi wisata unggulan		
	Jadi kalau Bokori memang kita juga adakan promosi tersendiri karena saat ini kan Pulau Bokori lagi <i>dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara</i>	G2.2	Destinasi wisata unggulan		
	Jadi memang <i>salah satu yang paling unggul di dekat Kendari kan memang Bokori.</i>	S.1	Destinasi wisata unggulan		
	Jadi kalau ndak salah <i>Pulau Bokori itu masuk dalam Top 10 Wisata Unggul Sulawesi Tenggara</i>	S.2	Top 10 destinasi wisata unggulan		

Sumber: Analisa Penulis, 2019

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, ditemukan variabel baru pada faktor eksternal *branding* Pulau Bokori yaitu peluang pada kebijakan bahwa Pulau Bokori menjadi destinasi pariwisata unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara. Hal tersebut juga didukung dengan adanya RIPPARDA Provinsi Sulawesi Tenggara yang memuat Pulau Bokori sebagai destinasi pariwisata unggulan.

4. Kreatifitas dan Inovasi Peran Pemerintah

**Tabel 4.23. Koding Faktor Eksternal Kreatifitas dan Inovasi Peran Pemerintah**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Kreatifitas dan inovasi peran pemerintah	Yang jelas <i>tidak hanya dikelola Dinas Pariwisata, lintas sector juga jadi Dinas PU dan Perhubungan juga terlibat</i> nanti dalam pembangunan di Pulau B	G1.1	Keterlibatan lintas sector	Pembangunan dan pengembangan pariwisata Pulau Bokori melibatkan lintas sector instansi pemerintahan Sulawesi Tenggara	6
	Nah, jadi <i>ada beberapa instansi lain yang terlibat terhadap pembangunan dan pengembangan Pulau Bokori</i> sebagai destinasi unggulan di Sulawesi Tenggara selain Wakatobi sehingga melibatkan lintas sector	G2.1	Keterlibatan lintas sector		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Dan dengan memaksimalkan pelayanan itu, <i>kami bekerjasama dengan pihak Jasa Raharja Putra.</i> Nah jadi ada salah satu Lembaga yang bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Provinsi, bagaimana jika terjadi kecelakaan di Pulau Bokori	G2.2	Keterlibatan lintas sektor		
	Jadi ketika dia beraktivitas dan terjadi masalah, kita tinggal klaim <i>pihak Jasa Raharja dan kita juga bekerjasama dengan pihak Puskesmas melalui Dinas Kesehatan</i>	G2.3	Keterlibatan lintas sektor		
	Jadi, <i>Dinas Perhubungan itu membangun dermaga terminal B dengan peruntukkan penyeberangan ke Pulau Bokori</i>	M.1	Keterlibatan lintas sektor		
	Nah iya. <i>Dermaga yang dari Dinas Perhubungan biasanya kalau mau menyeberang ke Pulau Bokori</i>	S.1	Keterlibatan lintas sektor		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Jadi kami menginginkan, ketika nanti restonya sudah jalan, banyak pengunjung yang menikmati makanan di resto sambil <i>menikmati budaya Suku Bajo yang ditampilkan di resto</i> itu.	G2.4	Rencana wisata budaya	Pemerintah merencanakan pengembangan wisata budaya dengan menyinergikan budaya suku Bajo dengan restoran yang terdapat di Pulau Bokori	2
	Tapi sebenarnya kami mengharapkan, <i>ketika restoran di kelola masyarakat bisa masuk untuk menampilkan budayanya</i>	G2.5	Rencana wisata budaya		
	Tetapi, kedepannya kami akan <i>kerahkan ke pihak swasta</i> , karena pemerintah itu tidak bisa mengelola destinasi.	G2.6	Rencana pergantian pengelola	Pemerintah berencana memindahtangankan pengelolaan Pulau Bokori kepada pihak swasta.	4
	Tetapi kedepannya, kita harapkan sesuai dengan prosedur perundang-undangan yang <i>mengelola destinasi wisata itu ya pihak swasta</i> . Seperti di Bali, semuanya kan dari Pihak Swasta. Kecuali Pulau Bokori ini, karena masih dilanjutkan pembangunannya dan	G2.7	Rencana pergantian pengelola		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	bersifat sustainable sehingga apa yang ada di Pulau Bokori itu masih dipegang sama Pemerintah sampai saat ini belum ada pihak swasta.				
	Nah itu, kita menawarkan <i>restonya dikelola pihak swasta</i> . Tapi belum ada.	G2.8	Rencana pengelolaan restoran swasta		
	<i>Rencananya itu, kan di Kendari punya Water Sport itu nanti dibuatkan semacam parkir kapal-kapal sewa. Nah nanti bisa start dari situ, kalo missal mau langsung dari Kota Kendari menuju ke Pulau Bokori langsung pakai transportasi laut.</i>	G1.2	Rencana aksesibilitas	Pemerintah merencanakan akses dari Teluk Kendari menuju beberapa wisata bahari dengan mengintegrasikan potensi pariwisata yang berada disekitar Kota Kendari khususnya Pulau Bokori	4
	Yang saya tau palingan ya <i>pemerintah itu ada regulasi, seperti ada akses jalan yang dibuat untuk pariwisata.</i>	G1.3	Rencana aksesibilitas		
	Jadi sekarang kan, ada program kerja pertama dari Pak Gubernur yang nantinya akan dibuatkan	G2.9	Rencana terminal wisata		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	terminal untuk ke destinasi-destinasi wisatanya, jadi diharapkan akan lancar. Sebenarnya sudah ada jalan yang dibuatkan untuk bisa langsung ke daerah toronipa tapi karena aksesibilitas dan dinamika masyarakat masih kurang jadi masih menggunakan jalan Provinsi dulu. Nanti setelahnya akan diperlebar lagi jalan yang langsung ke toronipa.				
	Dan kemudian kita juga <i>mengembangkan sebagai destinasi wisata terpadu</i> , artinya sebagai konektivitas beberapa destinasi.	G2.10	Rencana pengembangan wisata terpadu		
	<i>Jadi ada rencananya memang pemerintah mau membuat pariwisata terpadu, menghubungkan semua destinasi yang ada</i>	G2.11	Rencana pengembangan wisata terpadu		

*Sumber: Analisa Penulis, 2019*

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa faktor eksternal kreatifitas dan inovasi peran pemerintah yaitu adanya peluang berupa pembangunan dan pengembangan pariwisata Pulau Bokori melibatkan lintas sector instansi pemerintahan Sulawesi Tenggara, pemerintah merencanakan mengembangkan wisata budaya dengan menyinergikan budaya suku Bajo dengan restoran yang terdapat di Pulau Bokori, pemerintah berencana memindahtangankan pengelolaan Pulau Bokori kepada pihak swasta, dan pemerintah merencanakan akses dari Teluk Kendari menuju beberapa wisata bahari dengan mengintegrasikan potensi pariwisata yang berada disekitar Kota Kendari khususnya Pulau Bokori

## 5. Kreatifitas dan Inovasi Peran Masyarakat

Tabel 4.24. Koding Faktor Eksternal Kreatifitas dan Inovasi Peran Masyarakat

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Kreatifitas dan inovasi peran masyarakat	Kalau bicara soal inovasi dari pihak masyarakat dalam pengembangan Pulau Bokori itu, mereka pernah bilang ke kami yang diwakili Kelompok Sadar Wisata. Jadi <b><i>mereka itu ingin membangun homestay</i></b> . Sejauh ini, kami baru menerima itu saja dan <b><i>belum direalisasikan</i></b>	G2.1	Masyarakat berencana membangun <i>homestay</i>	Masyarakat memberikan rencana berupa pembangunan <i>homestay</i> pada setiap desa yang berada di sekitar Pulau Bokori	2
	Nah, menurut kami apakah tidak bisa diberikan kepada kami dengan tujuan <b><i>merenovasi beberapa rumah disini yang nantinya bisa dijadikan sebagai homestay</i></b> , jadi kami berencana membuat <b><i>homestay kalau didanai</i></b> .	M.1	Masyarakat berencana membangun <i>homestay</i>		
	Jadi kami sudah membicarakan hal tersebut, dan saya menyarankan apabila <b><i>rencana restoran itu lebih baik kalau kulinernya itu kuliner</i></b>	G2.2	Rencana pengelolaan kuliner khas Suku Bajo	Masyarakat memberikan rencana berupa wisata kuliner khas Suku Bajo dengan memanfaatkan	4

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	<i>tradisional dari masyarakat khas suku Bajo</i> karna kalau yang modern-modern itu sudah biasa, kalau makan tradisional itu akan menarik pengunjung.			sumber daya laut yang berada di sekitar Pulau Bokori seperti Sop Bulu Babi atau olahan hasil tangkap masyarakat sekitar Pulau Bokori.	
	Jadi sebenarnya kami itu <i>memberikan inovasi misalnya berupa kuliner</i> . Jadi di Pulau Bokori kan banyak Bulu Babi yang mungkin dijadikan hama kalo untuk berwisata bawah laut.	M.2	Rencana masyarakat berupa wisata kuliner khas		
	Jadi saya selaku ketua Pokdarwis sudah ketemu bagian Ekrafnya, <i>bantu kami dalam mengelola Sop Bulu Babi dengan tujuan dipasarkan ke pengunjung Pulau Bokori</i> . Jadi bisa dimanfaatkan sebagai ciri khasnya Pulau Bokori	M.3	Rencana pengelolaan kuliner khas Pulau Bokori		
	Jadi, saya ingin sekali Dinas Pariwisata mendukung inovasi kita ini. Kemudian, <i>bisa juga hasil nelayan diolah menjadi makanan</i>	M.4	Rencana pengolahan hasil nelayan menjadi		

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	<i> khas yang bisa dijual di Pulau Bokori jadi masyarakat sini juga punya pendapatan baru lagi</i>		makanan khas Pulau Bokori		
	Jadi kalau untuk <i>keterlibatan dalam konsep pengembangan Pulau Bokori, masyarakat belum terlibat langsung</i>	G2.3	Masyarakat belum terlibat dalam konsep pengembangan	Masyarakat belum terlibat dalam konsep pengembangan Pulau Bokori	4
	Masih begitu saja keterlibatannya, <i>kalau pengembangan konsep secara langsung belum ada dari masyarakat</i>	G2.4	Masyarakat belum terlibat dalam konsep pengembangan		
	Ya kalau <i>keterlibatan secara konsep pariwisatanya belum seberapa besar</i> , kan masih dikelola pemerintah	M.5	Masyarakat belum terlibat dalam konsep pengembangan		
	Jadi kami <i>Pokdarwis itu menyiapkan wisata Budaya di Pulau Bokori</i> itu lebih ke menampilkan saja.	M.6	Masyarakat belum terlibat dalam konsep pengembangan		
	<i>Masyarakat sanakan dulunya itu suka membom ikan</i> , jadi ekosistem yang ada disana itu rusak	G2.5	Perilaku bom ikan	Masyarakat sekitar memiliki kebiasaan membom ikan sehingga	2

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	Masyarakat yang ada disekitar Pulau Bokori itu khususnya <i>komunitas Suku Bajo itukan selalu membom ikan</i>	M.7	Perilaku bom ikan	dapat mengakibatkan kerusakan ekosistem laut di sekitar Pulau Bokori	

Sumber: Analisa Penulis, 2019

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa faktor eksternal kreatifitas dan inovasi peran masyarakat yaitu peluang berupa masyarakat memberikan rencana berupa pembangunan *homestay* pada setiap desa yang berada di sekitar Pulau Bokori, masyarakat memberikan rencana berupa wisata kuliner khas Suku Bajo dengan memanfaatkan sumber daya laut yang berada di sekitar Pulau Bokori seperti Sop Bulu Babi atau olahan hasil tangkap masyarakat sekitar Pulau Bokori. Kemudian, terdapat pula ancaman pada variabel kreatifitas dan inovasi masyarakat yaitu masyarakat belum terlibat dalam konsep pengembangan Pulau Bokori dan masyarakat sekitar memiliki kebiasaan membom ikan sehingga dapat mengakibatkan kerusakan ekosistem laut di sekitar Pulau Bokori.

#### 6. Ketersediaan dan Keunikan Prasarana

**Tabel 4.25. Koding Faktor Eksternal Ketersediaan dan Keunikan Prasarana**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Ketersediaan dan Keunikan Prasarana	Oh iya, kalau itu karena Pulau Bokori ini berada di wilayah perdesaan <i>jadi cukup jauh dengan</i>	G1.1	Tidak terdapat fasilitas penunjang	Belum terdapat fasilitas penunjang pariwisata seperti	3

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
	<i>fasilitas ATM</i> , beda dengan Pantai Nambo disana yang masih perkotaan. Jadi, biasanya ya harus ke ATM di Kota Kendari dulu baru kesini		pariwisata seperti Mesin ATM	mesin ATM dan POM bensin	
	<i>Kalau fasilitas penunjang yang itu tidak ada di Pulau Bokori</i> . Jadi palingan fasilitas seperti itu ada didaratan sekitar Pulau Bokori saja, mungkin diperjalanan menuju Pulau Bokori dapat ditemukan itu ATM sama POM bensin.	G2.1	Tidak terdapat fasilitas penunjang pariwisata		
	Oh kalau <i>fasilitas seperti itu belum ada disana</i> . Kita biasanya sebelum ke Pulau Bokori sudah mempersiapkan semua, tapi kalau client kami mau ke ATM itu di perjalanan menuju Pulau Bokori juga ada.	S.1	Tidak terdapat fasilitas penunjang pariwisata seperti Mesin ATM		

Sumber: Analisa Penulis, 2019

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, ditemukan variabel baru pada faktor eksternal *branding* Pulau Bokori yaitu ancaman pada fasilitas penunjang pariwisata karena belum terdapat fasilitas penunjang pariwisata seperti mesin ATM dan POM bensin.

7. Keunikan dan Ketersediaan Aksesibilitas

**Tabel 4.26. Koding Faktor Eksternal Keunikan dan Ketersediaan Aksesibilitas**

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
Keunikan dan Ketersediaan Aksesibilitas	Ya mudah-mudahan proyeknya sudah jalan tahun ini karena <i>belum ada trayek khusus untuk ke Pulau Bokori ini</i>	G1.1	Belum terdapat trayek khusus	Belum terdapat trayek khusus wisata Pulau Bokori	3
	<i>Belum ada track khusus</i> untuk menuju ke destinasi wisata	G2.1	Belum terdapat trayek khusus		
	Cukup dekat itu jaraknya dengan Kendari, <i>memang tidak ada trayek khusus kesana</i>	S.1	Belum terdapat trayek khusus		

Sumber: Analisa Penulis, 2019

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa faktor eksternal keunikan aksesibilitas yaitu ancaman karena belum terdapat trayek khusus wisata Pulau Bokori.

## 8. ODTW Terdekat

Tabel 4.26. Koding Faktor Eksternal ODTW Terdekat

Variabel	Kutipan Transkrip	Kode	Kata Kunci Konfirmasi	Ide Jawaban	Jumlah Kutipan
ODTW Terdekat	Kalau kendalanya itu sulitnya menentukan pangsa pasarnya, siapa saja yang berminat ke Pulau Bokori. Mengapa? Karena <i>rata-rata daerah lainnya juga memiliki pariwisata dengan potensi alam yang menarik</i>	G2.1	Memiliki saingan wisata	Terdapat beberapa destinasi wisata pantai yang berada di sekitar Pulau Bokori dengan potensi alam yang alam yang beragam	3
	Jadi sebenarnya <i>banyak lah saingannya Pulau Bokori ini</i> , kayak Pantai Toronipa, Batu Gong, dan Nambo karena memang <i>di Sulawesi Tenggara khususnya Kota Kendari kan lebih ke wisata pantai saja potensi wisatanya</i>	M.1	Memiliki saingan wisata		
	Padahal <i>banyak sekali wisata di Kota Kendari itu</i> , tapi masih dikelola pemerintah.	S.1	Memiliki saingan wisata		

Sumber: Analisa Penulis, 2019

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa faktor eksternal persaingan destinasi yaitu ancaman karena terdapat beberapa destinasi wisata pantai yang berada di sekitar Pulau Bokori dengan potensi alam yang alam yang beragam.

Berdasarkan hasil dari tabel koding sebelumnya, menghasilkan beberapa ide jawaban pada setiap variabel penelitian. Namun, ide jawaban tersebut belum dapat digunakan sebagai hasil dari proses *content analysis*, sehingga diperlukan proses konfirmasi pada setiap *stakeholder* sehingga ide jawaban tersebut menjadi valid dan dapat digunakan sebagai hasil dalam analisis identifikasi karakteristik *branding* pariwisata Pulau Bokori. Berikut ini merupakan tabel konfirmasi *content analysis* karakteristik *branding* Pulau Bokori.

**Tabel 4.27. Konfirmasi Hasil Content Analysis Faktor Eksternal Branding Pulau Bokori**

Kode	Responden Kunci
PP	Pengelola Pulau Bokori / Staff Dinas Pariwisata
PE	Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara
M	Kelompok Sadar Wisata Bajo Bokori
S	Abdillah Travel and Tour

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		Keterangan
	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	
<b>Opportunity (Peluang)</b>									
Masyarakat sekitar dan pengunjung Pulau Bokori juga ikut serta dalam mempromosikan Pulau Bokori melalui media sosial	“Sebenarnya, dari <b>datangnya pengunjung pun juga sudah membantu kami dalam promosi Pulau Bokori.</b> Missal, wisatawan dari Jakarta atau darimana datang selfie-selfie disini dan mengupload ke media sosial mereka itu sudah membantu kita promosi”	1	“Kalau wisatawan mancanegara paling taunya dari <b>social media, Instagram atau Youtube yang diunggah masyarakat. Itu kan sebenarnya juga bisa membantu promosinya Pulau Bokori tanpa mereka sadari</b> ”	1	“Promosi dari masyarakat, melalui <b>social media yang dimiliki generasi muda suku Bajo</b> ”	2			<b>Terkonfirmasi</b> bahwa masyarakat sekitar dan pengunjung Pulau Bokori juga ikut serta dalam mempromosikan Pulau Bokori melalui media sosial.
Promosi Pulau Bokori juga dilakukan melalui	“Ya paling, kalo ada <b>event-event di Jakarta atau diluar, nah baru</b>	2	“Karena setiap tahun kita mengadakan festivalnya di	2			“Terus ada juga <b>event tahunan lainnya tapi se-</b>	1	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa promosi juga dilakukan melalui

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		Keterangan
	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	
event nasional atau pameran tahunan	<i>kita promosikan juga ke orang-orang diluar sana</i>		<i>Bulan Oktober. Selain itu Provinsi Sulawesi Tenggara punya event nasional, namanya itu HALO SULTRA</i>				<i>Sulawesi Tenggara, namanya itu HALO SULTRA</i>		event nasional atau pameran tahunan
Jumlah pengunjung di Pulau Bokori meningkat setiap tahun	<i>"Tapi selama 3 tahun ini, pengunjung itu selalu ramai selalu meningkat tiap tahunnya"</i>	1	<i>"Yang jelas setiap tahunnya jumlah wisatawan yang ke Pulau Bokori itu selalu meningkat, ada datanya itu"</i>	1	<i>"Tiap tahun pengunjungnya juga meningkat, tapi tahun ini lagi sunyi pas tahun baru."</i>	1			<b>Terkonfirmasi</b> bahwa jumlah pengunjung meningkat setiap tahun. Hal tersebut juga didukung dengan data jumlah pengunjung yang diperoleh di Dinas Pariwisata
Pulau Bokori sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan	<i>"Soalnya kan ini jadi destinasi unggulannya Provinsi Sulawesi Tenggara"</i>	1	<i>"Jadi, Pulau Bokori itu masuk sebagai destinasi wisata unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara"</i>	2			<i>"Jadi memang salah satu yang paling unggul di dekat Kendari kan memang Bokori"</i>	2	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa Pulau Bokori merupakan salah satu destinasi pariwisata unggulan. Hal tersebut juga didukung dengan RIPARDA Sulawesi Tenggara.
Pembangunan dan pengembangan pariwisata Pulau Bokori melibatkan lintas sector instansi pemerintahan Sulawesi Tenggara	<i>"Yang jelas tidak hanya dikelola Dinas Pariwisata, lintas sector juga jadi Dinas PU dan Perhubungan juga terlibat"</i>	1	<i>"Nah, jadi ada beberapa instansi lain yang terlibat terhadap pembangunan dan pengembangan Pulau Bokori"</i>	3	<i>"Jadi, Dinas Perhubungan itu membangun dermaga terminal B dengan peruntukkan penyeberangan"</i>	1	<i>"Nah iya. Dermaga yang dari Dinas Perhubungan biasanya kalau mau menyeberang ke Pulau Bokori"</i>	1	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa pembangunan dan pengembangan melibatkan lintas sector instansi pemerintahan Sulawesi Tenggara

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		Keterangan
	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	
	<i>nanti dalam pembangunan di Pulau B</i>		<i>sebagai destinasi unggulan di Sulawesi Tenggara selain Wakatobi sehingga melibatkan lintas sector</i>		<i>ke Pulau Bokori</i>				
Pemerintah berencana mengembangkan wisata budaya dengan menyinergikan budaya suku Bajo dengan restoran yang terdapat di Pulau Bokori			<i>“Jadi kami menginginkan, ketika nanti restonya sudah jalan, banyak pengunjung yang menikmati makanan di resto sambil menikmati budaya Suku Bajo yang ditampilkan di resto itu”</i>	3					<b>Tidak Terkonfirmasi</b> bahwa pemerintah berencana mengembangkan wisata budaya dengan restoran. Hal itu dikarenakan rencana tersebut belum diketahui oleh <i>stakeholder</i> lainnya.
Pemerintah berencana memindahtangankan pengelolaan Pulau Bokori kepada pihak swasta.			<i>“Tetapi, kedepannya kami akan kerahkan ke pihak swasta, karena pemerintah itu tidak bisa mengelola destinasi”</i>	4					<b>Tidak Terkonfirmasi</b> bahwa pemerintah berencana memindahtangankan pengelolaan Pulau Bokori kepada pihak swasta karena hal tersebut belum diketahui <i>stakeholder</i> lainnya.
Pemerintah merencanakan akses dari Teluk Kendari menuju beberapa	<i>“Yang saya tau palingan ya pemerintah itu ada regulasi,</i>	2	<i>“Dan kemudian kita juga mengembangkan sebagai</i>	3					<b>Tidak Terkonfirmasi</b> bahwa pemerintah merencanakan akses dari Teluk Kendari

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		Keterangan
	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	
wisata bahari dengan mengintegrasikan potensi pariwisata yang berada disekitar Kota Kendari khususnya Pulau Bokori	<i>seperti ada akses jalan yang dibuat untuk pariwisata</i>		<i>destinasi wisata terpadu, artinya sebagai konektivitas beberapa destinasi</i>						untuk menjadikan wisata terpadu. Hal tersebut dikarenakan rencana tersebut belum diketahui oleh <i>stakeholder</i> lainnya.
Masyarakat memberikan rencana berupa pembangunan <i>homestay</i> pada setiap desa yang berada di sekitar Pulau Bokori			<i>“Kalau bicara soal inovasi dari pihak masyarakat dalam pengembangan Pulau Bokori itu, mereka pernah bilang ke kami yang diwakili Kelompok Sadar Wisata. Jadi mereka itu ingin membangun homestay. Sejauh ini, kami baru menerima itu saja dan belum direalisasikan”</i>	1	<i>“Nah, menurut kami apakah tidak bisa diberikan kepada kami dengan tujuan merenovasi beberapa rumah disini yang nantinya bisa dijadikan sebagai homestay, jadi kami berencana membuat homestay kalau didanai”</i>	1			<b>Tidak Terkonfirmasi</b> bahwa masyarakat memberikan rencana berupa pembangunan <i>homestay</i> pada setiap desa yang berada di sekitar Pulau Bokori, dikarenakan pembicaraan mengenai hal tersebut hanya diketahui pihak masyarakat dan pemerintah saja.
Masyarakat memberikan rencana berupa wisata kuliner khas Suku Bajo dengan memanfaatkan sumber daya laut yang berada di sekitar Pulau Bokori seperti Sop Bulu			<i>“Jadi kami sudah membicarakan hal tersebut, dan saya menyarankan apabila rencana restoran itu lebih baik kalau kuliner nya itu</i>	1	<i>“Jadi sebenarnya kami itu memberikan inovasi misalnya berupa kuliner. Jadi di Pulau Bokori kan banyak Bulu</i>	3			<b>Tidak Terkonfirmasi</b> bahwa masyarakat memberikan rencana berupa wisata kuliner khas Suku Bajo dengan memanfaatkan sumber daya laut yang berada di sekitar Pulau Bokori

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		Keterangan
	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	
Babi atau olahan hasil tangkap masyarakat sekitar Pulau Bokori.			<i>kuliner tradisional dari masyarakat khas suku Bajo karna kalau yang modern-modern itu sudah biasa, kalau makan tradisional itu akan menarik pengunjung</i>		<i>Babi yang mungkin dijadikan hama kalo untuk berwisata bawah laut</i>				seperti Sop Bulu Babi atau olahan hasil tangkap masyarakat sekitar dikarenakan pembicaraan mengenai hal tersebut hanya diketahui pihak masyarakat dan pemerintah saja.
<b>Threat (Ancaman)</b>									
Pulau Bokori merupakan destinasi pariwisata terbaru di Sulawesi Tenggara sehingga memerlukan promosi yang kuat	<i>“Kalo untuk kendalanya, sebenarnya Pulau Bokori ini kan masih baru 3 tahun dikelola pemerintah, masih perlu upaya lebih lagi dalam promosinya”</i>	1	<i>“Kemudian juga Pulau Bokori ini juga masih baru sekali dikembangkan, jadi mungkin orang-orang lebih kenal destinasi wisata lain yang ada disekitar”</i>	1					<b>Tidak Terkonfirmasi</b> bahwa Pulau Bokori merupakan destinasi pariwisata terbaru di Sulawesi Tenggara sehingga memerlukan promosi yang kuat. Hal tersebut dikarenakan stakeholder lain tidak menemukan kendala yang dikarenakan destinasi baru.
Masyarakat belum terlibat dalam konsep pengembangan Pulau Bokori	<i>“Jadi kalau untuk keterlibatan dalam konsep pengembangan Pulau Bokori, masyarakat belum terlibat langsung”</i>	1	<i>“Masih begitu saja keterlibatannya, kalau pengembangan konsep secara langsung belum ada dari masyarakat”</i>	2	<i>“Ya kalau keterlibatan secara konsep pariwisatanya belum seberapa besar, kan masih dikelola pemerintah”</i>		2		<b>Terkonfirmasi</b> bahwa masyarakat belum terlibat dalam konsep pengembangan Pulau Bokori

Ide Jawaban	G1		G2		M		S		Keterangan
	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	
Masyarakat sekitar memiliki kebiasaan membom ikan sehingga dapat mengakibatkan kerusakan ekosistem laut di sekitar Pulau Bokori			<i>“Masyarakat sanakan dulunya itu suka membom ikan, jadi ekosistem yang ada disana itu rusak“</i>	1	<i>“Masyarakat yang ada disekitar Pulau Bokori itu khususnya komunitas Suku Bajo itukan selalu membom ikan“</i>	1			<b>Tidak Terkonfirmasi</b> bahwa masyarakat sekitar memiliki kebiasaan membom ikan yang mengakibatkan kerusakan ekosistem laut.
Fasilitas penunjang wisata masih cukup jauh dengan lokasi Pulau Bokori	<i>“Oh iya, kalau itu karena Pulau Bokori ini berada di wilayah perdesaan jadi cukup jauh dengan fasilitas ATM, beda dengan Pantai Nambo disana yang masih perkotaan. Jadi, biasanya ya harus ke ATM di Kota Kendari dulu baru kesini“</i>	1	<i>“Kalau fasilitas penunjang yang itu tidak ada di Pulau Bokori. Jadi palingan fasilitas seperti itu ada didaratan sekitar Pulau Bokori saja, mungkin diperjalanan menuju Pulau Bokori dapat ditemukan itu ATM sama POM bensin“</i>	1			<i>“Oh kalau fasilitas seperti itu belum ada disana. Kita biasanya sebelum ke Pulau Bokori sudah mempersiapkan semua, tapi kalau client kami mau ke ATM itu di perjalanan menuju Pulau Bokori juga ada“</i>	1	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa fasilitas penunjang wisata masih cukup jauh dengan lokasi
Belum terdapat trayek khusus wisata Pulau Bokori	<i>“Ya mudah-mudahan proyeknya sudah jalan tahun ini karena belum ada trayek khusus untuk ke Pulau Bokori ini“</i>	1	<i>“Belum ada track khusus untuk menuju ke destinasi wisata“</i>	1			<i>“Cukup dekat itu jaraknya dengan Kendari, memang tidak ada trayek khusus kesana“</i>	1	<b>Terkonfirmasi</b> bahwa belum terdapat trayek khusus wisata

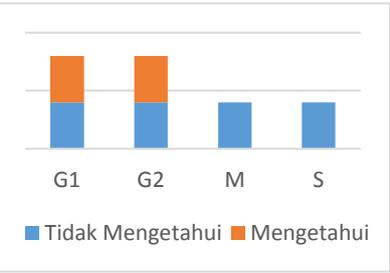
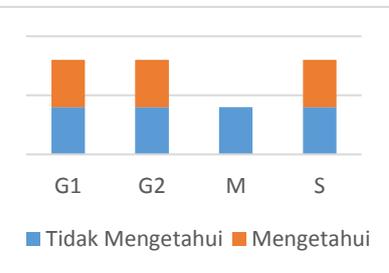
Ide Jawaban	G1		G2		M		S		Keterangan
	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	Kutipan	Repetisi	
Terdapat beberapa destinasi wisata pantai yang berada di sekitar Pulau Bokori dengan potensi alam yang alam yang beragam			<p>“Kalau kendalanya itu sulitnya menentukan pangsa pasarnya, siapa saja yang berminat ke Pulau Bokori. Mengapa? Karena rata-rata daerah lainnya juga memiliki pariwisata dengan potensi alam yang menarik “</p>	1	<p>“Jadi sebenarnya <b>banyak lah saingannya Pulau Bokori ini</b>, kayak Pantai Toronipa, Batu Gong, dan Nambo karena memang <b>di Sulawesi Tenggara khususnya Kota Kendari kan lebih ke wisata pantai saja potensi wisatanya “</b></p>	1	<p>“Padahal banyak sekali wisata di Kota Kendari itu, tapi masih dikelola pemerintah. Pengalaman juga, kalau ada tamu yang ingin ke destinasi wisata di Kendari, kita juga bingung cari yang bagus, di Nambo juga masih kotor. Kalau Bokori biasanya orang takut menyeberang kalau ada isu-isu kencang angin, ombak besar atau habis gempa“</p>	1	<p><b>Terkonfirmasi</b> bahwa terdapat beberapa destinasi wisata pantai yang berada di sekitar Pulau Bokori dengan potensi alam yang beragam</p>

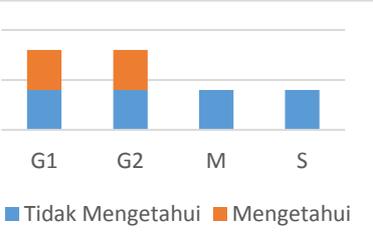
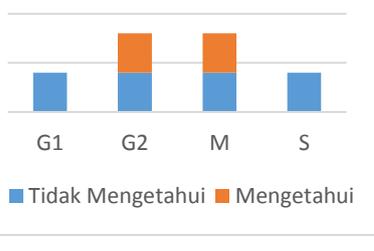
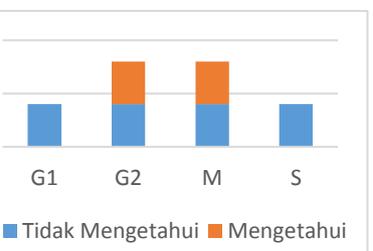
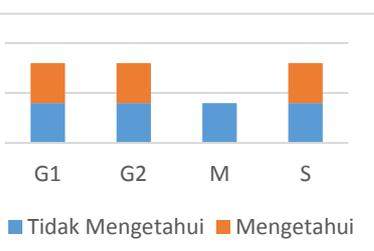
Sumber : Hasil Analisis, 2019

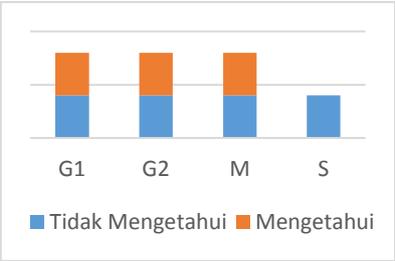
*-Halaman ini sengaja dikosongkan-*

Berdasarkan tabel konfirmasi diatas, terdapat beberapa ide jawaban yang tidak terkonfirmasi. Hal tersebut dikarenakan ketidaktahuan atau ketidakterlibatan pada *stakeholder* tertentu mengenai variabel tersebut. Berikut ini merupakan tabel analisis penilaian stakeholder pada faktor eksternal *branding* Pulau Bokori.

**Tabel 4.28. Analisis Penilaian Stakeholder pada Faktor Eksternal *Branding* Pulau Bokori**

Ide Jawaban	Analisis penilaian menurut stakeholder		Ide Jawaban																														
Pemerintah berencana mengembangkan wisata budaya dengan restoran	 <table border="1"> <caption>Data for Stakeholder Assessment: G1</caption> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Tidak Mengetahui</th> <th>Mengetahui</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>G1</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>G2</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>M</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>S</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Tidak Mengetahui	Mengetahui	G1	1	1	G2	1	1	M	1	0	S	1	0	 <table border="1"> <caption>Data for Stakeholder Assessment: G1</caption> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Tidak Mengetahui</th> <th>Mengetahui</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>G1</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>G2</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>M</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>S</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Tidak Mengetahui	Mengetahui	G1	1	1	G2	1	1	M	1	0	S	1	1	Pemerintah berencana memindahkan pengelolaan Pulau Bokori kepada pihak swasta
Kategori	Tidak Mengetahui	Mengetahui																															
G1	1	1																															
G2	1	1																															
M	1	0																															
S	1	0																															
Kategori	Tidak Mengetahui	Mengetahui																															
G1	1	1																															
G2	1	1																															
M	1	0																															
S	1	1																															

Ide Jawaban	Analisis penilaian menurut stakeholder		Ide Jawaban																														
<p>Pemerintah merencanakan aksesibilitas untuk menjadikan wisata terpadu</p>	 <table border="1"> <caption>Data for 'Pemerintah merencanakan aksesibilitas...'</caption> <thead> <tr> <th>Stakeholder</th> <th>Tidak Mengetahui</th> <th>Mengetahui</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>G1</td> <td>2</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>G2</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>M</td> <td>2</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>S</td> <td>2</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui	G1	2	2	G2	2	3	M	2	0	S	2	0	 <table border="1"> <caption>Data for 'Pemerintah merencanakan aksesibilitas...'</caption> <thead> <tr> <th>Stakeholder</th> <th>Tidak Mengetahui</th> <th>Mengetahui</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>G1</td> <td>2</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>G2</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>M</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>S</td> <td>2</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui	G1	2	0	G2	2	3	M	2	3	S	2	0	<p>Memberikan inovasi berupa pengolahan sampah</p>
Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui																															
G1	2	2																															
G2	2	3																															
M	2	0																															
S	2	0																															
Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui																															
G1	2	0																															
G2	2	3																															
M	2	3																															
S	2	0																															
<p>Masyarakat memberikan rencana berupa wisata kuliner khas Bajo dengan memanfaatkan sumber daya laut Pulau Bokori</p>	 <table border="1"> <caption>Data for 'Masyarakat memberikan rencana...'</caption> <thead> <tr> <th>Stakeholder</th> <th>Tidak Mengetahui</th> <th>Mengetahui</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>G1</td> <td>2</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>G2</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>M</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>S</td> <td>2</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui	G1	2	0	G2	2	3	M	2	3	S	2	0	 <table border="1"> <caption>Data for 'Masyarakat memberikan rencana...'</caption> <thead> <tr> <th>Stakeholder</th> <th>Tidak Mengetahui</th> <th>Mengetahui</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>G1</td> <td>2</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>G2</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>M</td> <td>2</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>S</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>	Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui	G1	2	2	G2	2	3	M	2	0	S	2	3	<p>Pulau Bokori merupakan destinasi pariwisata terbaru sehingga memerlukan promosi</p>
Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui																															
G1	2	0																															
G2	2	3																															
M	2	3																															
S	2	0																															
Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui																															
G1	2	2																															
G2	2	3																															
M	2	0																															
S	2	3																															

Ide Jawaban	Analisis penilaian menurut stakeholder	Ide Jawaban															
Masyarakat sekitar memiliki kebiasaan membom ikan yang mengakibatkan kerusakan ekosistem laut	 <table border="1"> <caption>Data from Stakeholder Analysis Chart</caption> <thead> <tr> <th>Stakeholder</th> <th>Tidak Mengetahui</th> <th>Mengetahui</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>G1</td> <td>~30%</td> <td>~20%</td> </tr> <tr> <td>G2</td> <td>~30%</td> <td>~20%</td> </tr> <tr> <td>M</td> <td>~30%</td> <td>~20%</td> </tr> <tr> <td>S</td> <td>~30%</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui	G1	~30%	~20%	G2	~30%	~20%	M	~30%	~20%	S	~30%	0%	
Stakeholder	Tidak Mengetahui	Mengetahui															
G1	~30%	~20%															
G2	~30%	~20%															
M	~30%	~20%															
S	~30%	0%															

*Sumber : Hasil Analisis, 2019*

Berdasarkan hasil *Content Analysis* (CA) yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan faktor eksternal *branding* Pulau Bokori adalah sebagai berikut:

1. Media pemasaran obyek wisata
  - Masyarakat sekitar dan pengunjung Pulau Bokori juga ikut serta dalam mempromosikan Pulau Bokori melalui media sosial
  - Promosi juga dilakukan melalui event nasional atau pameran tahunan
  - Pulau Bokori merupakan destinasi pariwisata terbaru di Sulawesi Tenggara sehingga memerlukan promosi yang kuat
2. Jumlah Pengunjung
  - Jumlah pengunjung meningkat setiap tahun
3. Kebijakan
  - Pulau Bokori merupakan salah satu destinasi pariwisata unggulan
4. Kreatifitas dan Inovasi Peran Pemerintah
  - Pembangunan dan pengembangan melibatkan lintas sector instansi pemerintahan Sulawesi Tenggara
  - Pemerintah berencana mengembangkan wisata budaya dengan restoran
  - Pemerintah berencana memindahtangankan pengelolaan Pulau Bokori kepada pihak swasta
  - Pemerintah merencanakan akses dari Teluk Kendari untuk menjadikan wisata terpadu
5. Kreatifitas dan Inovasi Peran Masyarakat
  - Masyarakat memberikan rencana berupa pembangunan *homestay* pada setiap desa yang berada di sekitar Pulau Bokori
  - Masyarakat memberikan rencana berupa wisata kuliner khas Suku Bajo dengan memanfaatkan sumber daya laut yang berada di sekitar Pulau Bokori seperti Sop Bulu Babi atau olahan hasil tangkap masyarakat sekitar

- Masyarakat belum terlibat dalam konsep pengembang-an Pulau Bokori
  - Masyarakat sekitar memiliki kebiasaan membom ikan yang mengakibatkan kerusakan ekosistem laut
6. Ketersediaan dan Keunikan Prasarana
    - Fasilitas penunjang wisata masih cukup jauh dengan lokasi
  7. Keunikan dan Ketersediaan Aksesibilitas
    - Belum terdapat trayek khusus wisata
  8. ODTW Terdekat
    - Terdapat beberapa destinasi wisata pantai yang berada di sekitar Pulau Bokori dengan potensi alam yang alam yang beragam

#### 4.4. Merumuskan Strategi Pengembangan Pariwisata di Pulau Bokori menggunakan Konsep *Branding*

Berdasarkan hasil analisis pada sasaran pertama dan kedua, ditemukan faktor-faktor internal dan eksternal yang digunakan dalam SWOT untuk merumuskan strategi *branding* pada destinasi Pulau Bokori. Berdasarkan hasil pembobotan yang dilakukan melalui pengisian kuesioner oleh *stakeholder*, maka ditemukan urutan urgensi penanganan pada komponen *branding* di Pulau Bokori adalah *brand positioning*, *brand personality*, dan *brand identifier*. Adapun perhitungan dan penjabaran terkait perumusan strategi melalui SWOT adalah sebagai berikut.

##### 4.4.1. Brand Positioning

##### 1) Identifikasi *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS) dan *Eksternal Factors Analysis Summary* (EFAS) di Pulau Bokori Pulau Bokori

Berikut ini merupakan tabel IFAS-EFAS pada komponen *Brand Positioning* di Pulau Bokori.

**Tabel 4.29. Faktor Internal dan Faktor Eksternal *Brand Positioning* di Pulau Bokori**

No.	Faktor
<b>Strenghts (Kekuatan)</b>	
1	Pulau Bokori memiliki kekayaan potensi wisata alam yang beragam sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung (S1)
2	Masyarakat sekitar memiliki budaya yang dapat ditampilkan di Pulau Bokori sebagai daya tarik wisata budaya (S2)
3	Terdapat beberapa wahana olahraga, kegiatan pemancingan dan <i>snorkeling/diving</i> yang menjadi daya tarik minat khusus di Pulau Bokori (S3)
4	Sarana pariwisata yang dimiliki cukup lengkap dibandingkan wisata lain disekitarnya (S4)
5	Sumber jaringan listrik menggunakan tenaga genset dan panel surya sehingga mendukung energi berkelanjutan (S5)

6	Sumber air bersih diperoleh dari masyarakat sekitar yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk meningkatkan perekonomian (S6)
7	Terdapat dermaga dan jasa penyeberangan di sepanjang jalan menuju Pulau Bokori (S7)
8	Jarak Pulau Bokori dari Kota Kendari cukup dekat dengan Kota Kendari (S8)
9	Terdapat 2 jalur atau rute penyeberangan menuju Pulau Bokori yaitu darat dan laut (S9)
10	Pengembangan destinasi pariwisata Pulau Bokori masih dikelola pihak pemerintah provinsi (S10)
11	Adanya keterlibatan pihak swasta dalam kegiatan promosi pariwisata Pulau Bokori (S11)
12	Adanya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan penyeberangan menuju Pulau Bokori sehingga pengunjung dapat memilih penyeberangan sendiri (S12)
13	Adanya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan Festival Pulau Bokori setiap tahunnya (S13)
14	Terdapat panggung kesenian yang merupakan inovasi pihak masyarakat untuk mendukung kegiatan wisata budaya (S14)
<b>Weakness (Kelemahan)</b>	
1	Faktor cuaca atau alam dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Pulau Bokori (W1)
2	Wisata budaya hanya ditampilkan pada saat event tahunan yaitu Festival Pulau Bokori (W2)
3	Belum terdapat pusat souvenir sebagai wadah penjualan cenderamata khas Pulau Bokori (W3)
4	Restoran yang terdapat di Pulau Bokori belum dikelola (W4)
5	Rendahnya tingkat kesadaran dan kreatifitas masyarakat dalam memanfaatkan pariwisata (W5)
<b>Opportunity (Peluang)</b>	
1	Adanya rencana pemerintah untuk mengembangkan wisata budaya di Pulau Bokori (O1)
2	Adanya keterlibatan lintas sektor dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata Pulau Bokori (O2)
3	Adanya rencana perpindahan pengelolaan Pulau Bokori kepada pihak swasta (O3)

4	Adanya rencana masyarakat untuk melakukan pengolahan sampah hasil kegiatan di Pulau Bokori untuk dijadikan sebagai cenderamata Pulau Bokori dan upaya pengurangan sampah (O4)
5	Adanya rencana masyarakat untuk membangun <i>homestay</i> pada setiap desa yang berada di sekitar Pulau Bokori (O5)
6	Adanya rencana masyarakat berupa wisata kuliner khas Suku Bajo dengan memanfaatkan sumber daya laut yang berada di sekitar Pulau Bokori seperti Sop Bulu Babi atau olahan hasil tangkap masyarakat sekitar Pulau Bokori (O6)
7	Pulau Bokori ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Sulawesi Tenggara (O7)
8	Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun (O8)
<b>Threat (Ancaman)</b>	
1	Terdapat beberapa destinasi wisata pantai yang berada di sekitar Pulau Bokori dengan potensi alam yang beragam (T1)
2	Belum terdapat trayek khusus wisata Pulau Bokori (T3)
3	Fasilitas penunjang wisata masih cukup jauh dengan lokasi Pulau Bokori (T4)
4	Adanya perilaku membom ikan yang dilakukan oleh masyarakat sekitar sehingga dapat mengakibatkan kerusakan ekosistem laut di sekitar Pulau Bokori (T7)
5	Terdapat beberapa destinasi wisata pantai yang berada di sekitar Pulau Bokori dengan potensi alam yang beragam (T8)

*Sumber: Hasil Analisa, 2019*

Selanjutnya setelah mengetahui IFAS dan EFAS komponen *brand positioning* di Pulau Bokori, maka kemudian dilakukan pembobotan dan rating pada masing-masing faktor internal dan eksternal tersebut. Bobot yang telah ditentukan yaitu bernilai 1 (Tidak Urgen) sampai 4 (Sangat Urgen), bobot tersebut dilihat untuk penilaian urgensi penanganan, jumlah bobot pada kekuatan dan kelemahan harus sama dengan 1. Sedangkan rating digunakan untuk menilai urgensi penanganan terhadap faktor yang ada, nilai rating yang telah ditentukan untuk kekuatan yaitu bernilai 1 (Tidak Sesuai) sampai 6

(Sangat Sesuai), sedangkan untuk kelemahan penilaian menjadi -1 (Tidak Sesuai) sampai -6 (Sangat Sesuai) (Rangkuti, 2014). Dalam penentuan bobot dan rating ini ditentukan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dengan *stakeholders* (**terdapat pada lampiran 6**). Berikut adalah hasil perhitungan dari pembobotan dan rating yang didapatkan dari pengisian oleh *stakeholder* terhadap kuesioner IFAS-EFAS yang telah dikumpulkan secara keseluruhan

**Tabel 4.30. Hasil IFAS dan EFAS *Brand Positioning***

<b>Faktor</b>	<b>Bobot</b>	<b>Relatif</b>	<b>Rating</b>	<b>Total Bobot x Rating</b>
<b><i>Strenghts (Kekuatan)</i></b>				
Pulau Bokori memiliki kekayaan potensi alam yang beragam sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung	0.78	0.04	5	0.205
Masyarakat sekitar memiliki budaya yang dapat ditampilkan di Pulau Bokori sebagai daya tarik wisata budaya	0.66	0.03	4.5	0.156
Terdapat beberapa wahana olahraga, kegiatan pemancingan dan snorkeling / diving yang menjadi daya tarik minat khusus di Pulau Bokori	0.78	0.04	5.25	0.215
Sarana pariwisata yang dimiliki cukup lengkap dibandingkan wisata lain disekitarnya	0.96	0.05	4	0.202
Sumber jaringan listrik menggunakan tenaga genset dan panel surya sehingga mendukung energi berkelanjutan	0.96	0.05	4	0.202
Sumber air bersih diperoleh dari masyarakat sekitar yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk meningkatkan perekonomian	0.96	0.05	4	0.202
Terdapat dermaga dan jasa penyeberangan di sepanjang jalan menuju Pulau Bokori	0.96	0.05	5.25	0.265
Jarak Pulau Bokori dari Kota Kendari cukup dekat dengan jarak tempuh sekitar 30-40 menit	1.15	0.06	5.25	0.317

Terdapat 2 jalur atau rute penyeberangan menuju Pulau Bokori yaitu darat dan laut	1.25	0.07	5.5	0.361
Pengembangan destinasi pariwisata Pulau Bokori masih dikelola pihak pemerintah provinsi	1.25	0.07	3.75	0.246
Terdapat panggung kesenian yang merupakan inovasi pihak masyarakat untuk mendukung kegiatan wisata budaya	1.05	0.06	5.75	0.317
Adanya keterlibatan pihak swasta dalam kegiatan promosi pariwisata Pulau Bokori	0.96	0.05	3.5	0.177
Adanya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan Festival Pulau Bokori setiap tahunnya	1.15	0.06	4.5	0.272
Adanya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan penyeberangan menuju Pulau Bokori sehingga pengunjung dapat memilih penyeberangan sendiri	1.15	0.06	5.75	0.348
<b>Total</b>				<b>3.486</b>
<b><i>Weakness (Kelemahan)</i></b>				
Faktor cuaca atau alam dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Pulau Bokori	1.16	0.07	-4	-0.273

Wisata budaya hanya ditampilkan pada saat event tahunan yaitu Festival Pulau Bokori	0.95	0.06	-3.25	-0.181
Belum terdapat pusat souvenir sebagai wadah penjualan cenderamata khas Pulau Bokori	0.71	0.04	-3.25	-0.136
Restoran yang terdapat di Pulau Bokori belum dikelola	1.16	0.07	-4	-0.273
Rendahnya tingkat kesadaran dan kreatifitas masyarakat dalam memanfaatkan pariwisata	1.02	0.06	-4	-0.240
<b>Total</b>				<b>-0.986</b>
<b><i>Opportunity (Peluang)</i></b>				
Adanya rencana pemerintah untuk mengembangkan wisata budaya di Pulau Bokori	1.02	0.06	4.5	0.275
Adanya keterlibatan lintas sektor dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata Pulau Bokori	1.11	0.07	5.75	0.379
Adanya rencana perpindahan pengelolaan Pulau Bokori kepada pihak swasta	0.85	0.05	4	0.202
Adanya rencana masyarakat untuk melakukan pengolahan sampah hasil kegiatan di Pulau Bokori untuk dijadikan sebagai cenderamata Pulau Bokori dan upaya pengurangan sampah	0.59	0.04	5.5	0.195

Adanya rencana masyarakat untuk membangun homestay pada setiap desa yang berada di sekitar Pulau Bokori	0.85	0.05	5.25	0.265
Adanya rencana masyarakat berupa wisata kuliner khas Suku Bajo dengan memanfaatkan sumber daya laut yang berada di sekitar Pulau Bokori seperti Sop Bulu Babi atau olahan hasil tangkap masyarakat sekitar Pulau Bokori	0.85	0.05	3.75	0.189
Pulau Bokori ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Sulawesi Tenggara	1.63	0.10	4.75	0.461
Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun	1.11	0.07	4.5	0.297
Pulau Bokori ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Sulawesi Tenggara	1.64	0.10	5.5	0.538
Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun	1.13	0.07	5.5	0.371
<b>Total</b>				<b>3.172</b>
<b><i>Threat (Ancaman)</i></b>				
Terdapat beberapa destinasi wisata pantai yang berada di sekitar Pulau Bokori dengan potensi alam yang beragam	1.31	0.08	-4.75	0.372
Dermaga yang dibangun pemerintah masih belum memiliki kejelasan terkait hak milik	0.68	0.04	-3.5	0.141
Belum terdapat trayek khusus wisata Pulau Bokori	1.08	0.06	-4.25	0.273
Fasilitas penunjang wisata masih cukup jauh dengan lokasi Pulau Bokori	0.89	0.05	-4.75	0.251

Masyarakat belum terlibat dalam konsep pengembangan pariwisata Pulau Bokori	1.08	0.06	-4	0.256
Adanya perilaku membom ikan yang dilakukan oleh masyarakat sekitar sehingga dapat mengakibatkan kerusakan ekosistem laut di sekitar Pulau Bokori	0.97	0.06	-3.75	0.217
Adanya perilaku membom ikan yang dilakukan oleh masyarakat sekitar sehingga dapat mengakibatkan kerusakan ekosistem laut di sekitar Pulau Bokori	1.31	0.08	-4.75	0.372
<b>Total</b>				<b>-1.511</b>

*Sumber: Hasil Analisa, 2019*

Berdasarkan **Tabel 4.30. Hasil IFAS dan EFAS *Brand Positioning***, hasil analisis pada *strength* memiliki total sebesar 3.421, *weakness* memiliki total sebesar -0.986, *opportunity* memiliki total sebesar 3.172, dan *threat* memiliki total sebesar -1.511.

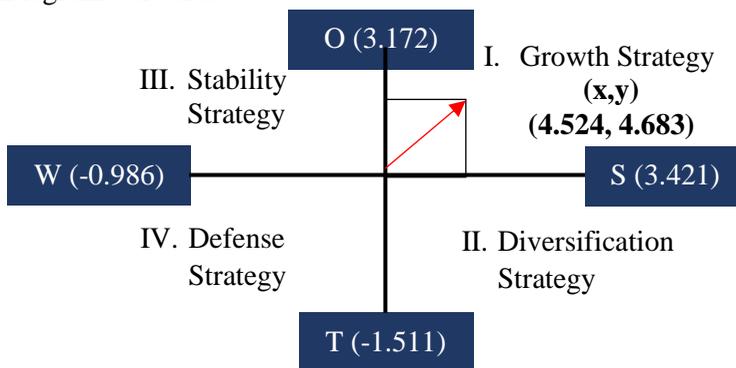
## 2) Diagram Cartesius SWOT

Dari hasil analisis bobot dan rating IFAS-EFAS sebelumnya, dapat ditentukan koordinat pada diagram cartesius dengan tujuan memperoleh strategi yang tepat dalam pengembangan pariwisata Pulau Bokori menggunakan konsep *branding*. Hasil penentuan koordinat pada diagram cartesius SWOT adalah sebagai berikut:

- Koordinat (x) = *score strength* + *score weakness*  
(x) = 3.421 + (-0.986) = 4.524
- Koordinat (y) = *score opportunity* + *score threat*  
(y) = 3.172 + (-1.511) = 4.683

**Koordinat (x,y) = (4.524, 4.683)**

Koordinat tersebut menunjukkan bahwa hasil IFAS dan EFAS terletak pada I yaitu *Growth Strategy*. Berikut adalah letak posisi kuadran strategi *brand positioning* pada Diagram Cartesius.



**Gambar 4.17. Posisi Strategi *Brand Positioning* pada Diagram Cartesius SWOT**

*Sumber: Hasil Analisa, 2019*

Berdasarkan diagram cartesius diatas, posisi tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan yang menandakan objek penelitian memiliki berbagai macam peluang yang besar dan kondisi yang kuat. Strategi yang sesuai pada *brand positioning* Pulau Bokori adalah dengan cara memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada.

### **3) Matriks SWOT *Brand Positioning***

Dalam tahap matriks SWOT, alat analisis SWOT ini digunakan untuk menyusun strategi pengembangan suatu objek. Matriks SWOT ini terdiri dari faktor *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Berikut adalah tabel matrik SWOT *brand positioning* Pulau Bokori.

Tabel 4.31. Matriks SWOT Brand Positioning Pulau Bokori

	<i>Opportunity (O)</i>	<i>Threat (T)</i>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya rencana pemerintah untuk mengembangkan wisata budaya di Pulau Bokori (O1)</li> <li>2. Adanya keterlibatan lintas sektor dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata Pulau Bokori (O2)</li> <li>3. Adanya rencana memindahtangankan pengelolaan Pulau Bokori kepada pihak swasta (O3)</li> <li>4. Adanya rencana masyarakat untuk melakukan pengolahan sampah hasil kegiatan di Pulau Bokori untuk dijadikan sebagai cenderamata Pulau Bokori dan upaya pengurangan sampah (O4)</li> <li>5. Adanya rencana masyarakat untuk membangun <i>homestay</i> pada setiap desa yang berada di sekitar Pulau Bokori (O5)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat beberapa destinasi wisata pantai yang berada di sekitar Pulau Bokori dengan potensi alam yang beragam (T1)</li> <li>2. Belum terdapat trayek khusus wisata Pulau Bokori (T2)</li> <li>3. Fasilitas penunjang wisata masih cukup jauh dengan lokasi Pulau Bokori (T3)</li> <li>4. Adanya perilaku membom ikan yang dilakukan oleh masyarakat sekitar sehingga dapat mengakibatkan kerusakan ekosistem laut di sekitar Pulau Bokori (T4)</li> </ol>

	<p>6. Adanya rencana masyarakat berupa wisata kuliner khas Suku Bajo dengan memanfaatkan sumber daya laut yang berada di sekitar Pulau Bokori seperti Sop Bulu Babi atau olahan hasil tangkap masyarakat sekitar Pulau Bokori (O6)</p> <p>7. Pulau Bokori ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Sulawesi Tenggara (O7)</p> <p>8. Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun (O8)</p>	
<p style="text-align: center;"><b><i>Strength (S)</i></b></p> <p>1. Pulau Bokori memiliki kekayaan potensi alam yang beragam sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung (S1)</p> <p>2. Masyarakat sekitar memiliki budaya yang dapat ditampilkan di Pulau Bokori sebagai daya tarik wisata budaya (S2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menghidupkan aktivitas Pulau Bokori sebagai destinasi wisata alam unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara (S8, S11, S12, O1, O7)</li> <li>• Meningkatkan wisata budaya melalui kegiatan budaya yang dimiliki Pulau Bokori (S2, S10, S13, S14, O6)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempertahankan kegiatan wisata yang sudah dimiliki Pulau Bokori dengan melibatkan berbagai pihak yang ada di Provinsi Sulawesi Tenggara (S1, S2, S3, S4, S8, S9, S11, T1)</li> <li>• Membuat trayek khusus wisata dan melakukan pengadaan fasilitas penunjang pariwisata</li> </ul>

<p>3. Terdapat beberapa wahana olahraga, kegiatan pemancingan dan <i>snorkeling / diving</i> yang menjadi daya tarik minat khusus di Pulau Bokori (S3)</p> <p>4. Sarana pariwisata yang dimiliki cukup lengkap dibandingkan wisata lain disekitarnya (S4)</p> <p>5. Sumber jaringan listrik menggunakan tenaga genset dan panel surya sehingga mendukung energi berkelanjutan (S5)</p> <p>6. Sumber air bersih diperoleh dari masyarakat sekitar yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk meningkatkan perekonomian (S6)</p> <p>7. Terdapat dermaga dan jasa penyeberangan di sepanjang jalan menuju Pulau Bokori (S7)</p> <p>8. Jarak Pulau Bokori dari Kota Kendari cukup dekat dengan Kota Kendari (S8)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengintegrasikan wisata Pulau Bokori sebagai pariwisata utama dalam kegiatan wisata bahari Provinsi Sulawesi Tenggara khususnya Kota Kendari (S1, S2, S3, S4, S6, S7, O2, O7)</li> <li>• Membuat jalur dan paket wisata terpadu dengan melibatkan masyarakat sebagai pengelola transportasi laut wisata (S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7, O7, O8)</li> <li>• Memperkenalkan Pulau Bokori sebagai salah satu destinasi wisata yang menggunakan sumber energi berkelanjutan dalam menunjang prasarana pariwisata (S5, O7)</li> <li>• Meningkatkan keterlibatan masyarakat sekitar Pulau Bokori dalam kegiatan pariwisata di Pulau Bokori (S6, S12, S13, O6)</li> </ul>	<p>yang dapat menunjang kegiatan pariwisata yang ada di Pulau Bokori (S1, S2, S3, T4)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan pembedayaan masyarakat melalui sosialisasi dan penyuluhan pelestarian alam khususnya ekosistem laut (S1, S8, T4)</li> </ul>
--	--	--

<p>9. Terdapat 2 jalur atau rute penyeberangan menuju Pulau Bokori yaitu darat dan laut (S9)</p> <p>10. Pengembangan destinasi pariwisata Pulau Bokori masih dikelola pihak pemerintah provinsi (S10)</p> <p>11. Adanya keterlibatan pihak swasta dalam kegiatan promosi pariwisata Pulau Bokori (S11)</p> <p>12. Adanya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan penyeberangan menuju Pulau Bokori sehingga pengunjung dapat memilih penyeberangan sendiri (S12)</p> <p>13. Adanya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan Festival Pulau Bokori setiap tahunnya (S13)</p> <p>14. Terdapat panggung kesenian yang merupakan inovasi pihak</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempertahankan kegiatan wisata minat khusus yang dimiliki (S3, S4, S5, S12, 5, O8)</li> <li>• Melakukan pengolahan sampah hasil kegiatan dan sisa-sisa biota laut yang dapat dijadikan sebagai cenderamata khas Pulau Bokori (S1, O4)</li> </ul>	
---	---	--

masyarakat untuk mendukung kegiatan wisata budaya (S14)		
<p style="text-align: center;"><b>Weakness (W)</b></p> <p>1. Faktor cuaca atau alam dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Pulau Bokori (W1)</p> <p>2. Wisata budaya hanya ditampilkan pada saat event tahunan yaitu Festival Pulau Bokori (W2)</p> <p>3. Belum terdapat pusat souvenir sebagai wadah penjualan cenderamata khas Pulau Bokori (W3)</p> <p>4. Restoran yang terdapat di Pulau Bokori belum dikelola (W4)</p> <p>5. Rendahnya tingkat kesadaran dan kreatifitas masyarakat dalam memanfaatkan pariwisata (W5)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memanfaatkan hasil kekayaan alam yang dimiliki Pulau Bokori sebagai cenderamata khas dan kuliner khas Pulau Bokori melalui restoran yang terdapat di Pulau Bokori dengan merangkul masyarakat sekitar sebagai pengelola (W3, W5, O4, O6)</li> <li>• Meningkatkan kerjasama dengan pihak swasta maupun pihak masyarakat dalam pengelolaan Pulau Bokori (W2, W4, W5, O2, O3, O5, O8)</li> <li>• Merutinkan kegiatan wisata budaya masyarakat sekitar Pulau Bokori (W2, O1, O5)</li> <li>• Mengadakan pelatihan dan penyuluhan mengenai kreatifitas dalam pemanfaatan potensi pariwisata (W3, W5, O2, O4, O6)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjalin kerjasama yang baik antara pemerintah sebagai pihak pengelola dengan masyarakat sekitar dalam kegiatan wisata budaya dan pelestarian ekosistem di sekitar Pulau Bokori (W2, W5, T1, T4)</li> <li>• Membuat arahan kerja mengenai rencana pengembangan pariwisata dengan melibatkan pihak pemerintah, swasta dan masyarakat dalam peran dan kepentingannya (W2, W3, W5, T1, T4)</li> <li>• Melakukan pengelolaan terhadap restoran sebagai dengan mengintegrasikan budaya dan kuliner khas masyarakat Pulau Bokori (T1, T3)</li> </ul>

*Sumber: Hasil Analisa, 2019*

**Tabel 4.32. Strategi *Brand Positioning* Komparasi Gambaran Umum dan *Best Practice***

<i>Strengths</i>	<i>Opportunities</i>	Gambaran Umum	<i>Best Practice</i>
<p>1. Pulau Bokori memiliki kekayaan potensi alam yang beragam sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung (S1)</p> <p>2. Masyarakat sekitar memiliki budaya yang dapat ditampilkan di Pulau Bokori sebagai daya tarik wisata budaya (S2)</p> <p>3. Terdapat beberapa wahana olahraga, kegiatan pemancingan dan <i>snorkeling / diving</i> yang menjadi daya tarik minat khusus di Pulau Bokori (S3)</p> <p>4. Sarana pariwisata yang dimiliki cukup lengkap</p>	<p>1. Adanya rencana pemerintah untuk mengembangkan wisata budaya di Pulau Bokori (O1)</p> <p>2. Adanya keterlibatan lintas sektor dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata Pulau Bokori (O2)</p> <p>3. Adanya rencana memindahtangankan pengelolaan Pulau Bokori kepada pihak swasta (O3)</p> <p>4. Adanya rencana masyarakat untuk melakukan pengolahan sampah hasil kegiatan di Pulau Bokori untuk</p>	<p>1. Pulau Bokori juga termasuk dalam kategori wisata alam pantai (<i>marine tourism</i>) dengan pemanfaatan lingkungan yang dikelola menggunakan konservasi sumber daya alam sebagai daya tariknya.</p> <p>2. Pulau Bokori merupakan destinasi pulau yang memiliki potensi daya tarik wisata budaya karena adanya sejarah atau peninggalan budaya-budaya yang dimiliki masyarakat sekitar yang dulunya merupakan mendiami Pulau Bokori.</p>	<p>1. Memberikan informasi atau cerita menarik mengenai potensi yang dimiliki destinasi wisata (<i>Branding</i> Pariwisata Singapore)</p> <p>2. Memberikan apa yang wisatawan inginkan pada destinasi wisata (<i>Branding</i> Pariwisata Singapore)</p> <p>3. Bekerjasama dengan jasa biro perjalanan dalam pengembangan atraksi (Penetapan Nilai Keberlanjutan</p>

<p>dibandingkan wisata lain disekitarnya (S4)</p> <p>5. Sumber jaringan listrik menggunakan tenaga genset dan panel surya sehingga mendukung energi berkelanjutan (S5)</p> <p>6. Sumber air bersih diperoleh dari masyarakat sekitar yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk meningkatkan perekonomian (S6)</p> <p>7. Terdapat dermaga dan jasa penyeberangan di sepanjang jalan menuju Pulau Bokori (S7)</p> <p>8. Jarak Pulau Bokori dari Kota Kendari cukup dekat dengan Kota Kendari (S8)</p>	<p>dijadikan sebagai cenderamata Pulau Bokori dan upaya pengurangan sampah (O4)</p> <p>5. Adanya rencana masyarakat untuk membangun <i>homestay</i> pada setiap desa yang berada di sekitar Pulau Bokori (O5)</p> <p>6. Adanya rencana masyarakat berupa wisata kuliner khas Suku Bajo dengan memanfaatkan sumber daya laut yang berada di sekitar Pulau Bokori seperti Sop Bulu Babi atau olahan hasil tangkap masyarakat sekitar Pulau Bokori (O6)</p>	<p>3. Terdapat wisatawan memiliki ketertarikan pada sejarah Pulau Bokori</p>	<p>sebagai <i>Brand</i> Destinasi (New Zealand))</p>
--	--	--	--

<p>9. Terdapat 2 jalur atau rute penyeberangan menuju Pulau Bokori yaitu darat dan laut (S9)</p> <p>10. Pengembangan destinasi pariwisata Pulau Bokori masih dikelola pihak pemerintah provinsi (S10)</p> <p>11. Adanya keterlibatan pihak swasta dalam kegiatan promosi pariwisata Pulau Bokori (S11)</p> <p>12. Adanya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan penyeberangan menuju Pulau Bokori sehingga pengunjung dapat memilih penyeberangan sendiri (S12)</p>	<p>7. Pulau Bokori ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Sulawesi Tenggara (O7)</p> <p>8. Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun (O8)</p>		
---	--	--	--

13. Adanya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan Festival Pulau Bokori setiap tahunnya (S13)			
14. Terdapat panggung kesenian yang merupakan inovasi pihak masyarakat untuk mendukung kegiatan wisata budaya (S14)			
<b>Strategi Brand Positioning</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menghidupkan aktivitas Pulau Bokori sebagai destinasi wisata alam unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara (S8, S11, S12, O1, O7)</li> <li>2. Meningkatkan wisata budaya melalui kegiatan budaya yang dimiliki Pulau Bokori (S2, S10, S13, S14, O6) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan penampilan wisata dengan memanfaatkan beragam budaya yang terdapat di Sulawesi Tenggara</li> <li>• Memberikan penjadwalan dalam kegiatan wisata budaya yang dilakukan secara rutin setiap bulan selama 1 tahun</li> <li>• Memberikan informasi atau menceritakan sejarah Pulau Bokori dan Suku Bajo sebagai salah satu daya tarik wisata budaya yang dimiliki Pulau Bokori</li> </ul> </li> <li>3. Mengintegrasikan wisata Pulau Bokori sebagai pariwisata utama dalam kegiatan wisata bahari Provinsi Sulawesi Tenggara khususnya Kota Kendari (S1, S2, S3, S4, S6, S7, O2, O7)</li> </ol>			

4. Membuat jalur dan paket wisata terpadu dengan melibatkan masyarakat sebagai pengelola transportasi laut wisata (S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7, O7, O8)
  - Bekerjasama dengan pihak biro perjalanan dalam menyediakan paket wisata
5. Memperkenalkan Pulau Bokori sebagai salah satu destinasi wisata yang menggunakan sumber energi berkelanjutan dalam menunjang prasarana pariwisata (S5, O7)
6. Meningkatkan keterlibatan masyarakat sekitar Pulau Bokori dalam kegiatan pariwisata di Pulau Bokori (S6, S12, S13, O6)
7. Mempertahankan kegiatan wisata minat khusus yang dimiliki (S3, S4, S5, S12, O5, O8)
  - Memberikan kegiatan wisata lainnya sesuai dengan keinginan wisatawan sehingga dapat menjadi menambah daya tarik
8. Melakukan pengolahan sampah hasil kegiatan dan sisa-sisa biota laut yang dapat dijadikan sebagai cenderamata khas Pulau Bokori (S1, O4)

*Sumber: Hasil Analisa, 2019*

Berdasarkan matriks SWOT diatas menunjukkan bahwa **strategi S-O** merupakan strategi yang paling unggul dibandingkan dengan strategi lainnya dalam strategi *brand positioning*. Hal tersebut dikarenakan strategi S-O berada pada kuadran 1 berdasarkan hasil penilaian faktor yang dilakukan oleh *stakeholder*.

#### 4.4.2. Brand Personality

##### 1) Identifikasi *Internal Factors Analysis Summary (IFAS)* dan *Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS)* di Pulau Bokori Pulau Bokori

Berikut ini merupakan tabel IFAS-EFAS pada komponen *Brand Personality* di Pulau Bokori.

**Tabel 4.33. Faktor Internal dan Faktor Eksternal *Brand Personality* di Pulau Bokori**

No.	Faktor
<b>Strenghts (Kekuatan)</b>	
1	Pulau Bokori memiliki citra sebagai wisata Pulau atau Pantai yang dikenal oleh para wisatawan (S1)
2	Pulau Bokori melakukan pemasaran melalui berbagai macam media, seperti media online, media elektronik dan penyebaran brosur (S2)
3	Memiliki festival tahunan yaitu Festival Pulau Bokori sebagai salah satu metode promosi Pulau Bokori (S3)
<b>Weakness (Kelemahan)</b>	
1	Media pemasaran yang digunakan Pulau Bokori merupakan media sosial pribadi dan belum melakukan promosi melalui web resmi Dinas Pariwisata (W1)
<b>Opportunity (Peluang)</b>	
1	Promosi Pulau Bokori juga dilakukan oleh masyarakat dan pengunjung melalui media sosial (O1)
2	Mengikuti kegiatan pameran nasional untuk mendukung kegiatan promosi pariwisata Pulau Bokori (O2)
3	Pulau Bokori ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Sulawesi Tenggara (O3)
4	Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun (O4)
<b>Threat (Ancaman)</b>	
1	Pulau Bokori merupakan destinasi pariwisata terbaru di Sulawesi Tenggara sehingga memerlukan promosi yang kuat (T1)

Sumber: Hasil Analisa, 2019

Selanjutnya setelah mengetahui IFAS dan EFAS komponen *brand personality* di Pulau Bokori, maka kemudian

dilakukan pembobotan dan rating pada masing-masing faktor internal dan eksternal tersebut. Bobot yang telah ditentukan yaitu bernilai 1 (Tidak Urgen) sampai 4 (Sangat Urgen), bobot tersebut dilihat untuk penilaian urgensi penanganan, jumlah bobot pada kekuatan dan kelemahan harus sama dengan 1. Sedangkan rating digunakan untuk menilai urgensi penanganan terhadap faktor yang ada, nilai rating yang telah ditentukan untuk kekuatan yaitu bernilai 1 (Tidak Sesuai) sampai 6 (Sangat Sesuai), sedangkan untuk kelemahan penilaian menjadi -1 (Tidak Sesuai) sampai -6 (Sangat Sesuai) (Rangkuti, 2014). Dalam penentuan bobot dan rating ini ditentukan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dengan *stakeholders* (**terdapat pada lampiran**). Berikut adalah hasil perhitungan dari pembobotan dan rating yang didapatkan dari pengisian oleh *stakeholder* terhadap kuesioner IFAS-EFAS yang telah dikumpulkan secara keseluruhan.

**Tabel 4.34. Hasil IFAS dan EFAS *Brand Personality***

<b>Faktor</b>	<b>Bobot</b>	<b>Relatif</b>	<b>Rating</b>	<b>Total Bobot x Rating</b>
<b><i>Strenghts (Kekuatan)</i></b>				
Pulau Bokori memiliki citra sebagai wisata Pulau atau Pantai yang dikenal oleh para wisatawan	0.71	0.1775	4.75	0.843
Pulau Bokori melakukan pemasaran melalui berbagai macam media, seperti media online, media elektronik dan penyebaran brosur	1.37	0.3425	6	2.055
Memiliki festival tahunan yaitu Festival Pulau Bokori sebagai salah satu metode promosi Pulau Bokori	0.92	0.23	5.5	1.265
<b>Total</b>				<b>4.163</b>
<b><i>Weakness (Kelemahan)</i></b>				
Media pemasaran yang digunakan Pulau Bokori merupakan media sosial pribadi dan belum melakukan promosi melalui web resmi Dinas Pariwisata	1	0.25	-2.5	-0.625
<b>Total</b>				<b>-0.625</b>
<b><i>Opportunity (Peluang)</i></b>				
Promosi Pulau Bokori juga dilakukan oleh masyarakat dan pengunjung melalui media sosial	1.25	0.25	5.5	1.379

Mengikuti kegiatan pameran nasional untuk mendukung kegiatan promosi pariwisata Pulau Bokori	0.64	0.13	5	0.643
Pulau Bokori ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Sulawesi Tenggara	1.25	0.25	5.5	1.379
Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun	0.85	0.17	5.5	0.934
<b>Total</b>				<b>4.346</b>
<b>Threat (Ancaman)</b>				
Pulau Bokori merupakan destinasi pariwisata terbaru di Sulawesi Tenggara sehingga memerlukan promosi yang kuat	1	0.2	-5.5	-1.100
<b>Total</b>				<b>-1.100</b>

*Sumber: Hasil Analisa, 2019*

Berdasarkan **Tabel 4.33. Hasil IFAS dan EFAS Brand Personality**, hasil analisis pada *strength* memiliki total sebesar 4.163, *weakness* memiliki total sebesar -0.625, *oppportunity* memiliki total sebesar 4.346, dan *threat* memiliki total sebesar -1.100.

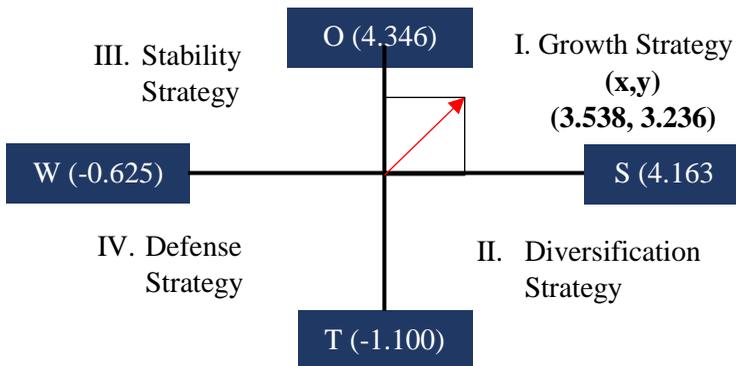
## 2) Diagram Cartesius SWOT

Dari hasil analisis bobot dan rating IFAS-EFAS sebelumnya, dapat ditentukan koordinat pada diagram cartesius dengan tujuan memperoleh strategi yang tepat dalam pengembangan pariwisata Pulau Bokori menggunakan konsep *branding*. Hasil penentuan koordinat pada diagram cartesius SWOT adalah sebagai berikut:

- Koordinat (x) = *score strength* + *score weakness*  
(x) = 4.163 + (-0.625) = 3.538
- Koordinat (y) = *score oppportunity* + *score threat*  
(y) = 4.346 + (-1.100) = 3.236

**Koordinat (x,y) = (3.538, 3.236)**

Koordinat tersebut menunjukkan bahwa hasil IFAS dan EFAS terletak pada I yaitu *Growth Strategy*. Berikut adalah letak posisi kuadran strategi *brand personality* pada Diagram Cartesius.



**Gambar 4.18. Posisi Strategi *Brand Personality* pada Diagram Cartesius SWOT**

*Sumber: Hasil Analisa, 2019*

Berdasarkan diagram cartesius diatas, posisi tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan yang menandakan objek penelitian memiliki berbagai macam peluang yang besar dan kondisi yang kuat. Strategi yang sesuai pada *brand personality* Pulau Bokori adalah dengan cara memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada.

### **3) Matriks SWOT *Brand Personality***

Dalam tahap matriks SWOT, alat analisis SWOT ini digunakan untuk menyusun strategi pengembangan suatu objek. Matriks SWOT ini terdiri dari faktor *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Berikut adalah tabel matrik SWOT *brand personality* Pulau Bokori.

**Tabel 4.35. Matriks SWOT *Brand Personality* Pulau Bokori**

	<i>Opportunity (O)</i>	<i>Threat (T)</i>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi Pulau Bokori juga dilakukan oleh masyarakat dan pengunjung melalui media sosial (O1)</li> <li>2. Mengikuti kegiatan pameran nasional untuk mendukung kegiatan promosi pariwisata Pulau Bokori (O2)</li> <li>3. Pulau Bokori ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Sulawesi Tenggara (O3)</li> <li>4. Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun (O4)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pulau Bokori merupakan destinasi pariwisata terbaru di Sulawesi Tenggara sehingga memerlukan promosi yang kuat (T1)</li> </ol>
<i>Strength (S)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan dan melibatkan masyarakat dalam kegiatan promosi Pulau Bokori dengan mengangkat citra yang dimiliki Pulau Bokori melalui berbagai media (S1, S2, O1, O4)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan promosi yang giat dengan memberikan informasi mengenai Pulau Bokori sebagai destinasi terbaru yang memiliki festival tahunan dan citra sebagai wisata pulau atau pantai di</li> </ul>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pulau Bokori memiliki citra sebagai wisata pulau atau pantai (S1)</li> <li>2. Pulau Bokori melakukan pemasaran melalui berbagai macam media, seperti media</li> </ol>		

<p><i>online</i>, media elektronik dan penyebaran brosur (S2)</p> <p>3. Memiliki festival tahunan yaitu Festival Pulau Bokori sebagai salah satu metode promosi Pulau Bokori (S3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggiatkan kegiatan keikutsertaan dalam pameran wisata nasional dengan mengenalkan Pulau Bokori sebagai destinasi unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara dan citra yang dimiliki Pulau Bokori (S1, O2, O3)</li> <li>• Menjadikan Festival Pulau Bokori sebagai festival tahunan yang wajib dengan mengangkat tema khas Pulau Bokori yang dapat memperkenalkan Pulau Bokori kepada pengunjung sebagai wisata unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara (S3, O2, O3)</li> </ul>	<p>Sulawesi Tenggara (S1, S2, S3, T1)</p>
<p style="text-align: center;"><b>Weakness (W)</b></p> <p>1. Media pemasaran yang digunakan Pulau Bokori merupakan media sosial pribadi dan belum melakukan promosi melalui web resmi Dinas Pariwisata (W1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan kerjasama yang baik dengan masyarakat dan pengunjung dalam kegiatan wisata dan promosi Pulau Bokori (W1, O1, O4)</li> <li>• Melakukan promosi melalui web resmi yang dimiliki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat <i>official</i> akun media sosial Pulau Bokori dan mempromosikan Pulau Bokori melalui ciri khas yang dimiliki Pulau Bokori sebagai destinasi baru (W1, T1)</li> </ul>

	Pemerintahan Sulawesi Tenggara selaku pengelola Pulau Bokori atau <i>official</i> akun Pulau Bokori dengan mengangkat tema destinasi wisata unggulan Sulawesi Tenggara (W1, O3)	
--	---	--

*Sumber : Hasil analisis, 2019*

**Tabel 4.36. Strategi *Brand Personality* Komparasi Gambaran Umum dan *Best Practice***

<i>Strengths</i>	<i>Opportunities</i>	<b>Gambaran Umum</b>	<i>Best Practice</i>
<p>1. Pulau Bokori memiliki citra sebagai wisata pulau atau pantai (S1)</p> <p>2. Pulau Bokori melakukan pemasaran melalui berbagai macam media, seperti media <i>online</i>, media elektronik dan penyebaran brosur (S2)</p> <p>3. Memiliki festival tahunan yaitu Festival Pulau Bokori sebagai salah satu metode promosi Pulau Bokori (S3)</p>	<p>1. Promosi Pulau Bokori juga dilakukan oleh masyarakat dan pengunjung melalui media sosial (O1)</p> <p>2. Mengikuti kegiatan pameran nasional untuk mendukung kegiatan promosi pariwisata Pulau Bokori (O2)</p> <p>3. Pulau Bokori ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Sulawesi Tenggara (O3)</p> <p>4. Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun (O4)</p>	<p>1. Pulau Bokori dikenal sebagai destinasi wisata dengan daya tarik wisata berupa potensi alam laut dan darat.</p> <p>2. Pemasaran dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara melalui media elektronik, media sosial, promosi langsung, dan bekerjasama dengan pihak lain.</p>	<p>1. Melakukan pemasaran melalui promosi langsung dan promosi <i>online</i> dengan memanfaatkan teknologi, sosial media (Penetapan Nilai Keberlanjutan sebagai <i>Brand Destinasi</i> (New Zealand))</p> <p>2. Menjalin relasi dengan daerah atau destinasi lain dan beberapa media untuk melakukan pemasaran destinasi (Penetapan Nilai Keberlanjutan sebagai <i>Brand</i>)</p>

			Destinasi (New Zealand))
<b>Strategi Brand Personality</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan promosi Pulau Bokori dengan mengangkat citra yang dimiliki Pulau Bokori melalui berbagai media (S1, S2, O1, O4) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat akun resmi atau website resmi Pulau Bokori yang berisikan citra atau daya tarik yang dimiliki Pulau Bokori</li> <li>• Mengajak wisatawan untuk mengunggah kegiatan wisata di Pulau Bokori</li> </ul> </li> <li>2. Meningkatkan keikutsertaan dalam kegiatan pameran wisata nasional dengan mengenalkan Pulau Bokori sebagai destinasi unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara dan citra yang dimiliki Pulau Bokori ( S1, O2, O3) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjalin kerjasama antar daerah atau provinsi untuk melakukan kegiatan pemasaran Pulau Bokori</li> <li>• Mengikuti kegiatan pameran wisata yang diadakan oleh relasi</li> </ul> </li> <li>3. Menjadikan Festival Pulau Bokori sebagai festival tahunan yang wajib dengan mengangkat tema khas Pulau Bokori yang dapat memperkenalkan Pulau Bokori kepada pengunjung sebagai wisata unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara (S3, O2, O3)</li> </ol>			

*Sumber: Hasil Analisa, 2019*

Berdasarkan matriks SWOT diatas menunjukkan bahwa **strategi S-O** merupakan strategi yang paling unggul dibandingkan dengan strategi lainnya dalam strategi *brand personality*. Hal tersebut dikarenakan strategi S-O berada pada kuadran 1 berdasarkan hasil penilaian faktor yang dilakukan oleh *stakeholder*.

*-Halaman ini sengaja dikosongkan-*

#### 4.4.3. Brand Identifier

##### 1) Identifikasi *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS) dan *Eksternal Factors Analysis Summary* (EFAS) di Pulau Bokori Pulau Bokori

Berikut ini merupakan tabel IFAS-EFAS pada komponen *Brand Identifier* di Pulau Bokori.

**Tabel 4.37. Faktor Internal dan Faktor Eksternal *Brand Identifier* di Pulau Bokori**

No.	Faktor
<b>Strenghts (Kekuatan)</b>	
1	Tersedia nama atau <i>brand</i> wisata yaitu Pulau Bokori (S1)
2	Terdapat logo yang menggambarkan Pulau Bokori sebagai wisata bahari (S2)
3	Memiliki <i>tagline</i> yaitu “I Love Pulau Bokori” (S3)
<b>Weakness (Kelemahan)</b>	
1	Logo yang dimiliki masih belum digunakan secara resmi (W1)
2	<i>Tagline</i> belum digunakan dan diperkenalkan kepada masyarakat dan pengunjung (W2)
<b>Opportnity (Peluang)</b>	
1	Belum terdapat logo wisata pada destinasi wisata lain disekitar Pulau Bokori (O1)
2	Pulau Bokori ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Sulawesi Tenggara (O2)
3	Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun (O3)
<b>Threat (Ancaman)</b>	
1	Terdapat <i>tagline</i> pada destinasi wisata lain yang memiliki unsur khas wisata tersebut (T1)

*Sumber: Hasil Analisa, 2019*

Selanjutnya setelah mengetahui IFAS dan EFAS komponen *brand identifier* di Pulau Bokori, maka kemudian dilakukan pembobotan dan rating pada masing-masing faktor internal dan eksternal tersebut. Bobot yang telah ditentukan yaitu bernilai 1 (Tidak Urgen) sampai 4 (Sangat Urgen), bobot tersebut dilihat untuk penilaian urgensitas penanganan, jumlah

bobot pada kekuatan dan kelemahan harus sama dengan 1. Sedangkan rating digunakan untuk menilai urgensi penanganan terhadap faktor yang ada, nilai rating yang telah ditentukan untuk kekuatan yaitu bernilai 1 (Tidak Sesuai) sampai 6 (Sangat Sesuai), sedangkan untuk kelemahan penilaian menjadi -1 (Tidak Sesuai) sampai -6 (Sangat Sesuai) (Rangkuti, 2014). Dalam penentuan bobot dan rating ini ditentukan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dengan *stakeholders* (**terdapat pada lampiran**). Berikut adalah hasil perhitungan dari pembobotan dan rating yang didapatkan dari pengisian oleh *stakeholder* terhadap kuesioner IFAS-EFAS yang telah dikumpulkan secara keseluruhan.

Tabel 4.38. Hasil IFAS dan EFAS *Brand Identifier*

Faktor	Bobot	Relatif	Rating	Total Bobot x Rating
<b>Strenghts (Kekuatan)</b>				
Tersedia nama atau brand wisata yaitu Pulau Bokori	0.66	0.13	5.50	0.722
Terdapat logo yang menggambarkan Pulau Bokori sebagai wisata bahari	1.09	0.22	5.75	1.253
Memiliki tagline yaitu "I Love Pulau Bokori"	1.25	0.25	6.00	1.505
<b>Total</b>				<b>3.480</b>
<b>Weakness (Kelemahan)</b>				
Logo yang dimiliki masih belum digunakan secara resmi	1.00	0.20	-2.00	-0.400
Tagline belum digunakan dan diperkenalkan kepada masyarakat dan pengunjung	1.00	0.20	-1.50	-0.300
<b>Total</b>				<b>-0.700</b>
<b>Opportunity (Peluang)</b>				
Belum terdapat logo dan tagline pada destinasi wisata lain disekitar Pulau Bokori	0.87	0.22	5.75	1.253
Pulau Bokori ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Sulawesi Tenggara	1.26	0.31	5.50	1.728

Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun	0.87	0.22	5.50	1.198
<b>Total</b>				<b>4.179</b>
<b><i>Threat (Ancaman)</i></b>				
Terdapat tagline pada destinasi wisata lain yang memiliki unsur khas wisata tersebut	1.00	0.25	-3.75	-0.938
<b>Total</b>				<b>-0.938</b>

*Sumber: Hasil Analisa, 2019*

Berdasarkan **Tabel 4.36. Hasil IFAS dan EFAS *Brand identifier***, hasil analisis pada *strength* memiliki total sebesar 3.480, *weakness* memiliki total sebesar -0.700, *oppportunity* memiliki total sebesar 4.179, dan *threat* memiliki total sebesar -0.938.

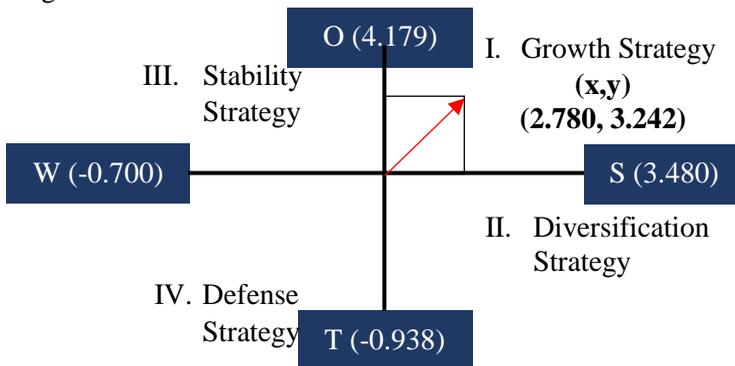
## 2) Diagram Cartesius SWOT

Dari hasil analisis bobot dan rating IFAS-EFAS sebelumnya, dapat ditentukan koordinat pada diagram cartesius dengan tujuan memperoleh strategi yang tepat dalam pengembangan pariwisata Pulau Bokori menggunakan konsep *branding*. Hasil penentuan koordinat pada diagram cartesius SWOT adalah sebagai berikut:

- Koordinat (x) = *score strength* + *score weakness*  
(x) = 3.480 + (-0.700) = 2.780
- Koordinat (y) = *score oppportunity* + *score threat*  
(y) = 4.179 + (-0.938) = 3.242

**Koordinat (x,y) = (2.780, 3.242)**

Koordinat tersebut menunjukkan bahwa hasil IFAS dan EFAS terletak pada pada I yaitu *Growth Strategy*. Berikut adalah letak posisi kuadran strategi *brand personality* pada Diagram Cartesius.



**Gambar 4.19. Posisi Strategi *Brand Identifier* pada Diagram Cartesius SWOT**

*Sumber: Hasil Analisa, 2019*

Berdasarkan diagram cartesius diatas, posisi tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan yang menandakan objek penelitian memiliki berbagai macam peluang yang besar dan kondisi yang kuat. Strategi yang sesuai pada *brand identifier* Pulau Bokori adalah dengan cara memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada.

### **3) Matriks SWOT *Brand Identifier***

Dalam tahap matriks SWOT, alat analisis SWOT ini digunakan untuk menyusun strategi pengembangan suatu objek. Matriks SWOT ini terdiri dari faktor *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Berikut adalah tabel matrik SWOT *brand identifier* Pulau Bokori

**Tabel 4.39. Matriks SWOT *Brand Identifier* Pulau Bokori**

	<i>Opportunity (O)</i>	<i>Threat (T)</i>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Belum terdapat logo wisata pada destinasi wisata lain disekitar Pulau Bokori (O1)</li> <li>2. Pulau Bokori ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Sulawesi Tenggara (O2)</li> <li>3. Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun (O3)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat tagline pada destinasi wisata lain yang memiliki unsur khas wisata tersebut (T1)</li> </ol>
<i>Srength (S)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan eksistensi nama wisata dengan memanfaatkan penetapan kebijakan Pulau Bokori sebagai destinasi unggulan Sulawesi Tenggara (S1, O2)</li> <li>• Memperkenalkan kepada masyarakat dan pengunjung Pulau Bokori mengenai adanya logo dan tagline yang dimiliki Pulau Bokori (S2, S3, O1, O3)</li> <li>• Menggunakan logo dan <i>tagline</i> yang sesuai dengan ciri khas Pulau Bokori (S2, S3, O1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat logo dan tagline yang mengangkat unsur ciri khas Pulau Bokori sehingga membedakan dengan wisata lain(S2, S3, T1)</li> </ul>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tersedia nama atau brand wisata yaitu Pulau Bokori (S1)</li> <li>2. Terdapat logo yang menggambarkan Pulau Bokori sebagai wisata bahari (S2)</li> <li>3. Memiliki tagline yaitu “I Love Pulau Bokori” (S3)</li> </ol>		

<b><i>Weakness (W)</i></b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Logo yang dimiliki masih belum digunakan secara resmi (W1)</li> <li>2. Tagline belum digunakan dan diperkenalkan kepada masyarakat dan pengunjung (W2)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menetapkan logo wisata yang telah dibuat sebagai tanda pengenal atau identitas Pulau Bokori sebagai destinasi wisata unggulan (W1, O1, O2)</li> <li>• Menggunakan dan mempromosikan tagline dan logo kepada masyarakat dan pengunjung (W2, O1, O3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meresmikan dan menggunakan logo dan tagline Pulau Bokori pada berbagai elemen pariwisata Pulau Bokori (W1, W2, T1)</li> </ul>

*Sumber: Hasil Analisa, 2019*

**Tabel 4.40. Strategi *Brand Personality* Komparasi Gambaran Umum dan *Best Practice***

<i>Strengths</i>	<i>Opportunities</i>	Gambaran Umum	<i>Best Practice</i>
1. Tersedia nama atau brand wisata yaitu Pulau Bokori (S1) 2. Terdapat logo yang menggambarkan Pulau Bokori sebagai wisata bahari (S2)	1. Belum terdapat logo wisata pada destinasi wisata lain disekitar Pulau Bokori (O1) 2. Pulau Bokori ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan (O2) 3. Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun (O3)	-	1. Menetapkan slogan atau logo yang mengangkit keunikan destinasi wisata (Penetapan Nilai Keberlanjutan sebagai <i>Brand Destinasi</i> (New Zealand))
<b>Strategi Brand Identifier</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan eksistensi nama wisata dengan memanfaatkan penetapan kebijakan Pulau Bokori sebagai destinasi unggulan Sulawesi Tenggara (S1, O2)</li> <li>• Memperkenalkan kepada masyarakat dan pengunjung Pulau Bokori mengenai adanya logo dan tagline yang dimiliki Pulau Bokori (S2, S3, O1, O3)</li> <li>• Menggunakan logo dan <i>tagline</i> yang sesuai dengan ciri khas Pulau Bokori (S2, S3, O1)</li> </ul>			

*Sumber: Hasil Analisa, 2019*

Berdasarkan matriks SWOT diatas menunjukkan bahwa **strategi S-O** merupakan strategi yang paling unggul dibandingkan dengan strategi lainnya dalam strategi *brand positioning*. Hal tersebut

dikarenakan strategi S-O berada pada kuadran 1 berdasarkan hasil penilaian faktor yang dilakukan oleh *stakeholder*.

*-Halaman ini sengaja dikosongkan-*

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil *Content Analysis* (CA) dan analisis IFAS-EFAS yang telah dilakukan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa ketiga komponen *Branding* di Pulau Bokori berada pada kuadran I yaitu *Growth Strategy*. Dimana posisi tersebut merupakan situasi yang menandakan bahwa Pulau Bokori dalam kondisi yang . Maka berdasarkan hasil pembobotan dan rating yang dilakukan, strategi yang memiliki urgensi paling tinggi adalah *brand positioning*, kemudian *brand personality*, dan *brand identifier*. Sehingga berdasarkan hasil matriks SWOT ditemukan strategi yang dapat diimplematisasikan dalam melakukan pengembangan pariwisata Pulau Bokori menggunakan konsep *branding* adalah sebagai berikut

##### a) *Brand Positioning*

- Menghidupkan aktivitas Pulau Bokori sebagai destinasi wisata alam unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara
- Meningkatkan wisata budaya melalui penjadwalan pada setiap kegiatan budaya yang dimiliki dan memberikan informasi atau wisata mengenai sejarah pariwisata Pulau Bokori
- Membuat jalur dan paket wisata terpadu dengan melibatkan masyarakat sebagai pengelola transportasi laut wisata
- Memperkenalkan Pulau Bokori sebagai salah satu destinasi wisata yang menggunakan sumber energi berkelanjutan dalam menunjang prasarana pariwisata
- Meningkatkan keterlibatan masyarakat sekitar Pulau Bokori dalam kegiatan pariwisata di Pulau Bokori
- Mempertahankan kegiatan wisata minat khusus yang dimiliki

- Melakukan pengolahan sampah hasil kegiatan dan sisa-sisa biota laut yang dapat dijadikan sebagai cenderamata khas Pulau Bokori
- b) *Brand Personality*
- Meningkatkan dan melibatkan masyarakat dalam kegiatan promosi Pulau Bokori dengan mengangkat citra yang dimiliki Pulau Bokori melalui berbagai media
  - Menggiatkan kegiatan keikutsertaan dalam pameran wisata nasional dengan mengenalkan Pulau Bokori sebagai destinasi unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara dan citra yang dimiliki Pulau Bokori
  - Menjadikan Festival Pulau Bokori sebagai festival tahunan yang wajib dengan mengangkat tema khas Pulau Bokori yang dapat memperkenalkan Pulau Bokori kepada pengunjung sebagai wisata unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara
- c) *Brand Identifier*
- Meningkatkan eksistensi nama wisata dengan memanfaatkan penetapan kebijakan Pulau Bokori sebagai destinasi unggulan Sulawesi Tenggara
  - Memberikan sosialisasi kepada masyarakat dan pengunjung Pulau Bokori mengenai adanya logo dan tagline yang dimiliki Pulau Bokori
  - Menggunakan logo dan *tagline* yang sesuai dengan ciri khas Pulau Bokori

## 5.2 Saran

Rekomendasi yang dapat diberikan sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian ini yaitu:

- 1) Penelitian mengenai strategi pengembangan ini dilakukan dengan mengetahui faktor internal dan eksternal Pulau Bokori saat ini untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan yang dilihat dari kemampuan branding dan komponen pariwisatanya. Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara apabila ingin

mengembangkan Pulau Bokori melalui konsep branding, sehingga dapat mengetahui hal apa saja yang dapat diimplementasikan.

- 2) Perlu dilakukan penelitian lanjut mengenai pengelolaan Pulau Bokori ditinjau dari pendekatan sosial, ekonomi, lingkungan, serta kebudayaan masyarakat sebagai bentuk masukan atau saran untuk keberlanjutan pariwisata Pulau Bokori

*-Halaman ini sengaja dikosongkan-*

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku**

- Gelder, S.V. (2003). *Global Brand Strategy: Unlocking Branding Potential Across Countries, Cultures & Market*. London: Kogan Page Limited
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata*. Jakarta: Prenada Media Group
- Yoeti, O. (2001). *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita
- Ahmadi, R. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Burhan, Bungin. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana: Jakarta.
- Rangkuti, F. (2017) *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT Centro Inti Media
- Pitana, I. Gede dan Gayatri, Putu G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Cooper, Chris., et al. (1998). *Tourism Principles and Practice (2nd ed.)*. London: Prentice Hall.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Peter, J. Paul, J. C. Olson. 2005. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Straus, A. J. C. (2013) *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sondang, P. Siagian. (2000). *Manajemen Strategik*. (Jakarta: PT Bumi Aksara)

## **Tugas Akhir**

- Johan, J. (2017) *Arahan Pengembangan Kawasan Wisata Prigi Melalui Konsep Tourism Branding*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember
- Putri, D. (2018) *Peluang Pengembangan Kampung Unggulan di Kota Surabaya Sebagai Daya Tarik Wisata Menggunakan Konsep Branding*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember

## **Jurnal**

- Laksana, P. B., & Riyanto (2014). Strategi Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta Melalui City Branding (Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Surakarta). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 73-79
- Lestari, R. B. (2016). Membangun Citra Sebuah Kota Dalam Persaingan Melalui City Branding. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 68
- Soraya, A. (2016). Strategi Promosi Objek Wisata Pulau Bokori (Pada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara). *Jurnal Ilmiah UHO*

## **Dokumen Pemerintah**

- Perda Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Sulawesi Tenggara Tahun 2016
- Rencana Induk Pengembangan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA) Provinsi Sulawesi Tenggara Tahun 2016
- Masterplan Kawasan Pariwisata Pulau Bokori di Sulawesi Tenggara Tahun 2015

**Website Resmi**

*www.bphn.go.id (2018, Sept 10)*

[www.ppk-kp3k.kkp.go.id](http://www.ppk-kp3k.kkp.go.id)

*-Halaman ini sengaja dikosongkan-*

## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1 - LEMBAR KODE

#### LEMBAR KODE/LIST OF CODE

Lembar kode merupakan kumpulan kode untuk menunjukkan suatu unit baik analisis ataupun unit data yang berfungsi untuk mempermudah memperoleh intisari dan penginterpretasian hasil wawancara.

#### Kode Stakeholder

Kode stakeholder menunjukkan stakeholder

Huruf	Angka	Warna	Stakeholder
G	1		Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara
G	2		Pengelola Pulau Bokori
M	1		Kelompok Sadar Wisata Bajo Bokori
S	1		Abdillah Tour and Travel

#### Kode Variabel

Kode	Warna	Variabel
V1		Citra yang melekat pada objek wisata
V2		Media pemasaran objek wisata
V3		Keunikan daya tarik wisata alam
V4		Keunikan daya tarik wisata budaya
V5		Keunikan daya tarik wisata minat khusus
V6		Keunikan prasarana penunjang pariwisata
V7		Keunikan sarana penunjang pariwisata
V8		Keunikan rute dan transportasi objek wisata
V9		Kreatifitas dan inovasi peran pemerintah
V10		Kreatifitas dan inovasi peran swasta
V11		Kreatifitas dan inovasi peran masyarakat
V12		Ketersediaan nama brand wisata
V13		Ketersediaan logo wisata
V14		Ketersediaan <i>tagline</i> wisata

#### Kode Variabel Baru

Kode	Warna	Variabel
VB1		Kebijakan
VB2		Jumlah Pengunjung
VB3		ODTW lainnya

*-Halaman ini sengaja dikosongkan-*

## LAMPIRAN 2 – DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Judul Penelitian

### STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA PULAU BOKORI MENGUNAKAN KONSEP *BRANDING*

#### IDENTITAS RESPONDEN

<b>NAMA RESPONDEN :</b>	
<b>PEKERJAAN :</b>	
<b>ALAMAT :</b>	
<b>NO. HP/TELP :</b>	
<b>ALAMAT EMAIL :</b>	

#### IDENTITAS INTERVIEWER

<b>NAMA INTERVIEWER</b>	
<b>TGL/BLN/THN WAWANCARA</b>	
<b>JAM MULAI</b>	
<b>JAM SELESAI</b>	

<b>Variabel</b>	<b>Pertanyaan</b>
Citra yang melekat pada objek wisata	Kegiatan apa saja yang ditonjolkan dalam kegiatan pariwisata di Pulau Bokori?
	Potensi apa saja yang dimiliki dan dapat ditonjolkan Pulau Bokori?
Media pemasaran objek wisata	Media apa yang digunakan dalam strategi pemasaran Pulau Bokori? Apakah melalui media online atau offline?
	Bagaimana kegiatan pemasaran Pulau Bokori?
	Apa saja yang menjadi kendala dalam kegiatan pemasaran Pulau Bokori?
Keunikan daya Tarik wisata alam	Keunikan apa yang dimiliki Pulau Bokori sebagai kegiatan dan potensi daya tarik wisata alam?
	Bagaimana kondisi potensi alam yang dimiliki Pulau Bokori?

Variabel	Pertanyaan
Keunikan daya Tarik wisata budaya	Keunikan budaya apa yang dimiliki Pulau Bokori sebagai kegiatan dan potensi daya tarik wisata budaya?
Keunikan wisata minat khusus	Kegiatan dan potensi wisata apa saja yang dimiliki Pulau Bokori selain wisata alam dan wisata budaya?
Keunikan prasarana penunjang pariwisata	Prasarana pariwisata apa saja yang terdapat di Pulau Bokori?
	Bagaimana kondisi prasarana pariwisata di Pulau Bokori?
	Apa keunikan dan perbedaan prasarana yang dimiliki Pulau Bokori dibandingkan dengan objek wisata lainnya?
Keunikan sarana penunjang pariwisata	Sarana pariwisata apa saja yang terdapat di Pulau Bokori?
	Bagaimana kondisi sarana pariwisata di Pulau Bokori?
	Apa keunikan dan perbedaan sarana yang dimiliki Pulau Bokori dibandingkan dengan objek wisata lainnya?
Keunikan rute dan transportasi objek wisata	Jenis transportasi apa saja yang dapat digunakan menuju Pulau Bokori?
	Bagaimana kondisi aksesibilitas atau rute jalan menuju Pulau Bokori?
	Sarana dan Prasarana transportasi apa saja yang disediakan oleh Pulau Bokori?
	Apa keunikan dan perbedaan aksesibilitas yang dimiliki Pulau Bokori dibandingkan dengan objek wisata lainnya?
Kreatifitas dan inovasi peran pemerintah	Kegiatan apa saja yang dilakukan pemerintah dalam pengembangan pariwisata Pulau Bokori?
	Apa saja inovasi yang berikan pemerintah dalam pengembangan pariwisata Pulau Bokori?
	Apa saja kendala yang dialami pemerintah pengembangan pariwisata Pulau Bokori?
	Bagaimana kebijakan pemerintah dalam pengembangan pariwisata Pulau Bokori?

Variabel	Pertanyaan
Kreatifitas dan inovasi peran swasta	Apakah ada keterlibatan pihak swasta dalam pengembangan pariwisata Pulau Bokori?
	Kegiatan dan inovasi apa saja yang dilakukan pihak swasta dalam pengembangan pariwisata Pulau Bokori?
Kreatifitas dan inovasi peran masyarakat	Apakah ada keterlibatan pihak masyarakat dalam pengembangan pariwisata Pulau Bokori?
	Bagaimana animo masyarakat dalam kegiatan pariwisata di Pulau Bokori?
	Apa saja inovasi yang diberikan pihak masyarakat dalam pengembangan pariwisata Pulau Bokori?
Ketersediaan Nama brand wisata	Apakah <i>brand</i> yang dimiliki Pulau Bokori menjadi identitas yang dapat membedakan Pulau Bokori dengan objek wisata lainnya?
Ketersediaan logo wisata	Apakah Pulau Bokori memiliki logo yang digunakan sebagai tanda pengenal Pulau Bokori?
	Apa perbedaan logo yang dimiliki Pulau Bokori dengan logo objek wisata lainnya?
Ketersediaan <i>tagline</i> wisata	Apakah Pulau Bokori memiliki <i>tagline</i> yang menjadi penanda objek wisata Pulau Bokori?
	Apakah <i>tagline</i> yang dimiliki Pulau Bokori bersumber ciri khas yang dimiliki Pulau Bokori?

## LAMPIRAN 3 – LEMBAR OBSERVASI

No	Hal yang Diamati	Keterse-diaan		Deskripsi Singkat
		Ada	Tidak Ada	
<b>1.</b>	<b>Daya Tarik Wisata</b>			
	Daya Tarik Wisata Alam	✓		Pulau Bokori merupakan obyek wisata alam yang memiliki potensi wisata alam berupa pantai atau pulau dengan keindahan pasir putih, ombak yang tenang, beragam terumbu karang, hingga beragam biota laut.
	Daya Tarik Wisata Budaya	✓		Pulau Bokori memiliki wisata budaya yang menampilkan budaya khas Suku Bajo yang merupakan masyarakat yang dulunya mendiami Pulau Bokori. Wisata budaya tersebut hanya ditampilkan pada saat event tahunan yaitu Festival Bokori pada bulan Oktober.
	Daya Tarik Wisata Minat Khusus	✓		Pulau Bokori memiliki wisata minat khusus yang dimanfaatkan dari adanya potensi alam yang dimiliki Pulau Bokori. Wisata minat khusus tersebut berupa wisata pemancingan, <i>diving</i> , <i>snorkeling</i> hingga <i>jogging</i> mengelilingi Pulau Bokori.

2.	Kondisi Sarana Pulau Bokori			
	Kantor informasi	✓		Terdapat kantor informasi yang dimanfaatkan sebagai pusat kegiatan informasi dan pengelolaan Pulau Bokori.
	Papan petunjuk wisatawan	✓		Pulau Bokori sudah memiliki papan petunjuk yang tersebar di beberapa titik sepanjang jalan menuju Pulau Bokori. Terdapat pula peta orientasi wisata Pulau Bokori yang terletak di depan kantor informasi Pulau Bokori.
	Dermaga penyeberangan	✓		Terdapat dermaga penyeberangan baik dermaga yang dimiliki masyarakat, dermaga yang dibangun oleh pemerintah, dan dermaga yang terdapat di Pulau Bokori.
	<i>Ticketing</i>		✓	Pulau Bokori menarik biaya retribusi kepada pengunjung yang datang, namun tidak dilengkapi dengan adanya loket <i>ticketing</i> .
	Tempat parkir	✓		Lahan untuk tempat parkir disediakan di dermaga penyeberangan, baik dermaga pemerintah maupun dermaga masyarakat.
	Musholla	✓		Terdapat musholla yang terletak di Pulau Bokori
	Kamar mandi umum	✓		Terdapat kamar mandi umum yang terletak di tengah Pulau Bokori dalam kondisi

				permanen dan terdapat beberapa kran shower di depan kamar mandi umum.
	<i>Cottage</i>	✓		Terdapat 7 unit villa percontohan dan 10 unit villa yang tersebar di beberapa titik Pulau A yang dapat digunakan pengunjung untuk beristirahat dan menikmati Pulau Bokori di malam hari
	Gazebo	✓		Terdapat beberapa gazebo yang tersebar di Pulau A dan Pulau B. Gazebo dapat digunakan pengunjung sebagai tempat berkumpul untuk menikmati Pulau Bokori dan dilengkapi dengan pembakaran ikan pada masing-masing gazebo.
	Restoran	✓		Terdapat restoran di Pulau Bokori, namun belum dikelola
	Warung/Toko Kelontong	✓		Terdapat warung atau toko kelontong baik di dermaga penyeberangan maupun di Pulau Bokori. Warung tersebut merupakan milik masyarakat sekitar.
	Toko Cenderamata		✓	Tidak ada toko cenderamata
	ATM		✓	Tidak ada ATM
<b>3.</b>	<b>Kondisi Prasarana Pulau Bokori</b>			
	Kondisi jalan	✓		Pulau Bokori di Kabupaten Konawe dengan akses jalan utama menuju Pulau merupakan

				jalur kabupaten sehingga jalan cukup ramai kendaraan, kondisi jalan dengan perkerasan aspal dengan lebar sekitar 5-6 meter untuk 2 jalur kendaraan dan masih terdapat beberapa titik kondisi jalan yang berlubang.
	Jaringan listrik	✓		Terdapat jaringan listrik dan penerangan malam hari di Pulau Bokori yang bersumber dari genset dan panel surya.
	Jaringan air bersih	✓		Terdapat jaringan air bersih yang bersumber dari masyarakat sekitar Pulau Bokori
	Sistem persampahan	✓		Terdapat tempat sampah yang tersebar di beberapa titik Pulau Bokori dengan system tempat sampah yang dipisahkan antara sampah organik dan sampah anorganik
<b>4.</b>	<b>Aksesibilitas</b>			
	Ketersediaan prasarana dan sarana transportasi (bandara, terminal, pelabuhan, dan jenis moda transportasi)	✓		Sepanjang jalan menuju Pulau Bokori merupakan jalan dengan status jalan kabupaten sehingga cukup ramai dengan aktivitas kendaraan. Tidak terdapat angkutan umum pada jalan ini, hanya didominasi kendaraan pribadi dan beberapa truck yang beraktivitas diperbatasan Kabupaten Konawe dan Kota Kendari

5	Obyek wisata lain di dekat kampung unggulan		
	Jenis obyek wisata	✓	Terdapat beberapa obyek wisata lainnya disekitar Pulau Bokori seperti <i>tracking Mangrove</i> , Pantai Maya Ria, Pantai Toronipa, spot <i>diving</i> Bintang Samudera, dan lain sebagainya. Rencananya beberapa obyek wisata tersebut akan dikembangkan sebagai pariwisata terpadu.
	Lokasi obyek wisata	✓	Obyek wisata <i>tracking Mangrove</i> , Pantai Maya Ria, Pantai Toronipa, spot <i>diving</i> Bintang Samudera terletak disepanjang jalan dari Teluk Kendari menuju Pulau Bokori.

#### LAMPIRAN 4 – DESAIN SURVEI

No	Kebutuhan Data	Metode Pengumpulan Data	Sumber Data	Output
1.	RIPPDA Provinsi Sulawesi Tenggara	Survei Sekunder	Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara	Untuk mengetahui arahan kebijakan pengembangan destinasi wisata Pulau Bokori
2.	Masterplan Pulau Bokori	Survei Sekunder	Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara	Untuk mengetahui arahan kebijakan pengembangan destinasi wisata Pulau Bokori
3.	Peta lokasi wisata Pulau Bokori	Survei Sekunder	Bappeda Provinsi Sulawesi Tenggara	Untuk mengetahui lokasi wisata Pulau Bokori secara visual
4.	Jumlah pengunjung Pulau Bokori	Survei Primer/Sekunder	Dinas Pariwisata dan	Untuk mengetahui trend jumlah

No	Kebutuhan Data	Metode Pengumpulan Data	Sumber Data	Output
			Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara	pengunjung yang berkunjung ke Pulau Bokori, baik wisatawan domestik hingga wisatawan mancanegara
5.	Jumlah dan kondisi sarana prasarana wisata Pulau Bokori	Survei Primer Observasi	Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara	Untuk mengetahui jumlah dan kondisi sarana prasarana wisata apa saja yang dapat menunjang kegiatan wisata di Pulau Bokori
6.	Kondisi aksesibilitas menuju Pulau Bokori	Survei Primer Observasi	Dinas Pariwisata Pulau Bokori	Untuk mengetahui bagaimana kondisi aksesibilitas wisatawan menuju Pulau Bokori

<b>No</b>	<b>Kebutuhan Data</b>	<b>Metode Pengumpulan Data</b>	<b>Sumber Data</b>	<b>Output</b>
7.	Kegiatan promosi wisata Pulau Bokori	Survei Primer Observasi	Dinas Pariwisata Pulau Bokori	Untuk mengetahui bagaimana upaya yang sudah dilakukan dalam kegiatan promosi wisata Pulau Bokori

## LAMPIRAN 5 – TRANSKRIP WAWANCARA

KODE **G1** (PENGELOLA)

TRANSKRIP 1

I : INTERVIEWER

Nama Responden : Angsar, S.Sos

Instansi : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif  
Provinsi Sulawesi Tenggara

Jabatan : Pengelola Pulau Bokori/ASN

Tgl/Bln/Thn : Kamis, 24 Januari 2019

Jam Mulai : 13.32

Jam Selesai : 14.18

I : Assalamualaikum, selamat siang Pak. Terimakasih atas kesempatannya, perkenalkan saya Destry Wulandari mahasiswa Perencanaan Wilayah dan Kota ITS. Disini saya sedang melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Bokori menggunakan Konsep *Branding*. Terkait dengan wisata Pulau Bokori, saat ini pemerintah mengenalkan Pulau Bokori seperti apa Pak?

G1 : Untuk saat ini pengenalan Pulau Bokori dikenalkan sebagai wisata pantai atau pulau dengan dilengkapi beberapa wahana.(1)

I : Oh berarti wisata alam berupa pantai ya Pak. Yang wisata alam seperti apa Pak? Apa yang menjadi keunikan dibandingkan wisata alam pantai lainnya?

G1 : Kalau wisata alam mungkin pasir putihnya disini, kemudian juga ombaknya kan tenang, banyak terumbu karang juga disekitar Pulau Bokori ini. (1)

I : Seperti itu ya Pak. Kalau wahananya seperti apa Pak?

G1 : Wahananya itu wahana Banana Boat sama Kano untuk berkeliling disekitar Pulau, cuma itu. Sebenarnya ada area *snorkeling* tapi lokasinya agak diluar Pulau Bokori (1). Jadi untuk sementara cuma itu saja yang bisa kita jual di Pulau Bokori seperti Vila untuk penginapan.(1)

I : Untuk wahana *snorkeling*nya aksesnya dari mana Pak?

G1 : Ya kalau mau *snorkeling*, biasanya kita tunjukkan lokasi *snorkeling*nya. Jadi, kita hanya menjual potensi wisata alam pantai begitu.(2)

I : Potensi alam ya Pak. Kalau untuk pemasaran atau promosi Pulau Bokorinya bagaimana Pak?

- G1 : kita ada Dinas Pariwisata bagian bidang promosi, banyak brosur yang digunakan.(1) Sekitar bulan 2 rencananya kami jalan ke hotel-hotel untuk kerjasama. Yaa, seperti *door to door*. Kemudian juga media social, saya juga tiap hari melempar ke Facebook. (2)
- I :Media social? Media social Pulau Bokori?
- G1 :Nda, cuma media social pribadi. (3) Sebenarnya juga ada web dinas pariwisata tapi belum jalan lagi. Ya kalau missal sudah jalan, kan kita juga bisa promosi melalui itu.
- I : Ohhh, kalau misal keunikan wisata dari Pulau Bokori sendiri seperti apa Pak?
- G1 : Ya, kalau keunikan atau kelebihan Pulau Bokori dari yang lain itu aksesnya paling mudah, dekat dengan kota, paling sekitar 7 menit sudah bisa sampai ke Pulau Bokori dari darat ke Pulau. Dibandingkan pulau lain kan pasti menyeberangnya setengah jam atau 1 jam. Untuk biayanya juga murah, kalau pulau lain 1 kapal bisa sampe 500rb sedangkan disini hanya 20-25rb perkepala atau kalau datangnya Cuma 2 orang bayarnya 100rb. Kalau tempat yang lain itu ndada, pasti lebih mahal. (1)
- I :Kalau untuk potensi wisatanya, saat ini kondisinya sepertinya apa?
- G1 : Kalau disini kita sangat menjaga baik potensi alamnya, soalnya dulu disini kan permukiman warga, jadi terumbu karangnya habis. Tapi kemarin ada juga mahasiswa yang mulai peduli dengan hal itu, jadi mereka pasang terumbu karang dan sekarang sudah tumbuh. dari segi kebersihan kita punya tenaga kebersihan, segi keamanan ada tenaga keamanan juga. Artinya untuk kebersihan dan keamanan ada.
- I :Selain daya Tarik alam disini punya potensi daya Tarik wisata yang lain tidak?
- G1 :Disini juga ada daya tarik wisata budaya (1) dan wisata olahraga (2) juga mungkin
- I :Wisata budaya seperti apa yang ditampilkan?
- G1 :Oiya, tapi wisata budaya itu milik masyarakat sekitar sini saja.(2) Soalnya Pulau Bokori kan tidak ada permukiman warga. Mungkin bisa tanya ke Pokdarwis, seperti kuliner atau tarian adatnya orang Bajo disini.(3) Kemudian, ada juga itu panggung kesenian disini, nah itu ide dari masyarakat sekitar, dari Pokdarwisnya lah begitu.(1) Kan kalau ada festival Pulau Bokori mereka juga menampilkan itu disini. Yang kelola wisata

budaya itu ya Pokdarwis, mereka selalu tampilkan budaya Suku Bajo setiap ada festival Pulau Bokori.(3) karena tujuannya kita pemerintah kan memberdayakan masyarakat yang dulunya memang warga sini. (1)

I : Berarti untuk wisata budaya itu ada tapi tidak ditampilkan tiap hari ya Pak?

G1 : Iyaa, belum bisa tiap hari. Nanti kalau ada event disini, baru mereka tampilkan budayanya. Beda seperti di Bali yang setiap hari latihan.(5) Nanti ketemu saja sama Ketua Pokdarwisnya langsung tanya-tanya bagaimana dengan wisata budayanya.

I : Iya Pak. Kalau Pokdarwisnya dari mana Pak?

G1 : Ya itu, dari masyarakat Suku Bajo disini. Dia juga kemarin sebagai Kepala Desa Samajaya, coba kemarin bilang kalau mau wawancara Pokdarwis saya panggilkan kesini.

I : Ketua Pokdarwisnya sering ke Pulau Bokori ya Pak?

G1 : Iya biasanya kesini, kalau ada tamu-tamunya biasanya dia yang antar langsung kesini.

I : Kalau untuk wisata olahraga yang tadi bapak bilang seperti apa Pak?

G1 : Sebenarnya belum seberapa untuk wisata olahraga,(3) ya kebanyakan memang masyarakat kesini untuk refreshing saja. Mau menikmati pantai, jauh dari perkotaan dan kebisingan kendaraan.

I : Oh jadi wisatawan sejauh ini masih menikmati wisata alamnya saja ya Pak?

G1 : Iyaa, kan lebih diperkenalkan ke wisata alam pantai saja.(3) Tapi sebenarnya kan kita juga punya *jogging tracking* sampai di Pulau B (1), sudah baca di Master Plan toh?

I : Oiya pak, setahu saya kemarin pas baca Master Plan Pulau Bokori juga bisa dinikmati untuk jogging karena ada jogging trackingnya.

G1 : Nah itu, bisa sih sebenarnya dipake untuk jogging(4). Adek sudah ke Pulau B tadi toh? Jadi sebenarnya bisa juga dipake untuk olahraga, biasanya kalau orang menginap disini kan bisa pagi-pagi jogging keliling pulau (5). Oiya biasanya juga banyak pengunjung yang tanya, disini bisa memancing atau tidak. Ya jawab bisa, biasanya itu kita antarkan mereka ke spot-spot pemancingan diantar sama warga sini juga. Kan warga punya karamba disini, biasa kalau malam bisa memancing cumi-cumi atau ikan karang yang kecil-kecil. Bisalah untuk wisata

pemancingan kalau disini itu karena kita kan dikelilingi laut ini di pulau ini(6)

- I :Nah, kalau fasilitas prasarana wisata Pulau Bokori bagaimana Pak?
- G1 :Kalau disini, kita sebenarnya ada Resto, tapi masih sementara masih tahap ini, apa, pihak ketiga. Ada panggung kesenian, aula juga ada. Tapi kalau panggung sama aula sudah jalan, biasanya dipake sama instansi yang mengadakan *gatering* apa semua. Resto sih bisa digunakan, tapi tergantung instansinya saja.(2)
- I :Oh begitu, prasarana itu kerjasama pihak swasta atau bagaimana Pak?
- G1 :Aaa kalau itu semuanya masih pemerintah punya(2), tapi kami sedang mencari pihak ketiga untuk Resto.(3)
- I : Keunikan prasarana yang dimiliki Pulau Bokori dibandingkan wisata lain disekitar Kota Kendari bagaimana pak?
- G1 :Wisata lain yang mana ini yang mau dibandingkan?
- I :Wisata pantai disekitar Kota Kendari Pak?
- G1 :Oh, kalau kita disini tentu lebih lengkap.(4) Ya begitu, itu yang kami jadikan kelebihan dibandingkan dengan wisata pantai lain. Ya artinya, dibanding Pulau disekitar sini ada wisata Pulau, Cuma Pulau Bokori yang bisa lengkap bisa memenuhi. Missal, air bersih belum ada, listrik sama penerangan juga belum ada. Tapi kalau disini kan penerangan sudah ada, pake genset dan tenaga surya.(2)
- I :Kalau air bersihnya bagaimana Pak?
- G1 :Kita kalau air bersihnya beli dari kampung sebelah, soalnya kalau di pulau ini kan tidak ada sumber air, jadi kita pake system beli air.(3)
- I : Kalau fasilitas penunjang lainnya bagaimana Pak? Mungkin seperti ketersediaan ATM, POM Bensin, atau warung-warung.
- G1 : Oh iya, kalau itu karena Pulau Bokori ini berada di wilayah perdesaan jadi cukup jauh dengan fasilitas ATM, beda dengan Pantai Nambo disana yang masih perkotaan. Jadi, biasanya ya harus ke ATM di Kota Kendari dulu baru kesini(4). Tapi kalau POM Bensin, ada itu diperjalanan menuju sini.
- I :Kalau untuk aksesibilitas ke Pulau Bokorinya bagaimana Pak?
- G1 :Kalau transportasi itu, disini kita lepas kepada masyarakat sekitar yang bisa jadi sumber mata pencahariannya mereka. Sebenarnya pemerintah juga punya speed boat, tapi yaa memang

- kita lebih memberikan ke masyarakat, masyarakat kan juga punya kapal kayu. Kebanyakan pengelolanya masyarakat. (2)
- I :Oh berarti untuk penyeberangan ke Pulau Bokori didominasi masyarakat ya Pak? Kalau akses dari Kota Kendari bagaimana Pak?
- G1 :Sebenarnya pemerintah punya rencana, cuma prosesnya belum belum selesai. Rencananya itu, kan di Kendari punya Water Sport itu nanti dibuatkan semacam parkir kapal-kapal sewa. Nah nanti bisa start dari situ, kalau missal mau langsung dari Kota Kendari menuju ke Pulau Bokori langsung pakai transportasi laut. Tapi belum tau lagi, bagaimana kelanjutannya apakah sudah ada anggaran atau belum dari pemerintah. Tapi untuk proyeknya ya memang tujuannya sih seperti itu. Jadi orang kalau mau ke Pulau Bokori nda hanya perjalanan darat langsung kesini, bisa dari Kendari lewat transportasi laut.(3)
- I :Kalau dermaganya bagaimana Pak?
- G1 :Kalau dermaga, ya tetap punya masyarakat tadi yang menyewakan kapal-kapalnya. Disini tiap desa punya dermaganya masing-masing.(3)
- I :Oiya pak, kan Pulau Bokori masih dikembangkan oleh pihak pemerintah Dinas Pariwisata Sulawesi Tenggara. Inovasi seperti apa yang diberikan untuk pengembangan pariwisata disini Pak?
- G1 :Maksudnya? Secara umum pariwisata atau hanya Pulau Bokorinya?
- I :Pulau Bokori Pak
- G1 :Oh, kalau untuk Pulau Bokorinya vaa pemerintah setiap ada event selalu membawa nama Pulau Bokori, baik event nasional atau pameran pasti dibawa. Soalnya kan ini jadi destinasi unggulannya Provinsi Sulawesi Tenggara, dikenalkan lagi kalau ini pulaunya dekat dari kota. Kemudian kan juga itu tadi, ada Festival Pulau Bokori setiap tahun untuk promosikan Pulau Bokori juga.(4)
- I :Festival Pulau Bokori itu diadakan tiap bulan apa Pak? Itu kegiatannya seperti apa?
- G1 :Festival Pulau Bokori itu setiap bulan Oktober. Kalau untuk kegiatan ya seperti wisata budaya tadi, kemudian ada beberapa perlombaan juga. Disitu kita promosikan juga Pulau Bokori.
- I :Kalau untuk kendala yang dialami dalam pengembangannya ada tidak Pak?

- G1 :Kalau untuk kendalanya, sebenarnya Pulau Bokori ini kan masih baru 3 tahun dikelola pemerintah, masih perlu upaya lebih lagi dalam promosinya.(5) Tapi selama 3 tahun ini, pengunjung itu selalu rame selalu meningkat tiap tahunnya.(1) Baru tahun ini awal bulan Januari ini ada penurunan jumlah pengunjung, tapi karena ada himbauan pemerintah kalau cuaca lagi ekstrem, kalau dulu kan aman-aman saja. Padahal, kalau kita disini masih aman-aman saja dibandingkan di Wakatobi, Baubau. Kalau disini kan masih laut teluk, jadi ombaknya ya paling seperti ini saja.
- I :Kalau kebijakan pengembangan Pulau Bokori bagaimana Pak?
- G1 :Kalau kebijakan sepertinya bisa tanya ke Pak Amin yang lebih paham mengenai kebijakan. Yang saya tau palingan ya pemerintah itu ada regulasi, seperti ada akses jalan yang dibuat untuk pariwisata. Sebenarnya itu untuk akses ke Pantai Toronipa, tapi pasti imbasnya juga ke wisata Pulau Bokori. Nanti tanya saja ke Pak Amin. Seperti itu regulasi pemerintah, jadi nanti jalannya enak melewati pantai semua. Ya mudah-mudahan proyeknya sudah jalan tahun ini karena belum ada trayek khusus untuk ke Pulau Bokori ini.(1)
- I :Di sini ada keterlibatan pihak swasta tidak Pak?
- G1 :Hm kalau kita disini itu yang swasta hanya dibagian promosi Pulau Bokori, jadi kita kerjasama dengan pihak swasta atau travel wisata untuk promosi.(1) Selain dari itu masih dikelola Dinas Pariwisata semua.
- I : Berarti pihak swasta hanya promosi ya Pak? Kegiatan promosi dari pihak swasta seperti apa Pak?
- G1 : Ya sama saja, melalui media sosial kayak instagram atau facebook, kemudian brosur untuk *client*.
- I : Kalau keterlibatan masyarakat seperti apa?
- G1 :Oh ya, kalau masyarakat itu pasti terlibat. Disini tujuan kita kan juga untuk memberdayakan masyarakat sekitar.(4) Kalau orang Dinas pariwisatanya paling cuma sekitar 5 orang sebagai pengelola Pulau sisanya itu masyarakat sekitar ini. Termasuk *Cleaning services* juga sebenarnya masyarakat sekitar sini, tapi direkrut sama swasta jasa *cleaning services*.
- I : Masyarakat sekitar juga terlibat dalam memberikan inovasi pengembangan wisata Pulau Bokori tidak Pak?
- G1 :Kalau saya pribadi sih, saya belum dapat ada masyarakat yang memberikan inovasi untuk pengembangan wisata. Cuma ya

masyarakat sekitar sini masih sangat besar animonya untuk terus terlibat dalam kegiatan sehari-hari dengan wisata Pulau Bokori, kan mereka juga jadikan wisata ini sebagai salah satu sumber mata pencahariannya, Jadi kalau untuk keterlibatan dalam konsep pengembangan Pulau Bokori, masyarakat belum terlibat langsung.(4)

- I :Kalau untuk identitas yang diperkenalkan atau yang dikenal masyarakat bagaimana Pak? Misal memiliki logo atau tagline.
- G1 :Oh kalau logo, kita sepertinya sudah punya, sudah buat, tapi saya kurang paham apakah logonya itu sudah resmi atau bagaimana. Setahu saya dulu itu pernah dibuatkan logonya tapi saya lupa, nanti saja kalau ke kantor minta liat logonya.(1) Kalau taglinenya saya kurang paham juga, sepertinya ada tapi coba nanti tanyakan ke Pak Amin saja. (1)
- I :Berarti logonya sudah ada ya, cuma belum resmi digunakan saja? Kalau nama Pulau Bokori itu bagaimana Pak?
- G1 :Ya kalau nama Pulau Bokori itu memang dari dulu begitu namanya Pulau Bokori yang sekarang itu Desa Bokori.(1)
- I :Begitu ya Pak. Kalau dalam kegiatan promosi Pulau Bokori, masyarakat juga dilibatkan tidak Pak?
- G1 :Sebenarnya, dari datangnya pengunjung pun juga sudah membantu kami dalam promosi Pulau Bokori. Missal, wisatawan dari Jakarta atau darimana datang selfie-selfie disini dan mengupload ke media sosial mereka itu sudah membantu kita promosi.(5) Seandainya bisa difasilitasi untuk promosikan ya pasti banyak juga yang kenal Pulau Bokori, seperti adek kuliah diluar Kendari, upload foto di Facebook atau Instagram pasti kan banyak yang lihat itu pasti orang-orang jadi tau sama Pulau Bokori, penasaran ingin ke Pulau Bokori. Jadikan lebih mudah memang menggunakan teknologi dalam hal promosi, dibandingkan promosi secara langsung karna butuh biaya. Sedangkan kita belum ada anggaran kesitu. Ya paling, kalau ada event-event di Jakarta atau diluar, nah baru kita promosikan juga ke orang-orang diluar sana.(6) Tapi kita juga selalu dokumentasikan atau upload di media social kalau lagi ada kegiatan di Pulau Bokori, biar orang-orang tau kalau di Pulau Bokori bisa untuk kegiatan ini itu. Kayak misalnya, kan banyak juga wisatawan mancanegara nah itu biasanya mereka tau Pulau Bokori itu dari Youtube atau media social.(7) Untuk pemerintah

kasih inisiatif yang *door to door* itu belum ada, masih dari saya pribadi.

- I :Kalau untuk brosur, ada acara lain tidak pembagiannya?
- G1 :Kalau itu belum ada, seharusnya di bandara dengan mencantumkan *contact person* sama biaya wisata jadi orang bisa tertarik dan berkunjung diPulau Bokorinya. Tapi kita sudah ada omongan sama pihak Dinas Perhubungan kalau mau memasukkan brosur Pulau Bokori di Bandara.
- I : Oh iya Pak, tadi sudah ke Pulau B. Kalau rencana pengembangan Pulau B seperti apa Pak?
- G1 :Kalau itu saya kurang tahu, nanti tanya ke Pak Amin saja. Yang jelas tidak hanya dikelola Dinas Pariwisata, lintas sektor juga jadi Dinas PU dan Perhubungan juga terlibat nanti dalam pembangunan di Pulau B.(5)
- I :Iya Pak. Kemudian kalau untuk jumlah pengunjung bagaimana Pak?
- G1 :Setiap tahun meningkat jumlah pengunjung. Apalagi kalau *weekend*, biasanya kalau ramai yaa bisa 500-1000.
- I :500-1000? Itu perbulan?
- G1 :Iya perbulan, nanti bisa lihat datanya jumlah pengunjung di Kantor, sudah ada rekapannya selama 3 tahun terakhir. Tapi kayak tadi saya bilang diawal, untuk bulan Januari ini memang lagi menurun karna faktor cuaca. Nanti bisa ke Kantor ambil datanya itu, ada data jumlah pendukung, dokumentasinya juga ada semua itu di Kantor.
- I : kalau jumlah pengunjungnya itu hanya ada untuk wisatawan lokal atau seperti apa?
- G1 : Oh nda, ada juga itu yang dari mancanegara.
- I : Kalau wisatawan mancanegara itu biasanya tau Pulau Bokori darimana Pak?
- G1 :Biasanya itu kalau mancanegara dari media social. Youtube yang diupload orang-orang, atau mereka datang ke pameran-pameran wisata.(8)
- I :Ohiya Pak, di Pulau Bokori punya cenderamata atau oleh-oleh khas tidak Pak? Apakah terdapat pusat oleh-oleh Pak?
- G1 :Oh iya, kemarin itu ada rencana dari Dekranas mau buat pusat souvenir, kemarin sih sudah survei nanti lokasinya disamping pusat informasi, tapi belum tau kapan berjalan. Soalnya memang lumayan banyak pengunjung yang tanya, “Pak disini ada yang jualan Kaos Bokori kah?” tapi sebenarnya ada warga

sini yang biasanya datang sabtu minggu untuk jualan, tapi belum ada tempat khusus disisinya. (5)

I : Berarti untuk cenderamatanya masih kaos ya Pak? Kalau cenderamata khas Pulau Bokori ada tidak Pak?

M : Iya, masih kaos biasa yang ada tulisan Pulau Bokori. Kalau misal kayak gantungan kunci atau yang khas dari sini itu belum ada. (4)

I :Seperti itu ya Pak. Mungkin sekian saja wawancara Pak, terimakasih atas waktunya karena sudah menyempatkan untuk wawancara Pak.

G1 : Oh iya dek, sama-sama.

## KODE **G2** (GOVERNANCE 2) TRANSKRIP 1

### I : INTERVIEWER

Nama Responden : H. Amin

Instansi : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif  
Provinsi Sulawesi Tenggara  
Jabatan : Kepala Seksi Destinasi Pariwisata  
Tgl/Bln/Thn : 24 Januari 2019  
Jam Mulai : 10.25  
Jam Selesai : 11.10

I : Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

G2 : Waalaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatuh.

I : Terimakasih atas waktu dan kesempatannya, perkenalkan saya Destry Wulandari mahasiswa Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. Disini saat ingin melakukan wawancara kepada Bapak mengenai *Branding* Pulau Bokori yang dikarenakan saya sedang melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Bokori menggunakan Konsep *Branding*”.

G2 : oh iya, bagaimana?

I : Pulau Bokori sejak kapan mulai dikembangkan sebagai destinasi wisata Pak?

G2 : oh iya, jadi saya cerita dulu sejarahnya Pulau Bokori. Pulau Bokori itu dulunya itu permukiman warga suku Bajo. Kemudian dulunya juga destinasi wisata di sekitar Kota Kendari itu cuma ada 2 (dua), Pantai Mayaria Kessilampe dan Pantai Batugong. Kemudian, pemerintah melihat kalau Pulau Bokori punya potensi sebagai destinasi wisata pas Pemerintahan Gubernur La Ode Kaimuddin tahun 1992 s.d 2002 sehingga ditetapkan sebagai destinasi wisata. Nah, pada saat Pemerintahan Gubernur Nur Alam, kembali lagi dikembangkan Pulau Bokori karena sempat terbengkalai dan hampir tenggelam. Jadi, tahun 2013 Gubernur Nur Alam menetapkan Pulau Bokori sebagai destinasi wisata unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara karena potensi daya tarik yang dimiliki.(1)

I : Oh jadi sebelumnya Pulau Bokori ini permukiman warga ya Pak?

- G2 : Iya, sebelum dijadikan destinasi wisata, warga Suku Bajo dipindahkan ke daratan sekitar Pulau Bokori. Jadi, kalau mau ke Pulau Bokori itu kan banyak rumah disepanjang jalan sebelum menyeberang, nah itu dulunya warga di Pulau Bokori.
- I : Kalau begitu, bagaimana tanggapan warga Suku Bajo selama Pulau Bokori dikembangkan sebagai destinasi wisata?
- G2 : Kalo warga itu sebenarnya menerima saja Pulau Bokori dijadikan sebagai destinasi wisata, soalnya memang Pulau Bokori ini pernah hampir tenggelam karna tergerus air laut. Kemudian, dalam aksesibilitas wisata ke Pulau Bokori juga Pemerintah memberikan penuh kepada masyarakat sekitar untuk memfasilitasi pengunjung yang ingin menyeberang ke Pulau Bokori.(5) Mereka kan pekerjaannya sebagai nelayan jadi pasti memiliki perahu motor, nah itu yang bisa jadi sebagai penghasilan tambahan kalo sedang tidak melaut.(1)
- I : Berarti untuk menyeberang ke Pulau Bokori itu semuanya diserahkan ke masyarakat sekitar ya Pak? Untuk dermaga penyeberangannya bagaimana Pak?
- G2 : Iya, penyeberangan diberikan kepada masyarakat sekitar. Kalo dermaganya, tiap desa di sekitar Pulau Bokori itu punya dermaganya masing-masing. Tapi, kami juga Dinas Pariwisata bekerjasama dengan Dinas Perhubungan sudah membangun dermaga atau pelabuhan mini untuk dijadikan tempat sandar kapal yang ingin mengantar pengunjung ke Pulau Bokori. Terus ada juga dermaga di Pulau Bokori untuk menaik-turunkan pengunjung.(2)
- I : Masyarakat membangun dermaga mini itu dana dari Pemerintah Dinas Pariwisata?
- G2 : Bukan. Kalau dermaga masyarakat ya dari masyarakat, biasa dananya dari dana masing-masing yang mereka alokasikan untuk pembangunan dermaga di masing-masing desanya.(2) Kan mereka juga mayoritas bekerja sebagai nelayan. Jadi dermaganya tidak sepenuhnya dermaga untuk pariwisata saja.
- I : Ohiya Pak, biasanya Pulau Bokori ramai pengunjung di hari apa saja Pak?
- G2 : Kalo ramai ya jelas setiap Sabtu dan Minggu atau setiap tanggal merah. Biasanya kalo lagi ramai seperti itu pengunjung bisa mencapai 1000 orang atau minimal 500 orang.
- I : Pengunjungnya dari mana saja Pak?

- G2 : Biasanya masyarakat Kota Kendari atau orang-orang sedang memiliki kegiatan di Kota Kendari juga menyempatkan datang liburan di Pulau Bokori.
- I : Kalo wisatawan mancanegara ada ndak Pak?
- G2 : Oh iya, wisatawan mancanegara juga ada, ya biasanya sekitar 50-100 orang rata-rata perbulan mereka datang ke Pulau Bokori. Yang jelas setiap tahunnya jumlah wisatawan yang ke Pulau Bokori itu selalu meningkat, ada datanya itu.
- I : Oh ada ya Pak. Biasanya wisatawan itu mengetahui Pulau Bokori darimana saja Pak?
- G2 : Ya kalau misal masyarakat Kota Kendari atau Sulawesi Tenggara pasti tau dari mulut ke mulut, wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Pulau Bokori pasti menceritakan bagaimana Pulau Bokori.(1) Kalau wisatawan mancanegara paling taunya dari social media, Instagram atau Youtube yang diunggah masyarakat.(2) Itu kan sebenarnya juga bisa membantu promosinya Pulau Bokori tanpa mereka sadari.
- I : kalau promosi dari Pemerintah seperti apa Pak?
- G2 : Oh kalau kami Dinas Pariwisata kan punya pembagian seksi-seksi dalam pekerjaan. Nah, disini kalau promosi Pulau Bokori yang bekerjasama itu ada Seksi Tata Kelola Destinasi Pariwisata dan Seksi Promosi Pariwisata.(6) Jadi, kami dibagian destinasi memberikan informasi terkait pengembangan apa saja tentang destinasi wisata di Sulawesi Tenggara, kemudian bagian promosi membuat media-media promosi berupa brosur, booklet, leaflet, dan lain sebagainya. Selain itu, kita juga melakukan promosi melalui media elektronik, media social seperti Facebook, Instagram, atau hanya sekedar membagikan foto-foto destinasi wisata melalui WhatsApp.(3)
- I : berarti sejauh ini pemerintah melakukan promosi secara umum Sulawesi Tenggara ya Pak? Bukan promosi khusus satu destinasi wisata seperti Pulau Bokori?
- G2 : Tidak, jadi memang kita kan Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Tenggara jadi pasti juga proomosi se-Sulawesi Tenggara. Tapi kalau khusus Pulau Bokori juga kita punya promosi tersendiri, jadi kami juga menyediakan brosur Pulau Bokori.(4) Itu ada di lobby kantor. Nanti bisa kesana, ambil saja disana. Jadi kalau Bokori memang kita juga adakan promosi tersendiri karena saat ini kan Pulau Bokori lagi dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara

makanya kami juga punya promosi tersendiri untuk Pulau Bokori biar bisa lebih dikenal Pulau Bokorinya.

I : Berarti untuk promosi wisata Pulau Bokori juga ada sendiri ya Pak. Promosinya hanya dilakukan oleh pemerintah saja atau ada pihak lain yang terlibat?

G2 : Eh tidak juga sebenarnya itu kalau pengembangannya masih dari pihak pemerintah saja seperti yang tadi saya bilang.(7) Tapi kalau untuk promosinya, promosinya Pulau Bokori kami punya mitra kerja dengan pihak swasta bagian pariwisata seperti ASITA dan PHRI.(1) Jadi sejauh ini promosinya selain dari kami pihak pemerintah langsung, juga dibantu dengan pihak swasta yang tadi. Tapi kalo dalam bentuk paket wisatanya belum, belum ada. Jadi promosinya Pulau Bokori ini dilakukan oleh kita sebagai pihak Pemerintah Provinsi melalui media social yang kemudian dari media ini berkembang.(5) Tapi kalo kerjasama langsung pengelolaannya belum, pihak swasta belum terlibat.

I : Kalau dari pihak swasta seperti apa metode promosinya Pak?

G2 : Ya kalau dari pihak swasta itu kan mereka memang bergerak dibidang pariwisata. Jadi kalau mereka mau buat paket wisata di Sulawesi Tenggara kan itu juga sudah termasuk promosi wisata kita, membantu kita juga secara tidak langsung. Jadi mereka dapat *client* yang pakai paket wisata mereka, kita juga dapat keuntungan karena banyak yang datang didestinasikan wisata Sulawesi Tenggara.

I : Selain promosi melalui media online dan media cetak tadi, ada kegiatan-kegiatan lain yang membantu promosi Pulau Bokori tidak Pak?

G2 : Jadi kalo kita disini selain melalui online elektronik juga kerjasama dengan tvri, kemudian ada brosur-brosur juga yang kami sebar. Tapi yang paling utama dalam rangka menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Pulau Bokori itu, kita menguatkan brandingnya di Pulau Bokori. Karena setiap tahun kita mengadakan festivalnya di Bulan Oktober. Selain itu Provinsi Sulawesi Tenggara punya event nasional, namanya itu HALO SULTRA. Kemudian dalam event itu ada kegiatan pentas budaya dan pameran, seperti pameran destinasi unggulan, nah salah satu destinasi unggulan kita itu ya Pulau Bokori.(6) Tetapi bukan berarti kita bangun Pulau Bokori untuk membentuknya seperti Wakatobi, tetapi sebagai konektivitas

pengunjung di Sulawesi Tenggara. Jadi, sebelum orang ke Wakatobi, kita upayakan mereka berkunjung dulu ke Pulau Bokori atau sebaliknya. Jadi, Pulau Bokori itu masuk sebagai destinasi wisata unggulan Provinsi Sulawesi Tenggara.(2) Dan kemudian kita juga mengembangkan sebagai destinasi wisata terpadu, artinya sebagai konektivitas beberapa destinasi. Misalnya, di Tipulu itukan ada destinasi Water Sport, jadi bisa saja orang berangkat dari Water Sport menyusuri Teluk Kendari kemudian di sekitaran Teluk Kendari kan terdapat destinasi wisata, ada Pantai Mayaria, ada wisata Mangrove di Desa Mekar, Pulau Bokori, kemudian ada Danau Biru, ada juga Tanjung Toronipa, kemudian disekitaran Tanjung Toronipa itu ada juga spot panjat tebing. Jadi ada rencananya memang pemerintah mau membuat pariwisata terpadu, menghubungkan semua destinasi yang ada.(8)

I : Biasanya dalam kegiatan promosi Pulau Bokori citra apa yang ditampilkan dalam kegiatan promosinya?

G2 : Kalau citranya, ya kita tentu yang kita angkat itu tentunya wisata alam yang dimiliki Pulau Bokori.(1) Seperti wisata pulau atau pantai dengan keindahan pasir putih, ombak yang tenang, terumbu karangnya, pokoknya keindahan alamnya, baik itu di darat maupun di bawah laut.(2) Selain itu kita juga punya atraksi wisata budaya. Jadi seperti itu yang kita kenalkan kalau promosi.(2)

I : Berarti citra yang diangkat dalam promosi Pulau Bokori itu lebih keindahan alam atau wisata alam ya Pak?

G2 : Iya, lebih ke wisata alam saja, khususnya wisata alam pantai(3)

I : Kalau kendala promosinya ada tidak Pak? Kendalanya seperti apa?

G2 : Jadi begini, kalo pengembangan dalam pariwisata itu kan ada sapa pesona yang ke 7 yaitu kenangan. Disitulah kendala sebenarnya yang dimiliki Pulau Bokori, karena Pulau Bokori kan belum memiliki cendra mata khusus, biasanya memiliki cenderamata untuk pengunjung. Jadi di Pulau Bokori ini tidak ada yang menjadi kenangan ketika balik dari Pulau Bokori.(1) Sebenarnya kami sudah memberitahukan kepada masyarakat, tapi masyarakat belum memberikan respon dengan baik. Tetapi, kalo niat tentu ada. Jadi kelemahannya itu belum ada cenderamata khas Pulau Bokori,(2) kemudian kesadaran masyarakat dalam memanfaatkan pariwisata itu masih cukup

rendah.(3) Jadi mereka belum mengetahui bahwa pariwisata itu dapat memberikan keuntungan yang maksimal, andai kata mereka punya cenderamata kemudian kami menyediakan gerai cenderamata pasti dinamika ekonomi masyarakat pasti meningkat. Karena pengunjung membeli, dimana pengunjungnya itu bukan hanya wisatawan local saja, tapi banyak pengunjung dari Pulau Jawa juga. Tetapi, sejauh ini memang pengunjung selalu mengatakan ”apa sih yang bisa kita beli atau bawa pulang setelah berkunjung di Pulau Bokori?” Padahal disana kan banyak bekas-bekas kerang yang bisa menjadi cenderamata dari kerajinan tangan. Jadi memang, kreatifitas dari masyarakat yang belum ada.(4) Jadi ya intinya kreatifitas masyarakat masih kurang, padahal kita pihak Pemerintah sudah mensosialisasikan, Bintek, tapi sampai saat ini belum ada hasil cenderamata.(9) Jadi kalau tidak ada cenderamata juga kan bisa mengurangi promosi karena dari cenderamata itu bisa jadi wisatawan yang pernah ke Pulau Bokori memberitahu ke orang-orang kalau Pulau Bokori juga punya cenderamata khas Pulau Bokori yang bisa dinikmati selain keindahan alamnya.(4) Kemudian juga Pulau Bokori ini juga masih baru sekali dikembangkan, jadi mungkin orang-orang lebih kenal destinasi wisata lain yang ada disekitar.(6)

- I : Oh iya, tadi bapak juga bilang ada wisata budaya. Wisata budaya seperti apa yang dimiliki Pulau Bokori?
- G2 : Iya, jadi begini kan di Pulau Bokori itu kan tidak ada penghuni atau penduduk yang bertempat tinggal disana. Tapi masyarakat yang ada disekitar Pulau Bokori itulah yang menjadi penduduk Pulau Bokori karena mereka kan dipindahkan dari Pulau Bokori ke darat. Nah mereka itu punya budaya, jadi setiap ada festival di Pulau Bokori itu mereka menampilkan budaya-budaya Bajo, mereka kan Suku Bajo.(1) Sehingga, dengan begitu kita membangun panggung kesenian di Pulau Bokori.(3) Adek kemarin sudah lihatkan panggung keseniannya?
- I : Iya, sudah Pak.
- G2 : Nah itu untuk mendukung wisata budaya. Kemudian, untuk restonya juga kami berharap mereka diberikan fasilitas untuk masuk diresto itu dengan menampilkan budaya mereka, seperti dari lagu Bajo atau Tariannya.(2) Jadi kami menginginkan, ketika nanti restonya sudah jalan, banyak pengunjung yang

menikmati makanan di resto sambil menikmati budaya Suku Bajo yang ditampilkan di resto itu.(10)

I : Berarti untuk saat ini, wisata budaya di Pulau Bokori hanya ada ketika festival di Pulau Bokori?

G2 : Iya, kalo lagi festival saja. Tidak seperti didaerah lain yang setiap hari. Jadi kalo di Pulau Bokori kan memang ada event tahunannya. Festival Pulau Bokori namanya jadi disitu mereka tampil. Atau biasanya kalo lagi ada tamu yang mau ke Pulau Bokori.(3) Tapi sebenarnya kami mengharapkan, ketika restoran di kelola masyarakat bisa masuk untuk menampilkan budayanya.(11)

I : Oh iya Pak, mau tanya juga soal sarana pariwisata di Pulau Bokori. Selain beberapa yang sebutkan tadi seperti restoran, panggung kesenian, dermaga. Sarana apalagi yang dimiliki Pulau Bokori?

G2 : Oh iya sarana yaa. Jadi, kalau restoran itukan ada tapi masih belum jalan soalnya belum ada yang kelola. Jadi di Pulau Bokori itu sarananya ada villa/cottage 10 unit, gazebo 10 unit, kamar mandi umum 1 unit, menara pemantau ada 2 unit tapi saat ini yang berfungsi hanya ada di Pulau A, kemudian ada aula pertemuan 1 unit, klinik kesehatan 1 unit, mushollah 1 unit, dermaga, dan jembatan penghubung dari Pulau A ke Pulau B.(4)

I : Itu pembangunan sarananya dari pihak mana saja Pak?

G2 : Kalo saat ini, Pulau Bokori kan masih ditangani Pemerintah Provinsi. Pernah sih kita bicara dengan pihak swasta, tetapi pihak swasta itu apa yang disampaikan belum sesuai dengan apa yang kita harapkan mulai dari aspek pendapatan, kontraknya, kemudian apa yang mereka ingin bangun itu semua sudah kita lakukan. Jadi pihak swasta ini pernah ada dari pengelola Pantai Putri di Ancol pernah datang kesini, kemudian meninjau Pulau Bokori tapi dengan fasilitas yang sudah ada disana mereka sendiri malah belum siap. Kemudian ada juga masyarakat sini sebagai pihak swasta, tetapi apa yang disampaikan masih jauh dari harapan.(2) Artinya, kan ini namanya destinasi berbayar begitu kan, berhubungan dengan pendapatan daerah toh, ternyata dana yang bisa mereka setorkan ke Pihak Provinsi sebagai PADnya masih rendah sekali, jauh lebih besar apabila pihak Pemerintah Provinsi yang mengelola. Tetapi, kedepannya kami akan kerahkan ke pihak swasta, karena pemerintah itu tidak bisa mengelola destinasi. Jadi nanti akan kita berikan

sesuai dengan prosedur, sampai sekarang kita sudah tawarkan siapa pihak swasta yang ingin mengelola silahkan mengirimkan proposal kemudian kita kaji Bersama tapi sampai sekarang belum ada proposal yang masuk. (12)

I : Berarti belum ada kerjasama dengan pihak swasta ya Pak dalam pengembangan Pulau Bokori?

G2 : Iya untuk saat ini masih dikelola pemerintah provinsi.(13) Kalau untuk kerjasama dengan pihak swasta belum ada kalau untuk pembangunan atau pengembangannya, tapi itu itu tadi pihak swasta tetap kami jadikan sebagai mitra kerja di bagian promosi, khususnya promosi Pulau Bokori. (3)

I : Tapi dari pihak swasta pernah memberikan inovasi tidak Pak?

G2 : Pihak swasta? Kalo sampai sekarang belum ada inovasi yang diberikan karena mereka kan belum terlibat langsung.(4) Tapi kalo pembangunan yang kita laksanakan itu pasti ada pihak ketiga, Cuma kalo untuk pengembangan destinasiya tidak ada, semuanya itu masih dari pemerintah mulai dari akses dan lainnya. Tetapi kedepannya, kita harapkan sesuai dengan prosedur perundang-undangan yang mengelola destinasi wisata itu ya pihak swasta. Seperti di Bali, semuanya kan dari Pihak Swasta. Kecuali Pulau Bokori ini, karena masih dilanjutkan pembangunannya dan bersifat sustainable sehingga apa yang ada di Pulau Bokori itu masih dipegang sama Pemerintah sampai saat ini belum ada pihak swasta.(14) Termasuk resto yang ada disana, sudah lihat restonya toh?

I : Iya, sudah Pak.

G2 : Nah itu, kita menawarkan restonya dikelola pihak swasta. Tapi belum ada. (15)

I : Kalau prasarana pariwisata yang dimiliki Pulau Bokori ada apa saja Pak?

G2 : Jadi, kalau prasarana itu ada listrik yang bersumber dari genset dan panel surya. Terus juga ada air bersih, nah kalau air bersih itu diambil dari seberang dari masyarakat sekitar, ada penerangan juga untuk malam hari, tempat sampah juga ada. Kemudian ada juga prasarana yang digunakan untuk menunjang kegiatan wisata alam di Pulau Bokori seperti *banana boat*, kano, *jetski* yang bisa dipakai untuk keliling Pulau Bokori. Ada juga disediakan jalan setapak yang mengelilingi Pulau Bokori, jadi itu bisa digunakan sebagai pedestrian atau mungkin untuk jogging bagi orang-orang yang inginap di Pulau Bokori. Jadi

di Pulau Bokori tidak hanya untuk wisata alam atau wisata budaya. Tapi bisa juga menikmati Pulau Bokori dengan berolahraga, baik itu olahraga air atau sekedar olahraga didaratan.(1)

I : berarti di Pulau Bokori tidak hanya ada wisata alam dan wisata budaya sebagai atraksinya ya Pak? Tapi juga ada wisata minat khusus berupa olahraga yang Bapak sebutkan tadi?

G2 : Iya, seperti itu.

I : Kalau wisata olahraga air itu jenis olahraga apa yang dimaksud Pak?

G2 : Eee, wisata olahraga itu ada *diving*, *snorkeling* biasanya ada pengunjung yang datang untuk *diving* karena disana kan juga bagus karang-karangnya kan, jadi seperti itu.(1)

I : Kalau untuk air bersih tadi semuanya dari masyarakat sekitar ya Pak?

G2 : Iya kami masih belum bisa sediakan air bersih langsung dari Pulau Bokori.(2) Jadi kami masih kerjasama dengan masyarakat sekitar untuk air bersih, kami membeli air bersih untuk keperluan wisata di Pulau Bokori. Jadi lagi-lagi cukup besar juga efek yang diberikan dari Pulau Bokori ini ke masyarakat sekitar.(5) Nah, Pulau Bokori ini termasuk lengkap dari segi sarana prasarana penunjang pariwisatanya dibandingkan dengan wisata lainnya di sekitar Kota Kendari. Jadi itulah yang menjadi keunggulan Pulau Bokori dibandingkan dengan wisata lain tapi ini juga masih terus dalam masa pembangunan jadi masih dikelola pemerintah provinsi.(3)

I : Untuk prasarana penunjang lainnya seperti ATM dan POM bensin bagaimana Pak?

M : Kalau fasilitas penunjang yang itu tidak ada di Pulau Bokori. Jadi palingan fasilitas seperti itu ada didaratan sekitar Pulau Bokori saja, mungkin diperjalanan menuju Pulau Bokori dapat ditemukan itu ATM sama POM bensin.(4)

I : Seperti itu ya Pak. Kalau begitu kreatifitas dan inovasi apa yang berikan pihak pemerintah dalam pengembangan Pulau Bokori?

G2 : Dari pemerintah itu, perubahan pada amenitas, sarana dan prasarananya. Kenapa kita membangun amenitas yang baik, untuk menarik jumlah pengunjung yang ingin kesana. Supaya mereka merasa nyaman ketika disana karna fasilitas-fasilitas yang ada disana. Kemudian, e pemerintah Provinsi saat ini e

baru merencanakan lagi. Jadi Pak Gubernur saat ini mau menambah aksesnya dari Kota ke Bokori dengan perbaikan jalan. Kemudian, setelah amenitiesnya pemerintah melakukan program pengembangan masyarakat salah satunya itu pembentukan Desa Wisata dan Kelompok Sadar Wisata. Dan saat ini, sudah dilaksanakan khususnya pada pemberdayaan masyarakat. Dan kalo mau menyeberang ke Pulau Bokori itu kan pakai perahu dari masyarakat semua itu, nah itu salah satu program pemberdayaan masyarakat, yang diwadahi sama Kelompok Sadar Wisata.

I : Berarti masyarakat memang banyak dilibatkan dalam pariwisata Pulau Bokori ya Pak?

G2 : Kalo masyarakat itu, keterlibatannya cukup besar. Karena dengan terbukanya Pulau Bokori sebagai destinasi wisata, mereka sangat mendukung karena terbukanya lapangan kerja baru bagi mereka, jadi partisipasi aktif masyarakat di sekitarnya Pulau Bokori itu sangat tinggi. Dan salah satu yang membuktikan yaitu mereka itu sangat sadar bahwa dengan adanya pariwisata di Pulau Bokori itu sehingga terbentuknya Kelompok Sadar Wisata Pulau Bokori. Kemudian, bisa juga dilihat, kapal penyeberangan ke Pulau Bokori itu dari masyarakat.(6) Air bersih yang digunakan di Pulau Bokori juga dari masyarakat.(5) Jadi begitulah, sejauh ini keterlibatan masyarakat terhadap destinasi wisata Pulau Bokori. Disamping itu, itulah salah satu program pemberdayaan masyarakat yang kita lakukan.

I : Kalau begitu kreatifitas dan inovasi apa yang diberikan masyarakat dalam pengembangan pariwisata Pulau Bokori?

G2 : Kalau bicara soal inovasi dari pihak masyarakat dalam pengembangan Pulau Bokori itu, mereka pernah bilang ke kami yang diwakili Kelompok Sadar Wisata. Jadi mereka itu ingin membangun *homestay*. Sejauh ini, kami baru menerima itu saja dan belum direalisasikan.(7) Kemudian, panggung seni disana itu juga inovasi dari pokdarwis selaku masyarakat.(5) Masih begitu saja keterlibatannya, kalau pengembangan konsep secara langsung belum ada dari masyarakat.

I : Oh iya Pak, kalau aksesibilitas menuju Pulau Bokori bagaimana Pak?

G2 : Maksudnya dari jenis transportasi atau kondisi jalannya?

I : Dua-duanya Pak

- G2 : Kalau dari aksesibilitas menuju Pulau Bokori itu bisa menggunakan 2 jalur. Yang pertama itu ada jalur darat dari Kota Kendari menuju perkampungan Suku Bajo Kecamatan Soropia dengan waktu tempuh sekitar 30 menit, kemudian dilanjutkan dengan melakukan penyeberangan ke Pulau Bokori menggunakan speedboat, katinting atau perahu motor yang disediakan masyarakat tadi. Selain itu, bisa juga langsung melakukan perjalanan laut dari teluk Kendari tapi saat ini pengunjung masih menggunakan rute perjalanan darat. (2)
- I : Kalau rencana terkait aksesibilitas menuju Pulau Bokori?
- G2 : Jadi, kan jalan menuju Pulau Bokori itu memang jalan Provinsi jadi memang masih bebas siapa saja bisa melewati jalan itu, termasuk ketika ingin berkunjung ke Pulau Bokori. Belum ada track khusus untuk menuju ke destinasi wisata.(3) Jadi sekarang kan, ada program kerja pertama dari Pak Gubernur yang nantinya akan dibuatkan terminal untuk ke destinasi-destinasi wisatanya, jadi diharapkan akan lancar. Sebenarnya sudah ada jalan yang dibuatkan untuk bisa langsung ke daerah toronipa tapi karena aksesibilitas dan dinamika masyarakat masih kurang jadi masih menggunakan jalan Provinsi dulu. Nanti setelahnya akan diperlebar lagi jalan yang langsung ke toronipa.(16) Tapi kalo trayek dari Kota langsung ke Pulau Bokori memang belum ada.(4)
- I : Oh iya, tadi kan kata Bapak pengunjung masih banyak yang memilih untuk menempuh perjalanan darat menuju Pulau Bokori. Alasan pengunjung menggunakan rute itu karena apa Pak?
- G2 : Mungkin karena perjalanan darat menuju Pulau Bokori itu banyak perkampungan nelayan dengan bangunan tradisional yang mereka miliki. Jadi biasanya wisatawan menikmati itu sebagai daya tarik tersendiri juga. Tapi kalau melalui perjalanan laut langsung dari Kota Kendari sebenarnya juga bisa menemukan masyarakat yang disepanjang Teluk Kendari yang sedang melaut, jadi bisa dijadikan sebagai daya tarik juga.(5) Tapi balik lagi mungkin wisatawan juga lebih memilih aksesibilitas yang efisien dalam biaya soalnya kan kalau langsung menggunakan perjalanan laut pasti jauh lebih mahal dibanding harus melalui perjalanan darat dulu.
- I : Kalau dari logo dan tagline Pulau Bokori bagaimana Pak?

- G2 : Kalau disana itu punya tulisan Bokori Island Resort sebagai identitas atau penanda Pulau Bokori, jadi kami juga sudah ada logonya. Yang sudah dibuatkan dari pihak ITS kemarin. Jadi logonya itu menggambarkan Pulau Bokori, seperti ada gambar gelombang dan dan sketsa Pulau Bokori dengan dilengkapi fasilitas untuk bersantai seperti tempat duduk dan payung sebagai identitas yang dimiliki Pulau Bokori.(1) Taglinenya itu, I Love Bokori.(1) Jadi kalo taglinenya itu diangkat dari cerita bahwa Pulau Bokori ini salah satu destinasi yang pernah ada di Sultra tapi hampir 20 tahun destinasi ini tenggelam, artinya tenggelam karena tidak dihiraukan. Jadi saya juga pernah menulis bahwa Pulau Bokori adalah Mutiara yang hampir hilang. Jadi sekarang, bagaimana caranya kita menjaga Pulau Bokori agar tidak terjadi lagi seperti yang dulu ya dengan cara kita harus mencintai Pulau Bokori. Jadi kita selalu sosialisasi kepada masyarakat agar tolonglah Pulau Bokori itu dijaga kebersihannya dan keamanannya. Masyarakat sanakan dulunya itu suka membom ikan, jadi ekosistem yang ada disana itu rusak.(8) Jadi sekarang itu sudah dilakukan peremajaan terumbu karang yang dilakukan oleh beberapa komunitas, dalam rangka meningkatkan rasa cinta kita kepada Pulau Bokori yang hampir hilang. Dan alhamdulillah mendapat respon yang baik dari pihak provinsi, dan Kementerian Pariwisata juga memberikan dana yang cukup besar dalam pembangunan Pulau Bokori. Jadi dari tahun 2013 tu masih dana dari pemerintah Provinsi, tapi pada tahun 2015 sampai saat ini dananya itu dari Kementerian Pariwisata yang berikan dalam rangka pengembangan Pulau Bokori.
- I : Logonya dari Pihak ITS ya Pak? Itu sudah resmi digunakan atau bagaimana Pak? Arti dari logo tersebut seperti apa?
- G2 : Iya logonya kemarin dibuat dari Pihak, jadi MasterPlan Pulau Bokori kan bekerjasama dengan Pihak ITS, Ibu Dian kemarin. Arti logonya itu sebenarnya gambaran atau ilustrasi tentang wisata bahari.(2)
- I : Oh iya, baik Pak. Mungkin sudah cukup wawancara dari saya mengenai Pulau Bokori. Terimakasih atas waktu dan kesempatannya Pak.

## KODE **G2** (GOVERNANCE 2) TRANSKRIP 2

### I : INTERVIEWER

Nama Responden : H. Amin

Instansi : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif  
Provinsi Sulawesi Tenggara  
Jabatan : Kepala Seksi Kelola Destinasi Pariwisata  
Tgl/Bln/Thn : 01 April 2019  
Jam Mulai : 09.12  
Jam Selesai : 10.00

I : Assalamualaikum Pak Amin, maaf mengganggu waktunya. Saya langsung mulai saja ya Pak, mengenai kegiatan wisata minat khusus yang ada di Pulau Bokori apa saja Pak?

G2 : Kalau wisata minat khusus di Pulau Bokori itu hanya wisata pemancingan saja. Iya, ada spot pemancingannya itu, di Pulau Bokori dan sekitarnya sampai di Pulau Saponda ada wisata pemancingan. Jadi kita kembangkan wisata pemancingan minat khusus disitu. Kemudian kalau khusus Pulau Bokori nya itu ada pemancingan, tapi kalau disekitar Pulau Bokori itu ada panjat tebing.(2) Jadi missal ada orang yang hobby panjat tebing, disekitar Pulau Bokori itu ada wisata panjat tebing.

I : Panjat tebing itu masih sebagian rangkaian wisata Pulau Bokori atau bagaimana Pak?

G2 : Iya, kan wisata Pulau Bokori itu dengan wilayah disekitarnya karena masuk dalam wilayah KPPN dan sekitarnya. Jadi, Pulau Bokori dengan misalnya Pantai Toronipa itu masih termasuk dalam pengembangan KPPN Pulau Bokori. Jadi disana ada pemancingan, sampai disekitaran Pulau Saponda itu memang sering memancing kesana.(3) Dan bahkan orang setiap ada festival itu, kita adakan lomba memancing, baik tradisional maupun modern begitu.

I : Jadi dalam festival Pulau Bokori itu selain memancing apa lagi rangkaian kegiatan lainnya?

G2 : Kalau festival Pulau Bokori itu, pertama diperkenalkan budaya melalui penampilan budaya-budaya, baik dari budaya Suku Bajo sebagai budaya penduduk asli, dan kemudian ada juga budaya adat Suku Tolaki begitu. Yang kedua itu ada lomba mancing, baik itu tradisional dan modern, bahkan lomba itu

tingkat nasional dan internasional. Kemudian juga ada perlombaan perahu tradisional diadakan.

- I : Kalau lomba perahu itu, yang pesertanya dari mana saja Pak?
- G2 : Kalau lomba perahu itu dari wilayah disekitaran Pulau Bokori. Ya jadi ada dari Labengki, dari Batu Gong, kemudian ada dari Toronipa, dari Abeli dan ada juga dari Konsel menyeberang kesitu. Nah itu mereka datang untuk berlomba.
- I : Kalau dari Masterplan yang saya baca itu kan ada perencanaan lapangan voli. Nah itu voli itu masuk juga dalam rangkaian festival Pulau Bokori tidak Pak?
- G2 : Nah kalau untuk lapangan voli itu, biasa itu kita laksanakan juga tiap tahun lomba voli pantai.(4) Tapi untuk tahun ini kita tidak laksanakan voli pantai itu. Tapi untuk lapangannya memang ada di Pulau Bokori. Dan itu memang setiap ada event Festival Pulau Bokori memang kita laksanakan juga lomba voli tapi tahun ini tidak. Alasannya karena kita sedikit merubah pola promosi disana, tetapi voli pantai itu sebenarnya bahkan perlombaan hingga tingkat nasional.
- I : Keunggulan dari Pulau Bokori apa saja Pak?
- G2 : Jadi begini, keunggulan Pulau Bokori yang kita kembangkan itu paling pertama yaitu potensi alamnya. Karena di Pulau Bokori itu memiliki bentangan pasir putih yang menarik menurut para wisatawan atau pengunjung. Yang kedua, disana kita bisa melihat matahari terbit, itu juga menjadi daya tarik wisata kita. Bisa juga untuk berjemur. Dan untuk keindahan alam bawah lautnya itu bisa untuk *diving* atau menyelam, bahkan disitu ada habitat ikan kerapu yang tidak dapat diganggu sehingga menarik para pengunjung.(1) Jadi ikan kerapu itu sepesang, menurut orang yang sering melakukan *diving* itu disitu ditemukan ikan kerapu betina dan jantan yang besar, tetapi tidak setiap hari berada disitu. Jadi ikan kerapu itu dianggap aneh sehingga orang tertarik dengan itu. Lokasi ikan itu disekitar kapal yang karam itu. Kemudian yang menjadi keunggulan juga Pulau Bokori itu mudah dijangkau, terdapat konektivitas antar destinasi.(4) Nah itu, salah satu alasan orang berkunjung karena ketika dia berkunjung ke Pulau Bokori dan stay di Pulau Bokori sebenarnya dia bisa melakukan perjalanan lain ke beberapa destinasi wisata lain misalnya ke Pulau Hari. Terserah dia mau *diving* atau *snorkeling* disana juga boleh. Kemudian ada Pulau Sparing di daerah Konawe Selatan, nah itu

kalau kesana itu kita bisa melihat komunitas penyu. Jadi itulah yang menjadi daya tarik wisata dari wilayah KPPN Pulau Bokori adalah lebih ke alamnya.(5) Jadi pengunjung yang ke Pulau Bokori juga bisa menikmati destinasi lain disekitarnya, bisa ke Pulau Hari, Pulau Baho, atau Pulau Sparing menggunakan kapal. Dan atau bisa juga dengan wisata pemancingan, kebanyakan pengunjung itu senang dengan itu, karena kami pernah mewawancarai pengunjung yang datang.

I : Kalau dari segi sarana dan prasarana dari Pulau Bokori yang menjadi keunggulan itu apa saja Pak?

G2 : Kalau disana itu kan, Pulau Bokori adalah salah satu destinasi pariwisata yang dikembangkan secara sustainable begitu. Jadi kita mengandalkan fasilitas untuk menunjang kegiatan pengunjung yang diamati dari beberapa aspek, seperti amenitas dan *cottagenya* sedang kita kembangkan lagi. Kemudian disana itu kita juga sudah kembangkan restoran yang direncanakan pada tahun 2019 ini, kami harapkan sudah lengkap disitu, mulai dari kuliner tradisional sampai dengan kuliner yang lainnya. Jadi kami sudah membicarakan hal tersebut, dan saya menyarankan apabila rencana restoran itu lebih baik kalau kulinernya itu kuliner tradisional dari masyarakat khas suku Bajo karna kalau yang modern-modern itu sudah biasa, kalau makan tradisional itu akan menarik pengunjung.(8)

I : Kalau kelemahan Pulau Bokori apa saja Pak?

G2 : Jadi begini salah satu kelemahan Pulau Bokori adalah kesadaran masyarakat. Jadi kesadaran masyarakat untuk memahami esensi dari pada keberadaan pariwisata itu sendiri, bagi mereka belum terlalu tinggi.(9) jadi disitu aspek kelemahannya. Rata-rata masyarakat itu hanya mengharapkan pemerintah, seharusnya pariwisata itu dilakukan oleh masyarakat kemudian didukung oleh pemerintah. Yang kedua adalah regulasi tentang Pulau Bokori itu sampai saat ini belum terlalu kuat seperti itu. Mengapa karna sampai saat ini Pulau Bokori masih dikelola oleh pemerintah yang seharusnya dikelola oleh masyarakat. Nah itu juga salah satu kelemahannya Pulau Bokori. Yang ketiga itu, kelemahan yang paling esensial adalah kesadaran dari pihak masyarakat untuk melindungi habitat dan kondisi alam yang ada disekitar Pulau Bokori. Saya berikan contoh, masyarakat yang ada disekitar Pulau Bokori itu khususnya komunitas Suku Bajo itukan selalu membom

ikan(10), nah ketika bom ikan itu dilepas makan karang-karang yang menjadi rumah ikan itu kan hancur. Nah itulah sekarang kami melakukan sosialisasi tapi kami dari pihak Dinas Pariwisata memang mengakui sangat berat dan susah untuk merubah pola pikir/mindset masyarakat(11). Tetapi saat ini, sudah mulai berubah secara pelan-pelan karena memang agak susah untuk merubah sekaligus tapi alhamdulillah sudah ada kesadaran sedikit. Sehingga kami bersosialisasi menyampaikan, kalau sekali-sekali saja boleh karena kalau terlalu sering akan merusak alam kita. Kalau sekarang memang belum ada masalah, tapi yang menjadi masalah ada anak-cucu kalian nanti akan kesusahan dalam mencari ikan lagi. Jadi itulah yang paling mendasar dalam pengelolaan dan pengembangan Pulau Bokori saat ini. Jadi seperti itu yang terjadi.

I : Oh iya pak.. tadi kan kata bapak pengelolaannya masih dipegang pemerintah. Nah bagaimana peran dari pihak pemerintah, masyarakat dan pihak swasta dalam pengembangan Pulau Bokori?

G2 : Jadi begini, pengembangan pariwisata itu tidak mampu dilaksanakan oleh satu instansi saja. tetapi kami Dinas Pariwisata itumengembangkan destinasi pariwisata itu dengan bentuk lintas sector. Nah, jadi ada beberapa instansi lain yang terlibat terhadap pembangunan dan pengembangan Pulau Bokori sebagai destinasi unggulan di Sulawesi Tenggara selain Wakatobi sehingga melibatkan lintas sector.(12) Kemudian kita memberikan pemahaman kepada masyarakat daripada keberadaan pariwisata itu sendiri, sehingga membentuk kelompok sadar wisata dan pengembangan desa wisata(13). Nah disitulah mereka berkomunikasi antar masyarakat disekitar itu, sehingga pola pikir yang mereka dapatkan dari pembicaraan di kelompok itu bisa disampaikan kepada pihak Dinas Pariwisata.(11) kemudian Dinas Pariwisata melakukan intervensi untuk mengembangkan konsep-konsep itu. Dan salah satunya terbentuknya komunitas penyeberangan dari darat menuju Pulau Bokori, apakah istilahnya(12) Kalau dalam Bahasa daerahnya itu papalindang. Jadi merekalah yang mengantar pengunjung dari darat ke Pulau Bokori atau sebaliknya, tetapi peraturannya itu ditetapkan oleh perdesnya mereka.(13) Jadi ada keterlibatan masyarakat terhadap pengembangan destinasi Pulau Bokori. Jadi memang

masyarakat terlibat dalam pengembangannya karena pemerintah tidak bisa mengembangkan suatu destinasi tanpa melibatkan masyarakat. Kemudian dari lintas sector yang lain, keterlibatannya mereka juga sangat diharapkan. Jadi sampai saat ini telah dibangun beberapa fasilitas di Pulau Bokori. Disamping itu juga, pemberdayaan masyarakat itu sangat diharapkan agar meningkatkan keterlibatan masyarakat. Jadi kami Dinas Pariwisata melakukan sosialisasi tentang peningkatan sumber daya manusia dalam bentuk *workshop*, bintek, seminar dan lainnya yang hasilnya bisa dikembangkan di wilayah masing-masing.(14) Ee maksudnya di wilayah sekitar Pulau Bokori ituya. Kemudian Dinas Pariwisata itu memantau, memantau apa saja yang sudah mereka lakukan pada saat setelah menerima materi atau pemahaman seperti itu, dan sekarang ini mereka sudah lumayan banyak yang memiliki kesadaran bahkan sudah membentuk *homestay*. Jadi disana juga sudah ada *homestay* disana.(14)

I : Kalau untuk pihak swasta bagaimana Pak? Keterlibatan dalam pengembangan Pulau Bokori ini.

G2 : Jadi pihak swasta sampai saat ini sudah banyak yang berminat. Jadi Pulau Bokori ini kita sudah sampaikan kepada masyarakat. Kalau ada yang berminat untuk mengelola Pulau Bokori dipersilahkan untuk mengajukan konsep proposal, kemudian kami dari pihak pemerintah provinsi dalam hal ini Dinas Pariwisata Provinsi melakukan kajian. Tetapi dari beberapa kelompok masyarakat yang sudah mengajukan konsep pengembangan dan pengelolaan Pulau Bokori itu sampai saat ini belum terealisasi karena proposal yang mereka ajukan itu tidak sesuai dengan harapan.(15) Tapi kedepannya setelah tuntas pembangunannya, pemerintah kan tidak boleh mengelola destinasi pariwisata. Nah setelah itu kita akan buka peluang untuk mengelola secara nasional. Bahkan sudah ada yang datang dari pengelola Pantai Putri di Ancol, tetapi ketika mereka melakukan peninjauan di lapangan masih banyak sarana yang mereka butuhkan sehingga mereka belum berminat, tetapi katanya suatu saat akan datang lagi ke Dinas Pariwisata Provinsi.

I : Kalau dari segi pemasarannya bagaimana Pak?

G2 : Pemasarannya? Jadi begini pada aspek pemasaran itu kami dari pihak Dinas Provinsi itu menetapkan Festival Pulau Bokori.

Kemudian kita juga bekerjasama dengan beberapa media baik itu media cetak, media elektronik dan media online.(6) Jadi setiap ada kegiatan festival itu kita mengundang mereka jadi mereka mempromosikan kegiatan pariwisata yang ada di Pulau Bokori itu. Jadi mereka masing-masing memiliki komunitas kemudian mereka mempromosikan Pulau Bokori seperti potensi alamnya yang unggul dan beberapa atraksi yang dimiliki Pulau Bokori.(6) Disamping itu kita juga memiliki mitra kerja seperti ASITA, PHRI, dan HPI itulah cara kami dari Pemerintah Provinsi dalam aspek pemasarannya.(1)

I : Kalau selama ini kendala yang ditemukan dalam pemasarannya apa saja Pak?

G2 : Kalau kendalanya itu sulitnya menentukan pangsa pasarnya, siapa saja yang berminat ke Pulau Bokori. Mengapa? karena rata-rata daerah lainnya juga memiliki pariwisata dengan potensi alam yang menarik.(1) Jadi kami pihak pemerintah menyampaikan kepada mitra kerjasama kita dalam hal ini media, dalam melakukan pemasaran itu kita harusnya memakai bahasa promosi bukan dalam konteks ilmiah. Jadi seharusnya menggunakan bahasa promosi, sebagaimana tehnik orang melakukan penjualan, begitu. Nah jadi seperti itu, selain itu kami juga melaksanakan event-event. Nanti ini tanggal 23 April itu ada event yang namanya HALO SULTRA, itu event untuk *branding* pariwisata di Sulawesi Tenggara dan salah satu yang kita pasarkan itu adalah Pulau Bokori. Jadi setiap pengunjung yang datang di HALO SULTRA itu, kita promosikan dan kita harapkan mereka berkunjung ke Pulau Bokori dengan harapan mereka dapat melihat Pulau Bokori secara langsung menyampaikan teman-teman atau komunitas lainnya tentang Pulau Bokori. Sehingga Pulau Bokori ini semakin dikenal. Ini Pulau Bokori sudah sampai di Sumatera loh Pulau Bokori kita ini, hanya mereka mempermasalahkan apakah sudah ada pesawat langsung ke Pulau Bokori? Seperti Pulau Bokori itu. Jadi kami jawab bahwa belum ada, tetapi perjalanan dari Bandara menuju Pulau Bokori itu cuma sekitar 1 jam, bisa melalui darat dan bisa juga melalui jalur laut begitu.(5) Jadi seperti itu.

I : Kalau yang tadi bapak bilang, ada jalur laut, itu penyeberangannya dari mana Pak?

- G2 : Kalau jalur laut itu, kita turun didepan sentral kota. Nah itu banyak perahu-perahu nelayan yang sandar disana. Kalau kita istilahnya orang Sulawesi itu Johnson, itu bisa digunakan untuk menyusuri wilayah Teluk Kendari. Jadi sebenarnya lebih asik naik Johnson itu karena dapat melihat pemandangan Teluk Kendari secara alami begitu, baik rumah-rumah penduduknya, aktivitas nelayan disekitar Teluk Kendari, dan pemandangan di sekitarnya. Nah seperti itu kalau jalur laut. Jadi kalau wisatawan luar sebenarnya lebih bagus kalau jalur laut, karena kita dapat melihat beberapa keindahanalamnya, dan kita bisa juga lihat aktivitas penduduk dan rumah-rumah tradisional yang berdiri diatas laut itu rumah orang Bajo. Selain itu juga ada karamba juga, dan itu termasuk banyak yang mencoba jalur laut dan memberikan kesan yang menarik katanya.
- I : Hmm kalau missal dari pengunjung itu, pernah tidak Pak mengeluh mengenai pariwisata di Pulau Bokori atau mungkin memberikan masukan?
- G2 : Oh kalau itu pada umumnya, ketika mereka berkunjung kesana, mereka itu perlu kenyamanan. Jadi mereka merasa fasilitas yang ada disana itu harus lengkap begitu. Nah Dinas Pariwisata Provinsi dalam hal ini sudah menyiapkan hal itu, jadi fasilitas kita sudah siapkan, pelayanannya juga sudah kita siapkan. Jadi ketika punya kebutuhan, kami memberikan kontak yang bertanggung jawab atau petugas kita yangada disana. Yang kedua itu, para pengunjung yang datang ke Pulau Bokori itu, mereka menanyakan bagaimana jika terjadi kecelakaan? Karena kan ada beberapa destinasi yang terjadi kecelakaan, seperti ada pengunjung yang tenggelam. Nah itu, bagaimana pihak pengelola dalam hal ini Dinas Pariwisata kalau hal itu terjadi? Misalnya ada seseorang yang sedang berenang dan terkena Bulu Babi itu kan banyak disana Bulu Babi jadi kita sudah siapkan. Akan tetapi, kelemahannya juga mungkin petugas kita disana itu belum memiliki kompetensi khusus, jadi petugas disana yang juga merupakan pihak Dinas Pariwisata, jika terjadi hal seperti itu segera dilaporkan di kantor, dan akan kita tangani. Kemudian itu, sarana dan prasarananya yang lengkap seperti air bersih, penerangan, listrik itulah yang mereka harapkan. Yang menjadi masalah saat ini adalah ketika tamu kita bermalam dan mau sarapan, itulah yang menjadi masalah karena belum ada restoran yang digunakan. Jadi seperti itu keluhan mereka. Dan masalah

keselamatan, jadi orang-orang yang berkunjung di Pulau Bokori itu kan kebanyakan orang yang senang dengan laut, nah jadi aspek keamanan di laut itu kita maksimalkan agar terjadi layanan prima disana. Dan dengan memaksimalkan pelayanan itu, kami bekerjasama dengan pihak Jasa Raharja Putra. Nah jadi ada salah satu Lembaga yang bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Provinsi, bagaimana jika terjadi kecelakaan di Pulau Bokori.(15) Tapi yang ditanggung itu ketika orang tersebut sedang beraktivitas di Pulau Bokori, bukan pada saat dia menyeberang. Jadi ketika dia beraktivitas dan terjadi masalah, kita tinggal klaim pihak Jasa Raharja dan kita juga bekerjasama dengan pihak Puskesmas melalui Dinas Kesehatan.(16) Misalnya terjadi kecelakaan berupa tertusuk duri atau dijatuhi kelapa karena disana banyak pohon kelapa atau cedera lainnya itu langsung dipertanggungjawabkan oleh pihak Jasa Raharja Putra. Nah itulah kenyamanan yang kita berikan kepada pengunjung kita dan keluhan-keluhan itu alhamdulillah sudah berkurang.

I : Oh iya, ini mau tanya juga mengenai sejarah atau mungkin nama dari Pulau Bokori ini. Apakah nama Pulau Bokori ini memang Pulau Bokori atau mengalami perubahan nama ketika dijadikan destinasi wisata?

G2 : Tidak, jadi sejak ditemukan itu Pulau Bokori ya memang namanya Pulau Bokori.(1) Kalau orang Sulawesi Selatan mengatakan itu merupakan salah satu wilayah pada saat jaman penjajahan Jepang itu salah satu basis pertahanan Jepang itukan ada di Sulawesi khususnya di sekitara Teluk Kendari bahkan disitu banyak ditemukan bom. Nah tetapi, ketika orang dikejar, menurut sejarah orang dulu orang namanya Pak Wahid, orang yang berlindung di Pulau Bokori itu berarti sudah selamat dia. Karena istilah Bokori itu dalam Bahasa Bugis karena mereka dulu menggunakan Bahasa Daerah Bugis, Bokori itu artinya dibelakangi. Jadi seolah-olah tidak dianggap bahwa ada pulau disitu. Nah karena keistimewaan penduduknya atau karena keistimewaan alam itu sendiri sehingga rata-rata orang yang lari atau sembunyi itu selamat menurut komunitas orang Bajo itu. Jadi memang Pulau Bokori sejak pertama kali ditemukan dan berpenghuni memang namanya Pulau Bokori. Jadi dulu sebelum Pulau Bokori itu dijadikan destinasi wisata, itu adalah permukiman penduduk orang-orang Bajo, siapapun yang

berlayar disitu tinggal disitu juga turun-temurun seperti itu. Kemudian saat ini Pulau Bokori dijadikan destinasi wisata karena ditakuti nanti suatu saat terjadi abrasi karena dia Pulau yang terbuka sehingga masyarakatnya dipindahkan ke darat. Dan masyarakat ketika dipindahkan itu sangat sulit karena mereka menganggap bahwa kehidupannya itu di laut. Tetapi saat ini mereka sudah betah tinggal di darat. Jadi Pulau Bokori memang namanya seperti itu namanya dari dulu dan dia masuk dalam wilayah Desa Bokori.(2) Jadi disitu dulu ada Puskesmas, Kuburan, bahkan mau membangun sekolah tetapi tidak jadi karena memang disitu ramai penduduk 100 KK.

I : Kalau harapan bapak terhadap pengembangan Pulau Bokori seperti apa Pak?

G2 : Jadi begini, seperti yang saya sampaikan tadi. Pulau Bokori adalah pariwisata yang dibangun bersifat sustainable jadi ditetapkan Pulau Bokori ini sebagai destinasi unggulan Sulawesi Tenggara dengan membangun fasilitas yang representatif dan bertaraf internasional. Yang kedua, kita harapkan pengelolaan Pulau Bokori ini bisa ditangani oleh pihak-pihak yang professional sehingga keberadaan Pulau Bokori ini betul-betul dapat memberikan dampak yang cukup baik terhadap perekonomian masyarakat yang ada di sekitaran Pulau Bokori. Yang ketiga, masyarakat dapat merubah *mindset* atau pola pikir mereka terhadap menjaga lingkungan di sekitar Pulau Bokori. Jadi diharapkan dengan terbukanya Pulau Bokori sebagai pariwisata mereka juga mengalami perubahan pola pikir terhadap lingkungan sehingga lingkungan di Pulau Bokori itu betul-betul dapat terjaga dan asri seperti dulu. Jadi memang yang diharapkan kesadaran masyarakat disekitar agar dapat menata kembali lingkungan Pulau Bokori yang asri seperti dulu. Ya pokoknya dikembangkan hingga bertaraf internasional, seperti masterplan yang atau perencanaan itu kan dikembangkan seperti Maldives. Akan tetapi sekarang itu kita melihat perencanaannya terlalu banyak bangunan yang berat tapi kita juga tidak menyalahkan. Tetapi kita hanya mengharapkan bahwa Pulau Bokori merupakan destinasi Pulau Bokori.

I : Baik Pak, mungkin sudah cukup wawancara saya. Terimakasih atas waktunya. Wassalamualaikum.

**KODE M (MASYARAKAT)****TRANSKRIP 1****I : INTERVIEWER**

Nama Responden : Risal

Instansi : Masyarakat

Jabatan : Ketua Kelompok Sadar Wisata Bajo  
Bokori

Tgl/Bln/Thn : 28 Januari 2019

Jam Mulai : 15.05

Jam Selesai : 15.45

I : Perkenalkan nama saya Destry Wulandari, mahasiswa Perencanaan Wilayah dan Kota ITS Surabaya. Pada saat ini saya sedang melakukan penelitian, penelitian saya judulnya Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Bokori menggunakan Konsep Branding. Saya disini melakukan wawancara dengan responden dari pihak Pemerintah, Swasta dan Masyarakat. Untuk pihak Masyarakat akan diwakili Pokdarwis.

M : Oh iya, iyaa. Bagaimana?

I : Saya langsung saja ya Pak, berbicara mengenai masyarakat. Keterlibatan masyarakat dalam pariwisata Pulau Bokori seperti apa Pak?

M : Jadi alhamdulillah dengan adanya Pulau Bokori sebagai destinasi wisata, memang keterlibatannya itu sangat aktif.(1) Kita melihat dari spesifik beberapa kegiatan, pertama itu disaat pembangunan Pulau Bokori itu alhamdulillah semua pekerja itu mulai dari tukang batu dan tukang kayu ada lah sekitar 70% itu pekerjanya dari masyarakat. Yang kedua itu, bertahan sampai hari ini di bagian *cleanning services* dan keamanan Pulau Bokori dengan tujuan menjaga Pulau Bokori itu 90% orang dari Pulau Bokori. Yang ketiga itu, akses dari daratan menuju Pulau Bokori itu bisa dikatakan alhamdulillah 99% perahu-perahu yang dulunya hanya dipakai untuk aktivitas nelayan.(2) nah sekarang kalau missal setelah selesai melaut perahunya dibenahi kemudian dipakai untuk transportasi laut ke Pulau Bokori. Jadi saya melihatnya 3 poin itu, dan terakhir itu, setiap ada kegiatan festival di Pulau Bokori alhamdulillah selalu ada respon dari masyarakat di 7 desa sini.(3) Jadi kami itu namanya

Kelompok Sadar Wisata Bajo Bokori. Jadi kami Suku Bajo yang ada di 7 desa ini, dulunya Suku Bajo yang ada di Pulau Bokori jadi itulah mengapa nama Pokdarwis disini namanya Pordarwis Bajo Bokori. Nah alhamdulillah, kita yang di 7 desa ini disetiap ada kegiatan di Pulau Bokori dan membutuhkan teman-teman sebagai panitia local, alhamdulillah kontribusi masyarakat juga sangat besar terhadap Pulau Bokori.(4) Jadi kami melihatnya memang Pulau Bokori ini memiliki daya tarik tersendiri kalau kami ke Bokori kami merasa kami sedang pulang kampung karena kami lahir disana.

I : Berarti dalam pengembangannya Pulau Bokori ini, masyarakat sekitar juga menerima dampak dari Pulau Bokori? Keterlibatannya juga cukup besar ya Pak?

M : Ya kalau keterlibatan secara konsep pariwisatanya belum seberapa besar, kan masih dikelola pemerintah.(5) Pemerintah juga sekarang sepertinya masih fokus terus dalam pengembangan sarana prasarana di Pulau Bokori.(1) Kalau warga kita disini ya terlibat dalam hal itu tadi, kalau ada kegiatan yang membutuhkan tenaga lebih biasanya kami diajak untuk ikut serta. Kalau pembangunan sarana prasarana kami dipanggil sebagai tukang kayu tukang batunya.(6) Biasanya juga kami diajak untuk mengisi kegiatan berupa wisata budaya, jadi kami warga sini tampilkan wisata khas Bajo di Pulau Bokori.(1)

I : Bagaimana wisata budayanya?

M : Jadi kami Pokdarwis itu menyiapkan wisata Budaya di Pulau Bokori itu lebih ke menampilkan saja. Jadi sebenarnya secara konsep kami sudah konek dengan pariwisata. Tapi actionnya, masih sangat kurang.(7) Jadi ada 3 kali festival, dan 2 kali Sapta Pesona setiap tahunnya, kami Suku Bajo selalu menampilkan Silat khas Bajo, Gambus khas Bajo, dan Iko-iko khas Bajo.(2) Sehingga kalo ke Bokori itu, pasti lihat panggung, Nah panggung itu ide dari Pokdarwis setidaknya kami suku Bajo ingin menampilkan budaya kita disetiap bulan purnama, tapi belum terealisasi sampai saat ini. Kemudian pada Festival yang tahun kemarin, kami Pokdarwis memberi inisiatif bagaimana agar ada tarian suku Bajo sebagai tarian penyambutan dengan nama tarian Panyampo.(6) Kemarin juga sudah sempat melatih adik-adik

kita yang SMP dan kita buktikan bahwa kami bisa menampilkan tarian khas Suku Bajo dengan ciri khas kami selalu ada sarung didalam dirinya. Dan tahun ini kami rencanakan tahun ini. Jadi selama ini, untuk wisata budaya local itu kami yang tampilkan melalui festival Pulau Bokori.(3) Diawal sebelum semua kegiatan dimulai, konsepnya itu dari kami Pokdarwis Bajo Bokori setelahnya barulah konsep dari Dinas Pariwisata. Jadi memang selalu ada koneksi antara Dinas Pariwisata dengan Pokdarwis Bajo Bokori.

- I : Maaf kalo Iko-iko itu tadi apa ya?
- M : Jadi kalo Iko-iko itu nyanyian suku Bajo. Jadi nyanyiannya itu berupa wejangan dari para orang tua tentang bagaimana caranya kita bisa menjaga laut kita yang tujuannya untuk disampaikan kepada anak-cucu suku Bajo.(4)
- I : Kalo penyeberangan ke Pulau Bokori, berarti memang pemerintah memberikan ke masyarakat ya? Kalau dermaganya sendiri bagaimana?
- M : Iya kalo penyeberangan, didominasi masyarakat sini memang.(1) Untuk dermaganya, sebenarnya pemerintah sudah membangun dermaga, tapi belum *clear* sebenarnya dermaga itu milik siapa. Jadi, Dinas Perhubungan itu membangun dermaga terminal B dengan peruntukkan penyeberangan ke Pulau Bokori.(2) Tapi sampai saat ini kami masyarakat belum ada yang menyandarkan kapal kesana untuk menjemput atau mengantar pengunjung karena masih belum diadakan serah terima. Jadi kami lebih memilih membuat dermaga pribadi dibelakang rumah. Jadi semua desa disini punya dermaga penyeberangan dengan biaya dari desa, kecuali Desa Samajaya dananya dari Kabupaten Konawe.(7)
- I : Jadi kalau missal pengunjung ingin menyeberang ke Pulau Bokori tidak harus ke dermaga yang dibangun Dinas Perhubungan ya Pak?
- M : Oh iya, tapi kami juga tidak pernah melarang pengunjung untuk menyeberang melalui dermaga itu. Yang jelas sepanjang jalan menuju Pulau Bokori itu, semua desa memiliki dermaga dan jasa penyeberangan ke Pulau Bokori.(2)
- I : Kalau inovasi dari masyarakat bagaimana?

- M : Jadi sebenarnya kami itu memberikan inovasi misalnya berupa kuliner. Jadi di Pulau Bokori kan banyak Bulu Babi yang mungkin dijadikan hama kalo untuk berwisata bawah laut.(8) Tapi menurut kami masyarakat pesisir khususnya Suku Bajo itu malah bisa jadi solusi, jadi kami itu sering mengonsumsi Sup Bulu Babi. Jadi saya selaku ketua Pokdarwis sudah ketemu bagian Ekrafnya, bantu kami dalam mengelola Sup Bulu Babi dengan tujuan dipasarkan ke pengunjung Pulau Bokori. Jadi bisa dimanfaatkan sebagai ciri khasnya Pulau Bokori.(9) Kemudian ada juga rumput laut, bisa dijadikan wisata rumput laut,(1) tidak hanya berenang dan menikmati angin di Pulau Bokori. Jadi menurut saya, Pemerintah belum seberapa efektif dalam mendorong inisiatif yang kita berikan. Terus ada juga sisa-sisa kerang, yang kalo air surut di Pulau Bokori itu selalu ada kerrang disepanjang pinggir laut padahal itu bisa dijadikan sebagai kerajinan tangan khas Pulau Bokori tapi belum dikelola juga.(10) Dan yang terakhir, mungkin ini lebih ke keluhan kami, sampah dari Pulau Bokori itu banyak sekali dan sampah tersebut selalu dibakar sehingga dari kami banyak yang mengeluh karena adanya pembakaran sampah. Jadi kami memberikan inovasi lagi, bagaimana kalau sampah plastic yang dihasilkan lebih baik dilakukan daur ulang berupa kerajinan tangan oleh masyarakat sekitar Pulau Bokori dan menjadi nilai tambah ekonomi. Jadi, saya ingin sekali Dinas Pariwisata mendukung inovasi kita ini. Kemudian, bisa juga hasil nelayan diolah menjadi makanan khas yang bisa dijual di Pulau Bokori jadi masyarakat sini juga punya pendapatan baru lagi.(11)
- I : Oh jadi inovasi dari masyarakat lebih ke pemanfaatan yang ada di sekitar Pulau Bokori yang bisa menjadi ciri khas Pulau Bokori ya Pak? Selama ini pihak pemerintah responnya bagaimana?
- M : Ya selama ini mereka mendukung saja, tapi tidak ada gerakan langsung untuk mendorong kami masyarakat agar merealisasikan inovasi tadi. Kami kan sebagai masyarakat perlu bantuan dan bimbingan dari pihak pemerintah.
- I : Oh belum ada kegiatan berupa pelatihan ya Pak?

- M : Iyaa belum ada, bahkan kami pernah inisiatif bekerjasama dengan Bank Sampah swasta, agar pihak pemerintah peka terhadap hal itu(12). Tapi ternyata tidak juga.
- I : Kemudian selain inovasi yang sudah disebutkan tadi ada inovasi lain tidak Pak?
- M : Oh iya, ada lagi. Jadi, penghasilan Pulau Bokori itu setiap tahunnya sudah sangat banyak. Nah, menurut kami apakah tidak bisa diberikan kepada kami dengan tujuan merenovasi beberapa rumah disini yang nantinya bisa dijadikan sebagai homestay, jadi kami berencana membuat homestay kalau didanai.(13) Ya memang, di Pulau Bokori sudah memiliki *resort* tetapi masih banyak juga pengunjung yang menanyakan kepada kami, ada tidak rumah warga yang bisa dijadikan sebagai *homestay*. Soalnya *resort* di Pulau Bokori juga lumayan mahal selain itu juga tidak ada penjual makanan yang berjualan disana sampai malam hari.(1) Kan pasti pengunjung kalau mau bermalam, biasanya ingin juga sekaligus menikmati bagaimana suasana asli dari daerah tersebut. Ntah itu dari aktifitas sehari-hari masyarakat maupun makanan khas yang disediakan masyarakat. Jadi kalo dari kami mengharapkan demikian terhadap pengembangan wisata Pulau Bokori.
- I : Kalau untuk prasarananya seperti air bersih dan jaringan listriknya seperti apa Pak?
- M : Nah kalau berbicara soal air bersih di Pulau Bokori itu sudah tersedia juga air bersih, diambil masyarakat sini juga. Kemudian jaringan listriknya itu belum dari PLN, masih dari genset saja, sama itu lampu penerangannya dari panel.(1)
- I : Kalau untuk citra yang diangkat di Pulau Bokori seperti apa Pak?
- M : Kalau citranya Pulau Bokori bisa ke wisata alam, karna airnya yg bagus, pantai putihnya juga. Jadi kebanyakan wisatawan itu kan tertarik dengan itu potensi alam seperti itu kalau memang ke Pulau Bokori hanya untuk melakukan *refreshing*.(1) Tapi kalau mancanegara biasanya sering bertanya tentang sejarahnya Pulau Bokori.
- I : Kalau wisatawan mancanegara sering menanyakan sejarah? Itu biasanya yang memberikan penjelasan tentang sejarah Pulau Bokori siapa Pak?

- M : Iya, jadi biasanya itu kalau ada tamu Pulau Bokori dari mancanegara, biasanya memang mereka selain menikmati pantainya, mereka juga sering tanya tentang sejarahnya Pulau Bokori. Jadi kalau ada tamu seperti itu saya selalu dipanggil untuk jelaskan bagaimana sejarahnya Pulau Bokori ini terbentuk sebagai destinasi wisata.
- I : Itu pengunjung yang datang di Pulau Bokori biasanya tau Pulau Bokori dari mana Pak?
- M : Tau Pulau Bokori mungkin dari Youtube atau sosial media kan sekarang banyak itu.
- I : Biasanya promosi melalui media sosial itu dilakukan pihak mana Pak? Apakah dari pihak masyarakat sini juga?
- M : Iya, promosi dari masyarakat. Melalui social media yang dimiliki generasi muda suku Bajo. Biasanya mengupload bagaimana kegiatan di Pulau Bokori, keindahan Pulau Bokori dan lain sebagainya. Terus wisatawan lokal yang berkunjung kemudian mengupload foto juga kan itu sudah menjadi bagian dari promosi Pulau Bokori tanpa mereka sadari.(1)
- I : Kalau dari pemerintah seperti apa upaya yang dilakukan untuk promosi?
- M : Ya kalau pemerintah itu pasti punya caranya sendiri juga, tapi itu kalau dari kami masyarakat atau pengunjung ya melalui upload di media sosial itu tadi.(13)
- I : Oh iya Pak. Pulau Bokori ini punya logo wisata ndak Pak?
- M : Logo? Kalau itu saya tidak tau juga, tapi selama ini kayaknya belum pernah pake logo.(1) Cuma itu saja tulisan Bokori Island itu saja kayak yang ada di Pelabuhan dengan di pulau sana.
- I : Ohh berarti selama ini belum ada logo yang digunakan atau diperkenalkan kepada masyarakat ya Pak? Kalau untuk *taglinenya*, Pulau Bokori punya *tagline* wisata ndak Pak?
- M : Saya tidak tau juga itu, sama ji kayak tadi itu. Pokoknya itu ada disana tulisan “I Love Bokori Island” kalau tidak salah.(1)
- I : Kalau untuk namanya Pulau Bokori sendiri itu dari mana Pak?
- M : Pulau Bokori ya memang dari dulu namanya Pulau Bokori.(1) Dulu kan kami menempati Pulau Bokori itu tapi dipindahkan ke daratan ini sekarang. Itulah mengapa warga

disini masih disebut orang Bajo Bokori dan desanya juga kan masih ada desa Bokori juga karena memang Pulau Bokori itu dari dulu namanya Pulau Bokori.(2)

I : Oh berarti memang dari dulu namanya Pulau Bokori ya Pak? Tidak mengalami perubahan nama?

M : Hmm tidak, memang Pulau Bokori dari dulu namanya.(3)

I : Baik Pak. Kalau untuk harapan Bapak selaku ketua Pokdarwis atau masyarakat sekitar, apa harapan Bapak dengan adanya Pulau Bokori sebagai destinasi wisata saat ini?

M : Jadi kalau kami Pokdarwis ini, tidak melihat kalau mereka hanya memanfaatkan kami. Tapi kami hanya ingin kami diberdayakan sesuai dengan potensi yang dapat dikembangkan disini. Jadi kemarin itu saya kan juga selain jadi Ketua Pokdarwis, saya juga jadi kepala desa disini, Kepala Desa Samajaya. Jadi kemarin itu waktu saya sering ikut pertemuan mitra kerja dengan pemerintah, tidak seberapa didengar. Kemudian sekarang ini saya sudah mengundurkan diri jadi kepala desa, insya Allah kalau terpilih saya sedang mencalonkan jadi DPR. Insya Allah saya perjuangkan warga-warga disini, biar dampak dari pariwisata di Pulau Bokori itu bisa kami manfaatkan dengan baik juga. Kemudian kalau tidak salah Pulau Bokori sudah jadi destinasi unggulannya Sulawesi Tenggara.(1) itukan pendapatannya lumayan besar juga tiap tahunnya, vila saja itu bisa 1 (satu) sampai 1 ½ (satu setengah) juta 1 malam. Tiap tahun pengunjungnya juga meningkat.(1) tapi tahun ini lagi sunyi pas tahun baru. Jadi kami itu mengharapkan homestay bisa kami dirikan di desa.(14) Dananya itu anggaplah kami disisipkan 50 juta pertahun untuk dibagikan ke 5 desa dengan tujuan merenovasi rumah kami supaya layak untuk dijadikan *homestay* wisatawan, itu saja. jadi kalau dari bandara mereka bisa mengambil *homestay* sama kami warga sini, nikmati makanan tradisional, setiap malam mereka bisa nikmati gambus. Mungkin juga wisatawan tertarik dengan budaya, jadi kalau tahu setiap bulan apa saja kami gambus, trs ada tarian Bajo, mereka bisa menikmati itu dengan menyewa *homestay* kami. Kan itu daya tarik yang kita harapkan. Setidaknya dengan hal itu warga sini juga punya penghasilan tambahan lagi selain dari nelayan, jadi

nelayan-nelayan itu dapat lah mungkin 10-20 tiap malam dan pasti mereka tidak akan lagi membom ikan. Kan lumayan juga toh, dengan begitu kita memustuskan kegiatan yang tidak baik apalagi lingkungan. Misal nelayan dapat 100 rb per minggu, 1 bulan sudah dapat 400 ribu bisa mi mereka pake beli beras jadi mereka pasti berpikir, ahh nda usah kita membom ikan, cukup ini, dia rusak juga laut kalau kita membom karena dari dulu kan nelayan pasti menggunakan bom ikan. Terus juga nanti kerjasama dengan nelayan yang masih mencari ikan, minta tolong carikan bibit ikan putih misalnya, untuk dimakan malam hari, nah itu bisa jadi daya tarik lagi untuk orang yang menyewa *homestay*. Jadi saya bingung kita ini dengan Dinas Pariwisata, secara konsep kita sudah *connect*, tapi secara *action*. Jadi itu yang kami harapkan. Dan untuk *homestay* juga tidak langsung semua rumah dilakukan perbaikan, tapi berproses dulu lah sedikit demi sedikit.

I : Baik Pak, mungkin sekian wawancara dari saya. Terimakasih atas waktunya. Wassalamualaikum.

**KODE M (MASYARAKAT) TRANSKRIP 2****I : INTERVIEWER**

Nama Responden : Risal

Instansi : Masyarakat

Jabatan : Ketua Kelompok Sadar Wisata Bajo  
Bokori

Tgl/Bln/Thn : 02 April 2019

Jam Mulai : 13.20

Jam Selesai : 13.35

I : Sebenarnya kalau di Pulau Bokori itu daya tarik wisata alamnya apa saja Pak?

M : Daya tarik wisata alam? Jadi sebenarnya, saya cerita saja ya nanti kamu simpulkan seperti apa. Jadi memang satu sisi kalau air naik atau pasang, air lautnya itu bersih, jernih sekali beda dengan air laut yang ada di pantai sekitar karena memang dia laut lepas. Kalo yang kedua itu dia pasir putih(2) dan memang kalau untuk sampah itu jarang sekali hanya lewat saja begitu. Berbeda dengan pesisir yang ada di Pantai Toronipa itukan, jadi di Pulau Bokori itu kan karena laut lepas dan berhadapan dengan Laut Banda jadi dia arusnya sangat tinggi, sangat kuat jadinya cepat sekali keluar sampah yang ada. Kemudian kalau air laut itu surut ada pasir putih yang membentang kearah timur itu kurang lebih 2 kilo panjangnya.(3) Jadi dulu itu selalu dipakai untuk lapangan bola kalau lagi surut. Jadi itu kalau saya liat daya tarik wisata alamnya. Kemudian yang terakhir itu, ada pengembangan transplantasi karang di antara daratan Pulau Bokori dengan daratan Kampung Nelayan atau tempat menyeberang itu, jadi sudah ada beberapa instansi yang melakukan transplantasi terumbu karang.(4) Itu sudah, kalau saya sih melihatnya itu saja.

I : Oh berarti untuk daya tarik wisata alamnya tidak hanya dari daratan Pulau Bokori itu sendiri ya Pak?

M : Iya, potensi alamnya ada dari daratannya dan dari alam bawah lautnya juga.(5)

I : Kalau misalnya daya tarik wisata minat khusus di Pulau Bokori apa saja Pak?

M : Apa itu maksudnya minat khusus?

- I : Mungkin seperti kegiatan wisata olahraga atau wahana lain yang mendukung kegiatan wisata disana Pak.
- M : Oh iya. Jadi kalau sejarah lama sekitar 2-3 tahun itu Pulau Bokori itu dijadikan lokasi voli pantai,(1) kurang tau apa itu nama kegiatannya kalau tidak salah itu perlombaan antar kabupaten. Disana itu juga tersedia banana boat, donat boat, ada perahu kecil itu juga ada,(2) apa namanya?
- I : Kano?
- M : Oh iya ada kano. Jadi itu yang menjadi atraksi disana. Nanti di bulan Oktober itu ada lagi Festival Pulau Bokori agenda tahunan yang tahun ini sudah tahun ketiga. Biasanya itu tanggal 26 Oktober itu, disana itu menampilkan atraksi budaya Suku Bajo, ada lomba balap katinting, lomba dayung tradisional, ada lomba mancing tradisional pokoknya macam-macam tapi hanya ada di bulan Oktober saja. Sudah 3 tahun berturut-turut lah diadakan itu.(2)
- I : Berarti kalau wisata berupa wahana olahraga itu ada voli pantai, banana boat, donat boat, sama kano ya Pak? Kemudian juga ada daya tarik berupa berbagai macam jenis perlombaan yang hanya ada disetiap bulan Oktober ya Pak?
- M : Iya.. hanya di bulan Oktober saja.
- I : Kalau menurut Bapak, untuk yang menjadi kelemahan dari Pulau Bokori apa Pak?
- M : Sebenarnya saya sih melihatnya, dalam satu sisi tentang konsep pemberdayaan masyarakat di pesisir Pulau Bokori. Jadi disini kan ada 7 desa, nah seperti yang saya sebut diawal sampah itu memang menjadi bagian dari masalah. Nah saya sih berharap ada manajemen lah untuk pemberdayaan masyarakat, atau ada pemberitahuan untuk masyarakat local agar bagaimana menjaga sampahnya jangan sampai dibuang di laut. Karena harapan kita kan Pulau Bokori itu menjadi ITPD. Nah itu mudah-mudahan ilmu dari Pariwisata itu sebenarnya harus diaplikasi ke masyarakat sekitarnya sehingga konsep wisata itu bukan hanya orang pariwisata yang paham, tapi masyarakat local pun paham. Nah yang kedua, kekurangan hari ini yang ada di Pulau Bokori itu bahwa kalau kita main ke Pulau Bokori bicara kuliner itu masih makan pokea dan *indomie* atau *intermie*, kenapa tidak kita organisir masyarakat nelayan khususnya masyarakat Bajo kan punya makanan khas, kenapa tidak kita mensinkronkan dengan konsep pemberdayaan masyarakat seperti itu. Karena

sampai saat ini Pulau Bokori hanya begitu saja, makan poka, indomie, atau bawa makanan dari Kendari makan di Pulau Bokori kemudian pulang dan meninggalkan sampahnya di Pulau Bokori.

I : Berarti untuk kelemahannya lebih ke konsep pemberdayaan masyarakat, kemudian dari pemerintahnya juga belum menyediakan makanan khas itu ya Pak?

C : Iya, kurang lebih seperti itu.

M : Kemudian sepengetahuan bapak dalam pengembangannya Pulau Bokori ini, ada tidak pihak swasta yang terlibat?

M : Kalau itu saya tidak tau persis. Tapi mungkin ada.

I : Oh begitu ya pak. Oh iya, bapak kan sebelumnya mengatakan sering mengantar pengunjung ke Pulau Bokori? Nah itu, sejauh ini apa saja keluhan atau masalah yang ditemukan pengunjung ketika berkunjung di Pulau Bokori?

M : Sebenarnya sih bukan keluhan, mereka hanya memberikan masukan walaupun bisa saja sih sebagai keluhan. Jadi yang pertama itu, kenapa Pulau Bokori tidak ada souvenir? Tidak ada kenang-kenangan? Maksudnya itu setelah pulang dari Bokori kan tidak mungkin mereka bawa pulang pasir, bisa berupa gantungan kunci atau apa yang bisa menjadi kenang-kenangan, jadi sampai saat ini belum ada souvenir.(2) Kemudian dikuliner pun seperti itu bahwa kita mau kemana kalau sudah di Pulau Bokori itu kita tidak bisa lagi bolak-balik naik kapal menyeberang hanya untuk mencari makan di daratan. Nah jadi itu sih paling keluhan atau masalah yang ditemukan dari beberapa kunjungan teman yang saya antarkan ke Pulau Bokori.

I : Kalau menurut Bapak, Pulau Bokori kan direncanakan sebagai destinasi pariwisata unggul Sulawesi Tenggara, nah menurut Bapak apa saja yang menjadi faktor penghambat atau kendala atau ancaman ketika bersaing dengan destinasi wisata lainnya?

M : Jadi sebenarnya banyak lah saingannya Pulau Bokori ini, kayak Pantai Toronipa, Batu Gong, dan Nambo karena memang di Sulawesi Tenggara khususnya Kota Kendari kan lebih ke wisata pantai saja potensi wisatanya.(1) Tapi secara potensi Pulau Bokori ini sudah cukup dengan mungkin tinggal menambahkan bumbu yang lebih menarik. Jadi mungkin saja didalamnya manajemen itu bisa lebih ditingkatkan lagi, maksudnya jika ada kebutuhan-kebutuhan bisa diupayakan kalau memang mau melakukan persaingan dengan destinasi

wisata lainnya khususnya yang ada di Sulawesi Tenggara. Jadi seperti itu saja sih, bisa dikatakan menjadi ancaman, tetapi jika mereka menyiapkan kebutuhan itu sepertinya tidak ada lagi ancaman dari persaingan destinasi wisata yang lain.

I : Baik Pak, mungkin cukup wawancara dari saya. Terimakasih atas waktunya. Waalaikumsalam

**KODE S (SWASTA)****TRANSKRIP 1****I : INTERVIEWER**

Nama Responden : Rachmawati

Instansi : Abdillah Tour and Travel 2

Jabatan : Pemilik travel

Tgl/Bln/Thn : 6 Februari

Jam Mulai : 18.45

Jam Selesai : 19.05

I : Bu biasanya kalau mengantar pengunjung yang datang di Kendari, biasanya kemana saja?

S : Tergantung berapa lama mereka datang di Kendari. Soalnya kan tiap pengunjung biasanya datang dengan berbagai keperluan. Ada yang datang dengan tujuan mau liburan, ada yang datang karena urusan pekerjaan juga. Tergantung sebenarnya.

I : Oh begitu ya bu, kalau misalnya pengunjung cuma datang 1-2 hari atau cuma punya waktu singkat itu biasanya kemana bu?

S : Kalau pengunjung yang seperti itu biasanya kami menawarkan ke Pulau Bokori itu. Soalnya kan termasuk dekat juga dengan Kota Kendari, perjalanannya Cuma 30-40 menitan jadi memang biasanya kita menawarkan kesana. Cukup dekat itu jaraknya dengan Kendari. memang tidak ada trayek khusus kesana, cuma memang dekat sekali.(1)

I : Jadi biasanya memang selalu diantarkan berkunjung di Pulau Bokori? Itu memang dari pihaknya travelnya ibu yang menawarkan atau bagaimana bu?

S : Jadi kalau umpamanya mereka 4 hari, meetingnya 3 hari. Jadi masih ada lebihnya 1 hari, nah itu biasanya kita bawa ke bokori. Karna dekat toh, tidak seperti kalau ke labengki karna labengki itu tidak bisa kalau hanya 1 hari. Di bokori kan dekat, biasanya juga orang yang punya waktu singkat ke Bokori hanya datang berfoto saja toh. Untuk diving dengan snorkeling ada di Pulau Bokori tapi kayaknya pemerintah belum menyiapkan fasilitas, adanya untuk spot-spot foto saja.(1) Jadi memang kalau untuk tamu-tamu luar, biasa kalau memang masih ada sisa waktunya 1 hari, mereka tanya-tanya berapa kalau ke Bokori. Jadi biasanya kita jelaskan perjalanannya berapa lama, mulai dari perjalanan darat sampai menyeberangnya. Kalau memang

cocok harga sama kita, ya kita antarkan ke Bokori. Tapi tergantung juga penerbangannya, kalau penerbangan baliknya mereka siang jam 2 atau jam 3 kayaknya kita tidak berani karna takutnya terlambat toh.

I : Kalau pengunjung yang sudah tau Pulau Bokori biasanya tau darimana?

S : Jadi kalau kita ASITA itu, lebih membantu pemerintah dibagian promosinya, promosi keluar. Sebenarnya di Bandara itu sudah dibangun ITC (Information Tourism Center) isinya itu tentang destinasi wisata di Sulawesi Tenggara, tapi yang isi itu dari kita juga ASITA.(1) Jadi kami dari ASITA itu memang dipercayakan pemerintah untuk promosinya, di ITC itu yang jaga juga karyawan dari ASITA. Jadi memang dari ASITA saja yang punya paket wisata ke 17 Kabupaten Kota di Sulawesi Tenggara.

I : Oh iya bu, kalau kerjasama dalam kegiatan pengembangan Pulau Bokori.. Ibu sebagai pihak swasta sudah terlibat langsung atau bagaimana Bu?

S : Kalau dalam pengembangannya secara teknisnya kami belum terlibat,(2) soalnya kan Pulau Bokori itu masih dikelola sama Dinas Pariwisata Provinsi. Tapi kami juga sudah berapa kali bertemu dengan pihak Dinas Pariwisata. Jadi kami sebagai pihak swasta atau tour and travel ini diajak sebagai mitra kerja dalam hal promosi Pulau Bokori.(3) Jadi dengan kita membuat brosur dan upload di media social itu sudah termasuk dari promosi dan mitra kerja yang baik dengan Dinas Pariwisata.(1)

I : Ohh, berarti memang dari pemerintah sudah pernah ketemu untuk kerjasama Sulawesi Tenggara?

S : Iya, sudah pernah. Jadi kalau kita memang kerjasamanya itu dibagian promosinya. Seperti ITC tadi, pemerintah kasih ke ASITA untuk mengelola disana.(4) Karna kalau ASITA kan sudah lengkap dengan operator atau guide-guidenya kalau kesana. Kalau icon-icon Kendari, ya pasti orang memang cari yang terdekat. Kita mau bawa juga ke Nambo, Nambo belum ini. Jadi memang salah satu yang paling unggul di dekat Kendari kan memang Bokori.(1) Kalau Labengki kan dia jauh, dan harus menginap. Di Bokori sebenarnya juga sudah bisa menginap, tapi belum ada resto yang aktif kan, masa kita bolak-balik hanya beli nasi dos saja.(1) jadi kita disini memang dipercayakan pemerintah dalam promosinya, mulai dari Kendari, Kolaka,

Bombana, semuanya lah di Sulawesi Tenggara. Jadi kami punya semua brosur wisata se-Sulawesi Tenggara. Tapi kalau untuk ke Bokori memang peminatnya yang ke kami itu biasanya orang-orang dari luar kota Kendari yang datang karena ada pelatihan atau meeting. Kalau orang Kendari kan pasti lebih memilih jalan sendiri toh. Jadi memang kalau Bokori itu masih di pegang sama pemerintah. Jadi belum terlalu bagaimana itu promosinya. Kan biasanya itu destinasi wisata dipegang sama swasta. Makanya ini kami juga hanya bisa bantu bagian promosinya. Walaupun sebenarnya sarana prasarananya belum terlalu menarik untuk wisatawan. Kalau dipegang swasta kan biasanya kita sesuaikan bagaimana kebutuhannya wisatawan kalau datang didestinasikan wisata. Supaya menarik minat wisatawan, jadi banyak yang datang di destinasi wisatanya kita. Seperti kemarin, kita sering jalan-jalan sendiri misalnya ke Buton Utara. Kita jalan cari-cari lokasi yang bisa dikembangkan untuk destinasi wisata, kita pihak swasta kan berani bangun sarpras wisata yang menarik jadi banyak yang datang. Tapi kalau Bokori ini kan memang karna masih dipegang pemerintah dalam pembangunannya jadi kami hanya bisa di bagian promosinya.(1) Padahal banyak sekali wisata di Kota Kendari itu, tapi masih dikelola pemerintah. Pengalaman juga, kalau ada tamu yang ingin ke destinasi wisata di Kendari, kita juga bingung cari yang bagus, di Nambo juga masih kotor. Kalau Bokori biasanya orang takut menyeberang kalau ada isu-isu kencang angin, ombak besar atau habis gempa.(3) Terus juga sebenarnya ada eventnya Pulau Bokori itu setiap tahun diadakan. Namanya Festival Pulau Bokori, nah itu salah satu caranya juga pemerintah untuk promosikan Pulau Bokori.(6) Tapi kalau dari kita pihak ASITA belum tau skema-nya kegiatannya kalau Festival Pulau Bokori itu.

I : Kalau dari Ibu sendiri pernah melakukan promosi Pulau Bokori?

S : Iya, kita biasanya promosinya kalau Pulau Bokori itu berupa brosur. Brosurnya biasanya kita sebar ke beberapa hotel, untuk disimpan diresepsionis. Atau upload di media social kami.(3)

I : Biasanya bentuk promosinya seperti apa Bu?

S : Ya seperti biasa, kita tampilkan atau jelaskan bagaimana keindahannya Pulau Bokori, kegiatan apa saja yang bisa dilakukan disana. Jadi kalau kami biasanya menampilkan foto yang menggambarkan Pulau Bokori, sebagai wisata Pulau atau

Pantai,(1) dengan pasir putihnya, lautnya yang bersih, ombaknya juga tenang.(1)

Terus juga jarak perjalanan dari perkotaan juga cukup dekat.(2)  
Jadi begitu yang biasa kita tampilkan di brosur atau media social. (4)

I : Berarti untuk potensi wisata yang ditampilkan dalam promosinya Pulau Bokori lebih ke wisata alamnya ya?

S : Iya, lebih ke wisata alamnya saja. Wisata alam saja, sejauh ini kan memang yang masih sangat jelas potensi wisatanya ya wisata pantainya. Kalau yang lain mungkin lebih ke pendukung wisata pantainya saja, seperti ada wahana yang disediakan juga mulai dari Kano, Banana Boat, Jetski juga ada. Eh bisa juga diving atau snorkeling.(2) Biasanya kalau pengunjung berminat kami antar juga ke lokasinya.

I : Selain wisata alam dan wisata wahana seperti yang tadi. Wisata budaya ada juga atau bagaimana?

S : Kalau wisata budaya, juga ada. Tapi itu wisatanya tidak setiap hari, jadi kami tidak pernah memperlihatkan itu ketika promosi. Tapi kalau kita ketemu sama wisatawannya, kami beritahu kalau di Pulau Bokori itu ada event tahunan yang namanya Festival Pulau Bokori. Nah biasanya disitu kami beritahu sekalian, kalau minat dengan wisata budaya disini bisa datang di bulan Oktober akhir. Karena pemerintah dan masyarakat sekitar menampilkan budaya Suku Bajo di Festival itu.(1)

I : Kalau dalam kegiatan Festival Pulau Bokori, pihak ASITA tidak terlibat?

S : Tidak terlibat langsung, tapi balik lagi. Pemerintah kan percayakan pihak ASITA dalam promosinya, termasuk itu kegiatan Festival Pulau Bokori. Biasanya kita dikirimkan foto-foto kegiatan untuk dipromosikan bahwa Pulau Bokori punya event tahunan. Terus ada juga event tahunan lainnya tapi se-Sulawesi Tenggara, namanya itu HALO SULTRA. Nah kalau event itu kami pihak swasta kebagian stan yang bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Sulawesi Tenggara. Jadi ASITA yang buat brosur wisata, termasuk paket wisata. Setiap tahun tema HALO SULTRA juga beda-beda, tahun depan temanya Pulau Bokori untuk Stan Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Tenggara. Jadi kalau event HALO SULTRA ini skalanya nasional, jadi banyak pengunjung dari luar Provinsi Sulawesi Tenggara. Itu yang jadi ajang pengenalan atau promosi destinasi

wisata di Sulawesi Tenggara. Terus kalau misalnya ada tamu-tamu dari luar yang punya waktu lama, biasanya kalau ke Bokori dan berminat untuk menyewa vila di Bokori, kita bisa uruskan. Tapi sebenarnya villanya masih belum terlalu banyak yang minati karena belum ada fasilitas restoran.

I : Kembali lagi ya bu, kalau misalnya pihak Ibu mengantar pengunjung ke Pulau Bokori menggunakan apa Bu?

S : Kalau transportasinya tergantung juga berapa orang yang mau ke Pulau Bokori. Jadi kalau banyak, biasanya pakai bus, tapi kalau hanya 4-5 orang kami biasanya pake mobil saja. Terus kita menyeberang ke Pulau Bokori itu biasanya pake penyeberangan yang disediakan masyarakat sekitar, atau ke Dermaga Perhubungan. Tapi sebenarnya kami lebih sering menyeberang di satu tempat, di UD. Maju. Soalnya kita juga kan tidak ada keharusan dari pemerintah harus pake penyeberangan mana.(5) Pemerintah membebaskan pengunjungnya mau menggunakan penyeberangan yang mana.

I : Kalau sarana prasarana di Pulau Bokori bagaimana Bu? Apakah sudah dapat menunjang kegiatan wisata client Ibu atau bagaimana?

S : Nah kalau sarana prasarana kan itu pembangunannya dari pemerintah.(1) Jadi disana itu sudah ada resort, gazebo, kantor informasi, papan petunjuk juga ada. Air bersih dan listrik juga sudah ada.(2)

I : Kalau fasilitas penunjang lainnya seperti ATM dan POM Bensin bagaimana Bu?

S : Oh kalau fasilitas seperti itu belum ada disana. Kita biasanya sebelum ke Pulau Bokori sudah mempersiapkan semua, tapi kalau *client* kami mau ke ATM itu di perjalanan menuju Pulau Bokori juga ada.

**KODE S (SWASTA)****TRANSKRIP 2****I : INTERVIEWER**

Nama Responden : Rachmawati

Instansi : Abdillah Tour and Travel 2

Jabatan : Pemilik Travel

Tgl/Bln/Thn : 19 Maret 2019

Jam Mulai : 10.06

Jam Selesai : 10.47

I : Saya langsung saja ya Bu

S : Iyaa

I : Ini biasanya kalau kita mengantar pengunjung ke Pulau Bokori, biasanya citra yang dikenal Pulau Bokori seperti apa Bu?

S : Hmm Pulau Bokori di?

I : Iye Bu

S : Oh kalau Pulau Bokori itu lebih ke viewnya. Memang paling utama itu view alamnya, kalau mau kesana itu kebanyakan Cuma foto saja sebenarnya.(3) Apalagi atraksinya cuma punya banana boat saja toh.(3) Jadi memang untuk spot foto saja.

I : Oh jadi lebih ke spot foto saja Bu? Kalau daya tarik alamnya bagaimana Bu?

S : Daya tarik alamnya? Eee tunggu dulu nah... kalau untuk daya tarik alamnya itu bagaimana di? Sebenarnya Cuma untuk spot saja itu kalau orang kesana, bisa snorkeling sebenarnya disana, di Pulau Bokori itu. Tapi masih jarang orang snorkeling disana.(4) Ada juga pemancingan, tapi kami jarang dapat client yang menginap disana, kan biasanya pemancingannya sore sampai malam.(5) Jadi paling .banyak itu Cuma foto-foto saja di Pulau Bokori

I : Berarti memang lebih sering untuk foto-foto saja Bu? Ada tidak titik tertentu yang sering di pake wisatawan untuk foto-foto?

S : Tidak ada, semuanya titik dipake berfoto. Dan bagusnya itu kalau ke Bokori itu bagus kalau bawa Drone, bisa ambil gambar dari atas. Kan memang Pulau Bokori itu bagus sekali kalau dilihat tampak atas.

I : Ohh iye begitu..

S : Iyaa, memang untuk viewnya saja..

- I : Selain itu apa saja Bu daya tarik lain yang dimiliki Pulau Bokori?
- S : Wisata selain yang tadi?
- I : Iye Bu
- S : Selain view tadi itu, biasanya kita tawarkan snorkeling sama atraksi banana boat.. itu saja.(6)
- I : Kalau wisata budaya ada tidak Bu disana?
- S : Kalau wisata budaya, biasanya ada sambutan. Tapi kalau itu untuk tamu-tamu VIP. Biasanya kan dari pemerintah juga. Nah kalau missal mereka minta sambutan, biasanya kita adakan tarian sambutan yang ada disana begitu.(2)
- I : Oh berarti wisata budaya itu tidak dilakukan setiap hari Bu?
- S : Iyaa. Kayak berapa tahun yang lalu itu kalau nda salah itu ada pameran budaya di Pulau Bokori. HALO SULTRA kalau nda salah itu hari disana di Pulau Bokori.
- I : Oh iye. Berarti wisata budaya itu ketika ada event-event saja?
- S : Iyaa. Ketika ada event, Dinas Pariwisata yang adakan. Kan itu masih dikelola Pemda, Dinas Pariwisata. Jadi kalau ada event, ya itu mereka tampilkan wisata budaya mereka disana.(3)
- I : Berarti kalau misalnya, kita kan dari pihak swasta. Ada tidak Bu keterlibatannya pihak swasta dengan pengembangannya Pulau Bokori Bu?
- S : Keterlibatan pihak swasta?
- I : Iye
- S : Kalau untuk pihak swasta, untuk kami pihak travel. Ee keterlibatannya ada, pasti. Karena kan kita ikut menjual pariwisata yang ada di sekitar Kota Kendari, nah khususnya Pulau Bokori itu.(6) Jadi semua travel agent pasti menjual paket tour ke Pulau Bokori.
- I : Berarti lebih ke membantu pihak pemerintah dalam pemasarannya Pulau Bokori Bu?
- S : He'e.. Iya begitu, untuk pemasaran..
- I : Jadi kalau misalnya, kayak memberikan inovasi atau ide-ide dari pihak swasta ke pihak pemerintah bagaimana Bu?
- S : Kalau inovasi belum ada kalau dari kami.(7) Bagusnya tanya ke Dinas Pariwisata saja.
- I : Nah kalau kita kan tadi katanya terlibat dalam kegiatan pemasarannya Pulau Bokori.
- S : Iyaa
- I : Itu biasa pemasarannya melalui apa Bu?

- S : Eee.. biasanya kalau pemasaran itu pasti paling utama di sosial media(6), itu kalau missal kalau kita bicara soal dunia maya. Nah itu biasanya kita pakai sosial media, jadi kita sangat memanfaatkan facebook, Instagram, telegram, twitternya kita pihak travel. Jadi begitu pakai itu paling utama. Terus juga kita biasanya buat semacam brosur, untuk menarik minat juga. Biasanya kan pengunjung juga memang minta brosur. Biasa juga bukan Cuma di sosial media, jadi kita juga turun ke lapangan bagi-bagi brosur, di kantor-kantor atau hotel.(7)
- I : Kalau pemasarannya itu memang ada kerjasama dari pemerintah atau bagaimana Bu?
- S : Itu inisiatif dari kita sendiri, kan kita memang bagian pemasarannya.(7)
- I : Ohh berarti nda kerjasama sama pemerintah?
- S : Iya ndak.
- I : Kalau pengunjung yang kita antar ke Pulau Bokori itu biasanya asalnya dari mana?
- S : Eee kalau ke Pulau Bokori. Biasanya wisatawan local tapi diluar Sulawesi, biasa dari Bandung.
- I : Itu pengunjung yang kita antar, biasanya memang sudah tau Pulau Bokori atau dari pihaknya kita yang menawarkan?
- S : Biasanya itu mereka, searching wisata yang unggul di Sulawesi Tenggara. Nah itu biasanya Pulau Bokori muncul. Jadi biasanya mereka searching dulu, terus tanya-tanya paket tour ke kita. “ada paket tour ke Pulau Bokori?” Nah, itu kita tawarin. Jadi begitu, wisatawannya itu searching dulu, searching sendiri begitu.
- I : Oh berarti kebanyakan mereka cari tahu sendiri dulu?
- S : Iya, begitu. Setelah itu baru mereka menghubungi pihak travel.
- I : Kalau kesannya pengunjung Pulau Bokori bagaimana Bu?
- S : Kesannya? Bagus. Mereka bilang viewnya bagus, apalagi kalau dari atas. Terus disana itu memang bagus. Cuma disana itu yang masih kurang, apa yaa. Itu, belum ada restonya disana. Kalau seumpama tamunya mau bermalam kan, restonya bagaimana. Vilanya oke, sudah ada tapi belum ada resto.(3)
- I : Oh berarti kekurangannya itu diresto yang belum dikelola itu Bu?
- S : He’e. jadi biasanya kalau ada tamu. Biasanya kita hanya *oneday trip*, karena kalau misalnya kita mau kasih bermalam itu makannya mau ambil dari mana? Masa kita bawa makanan dari Kendari.

- I : Oh berarti untuk sarana penunjangnya kekurangan lebih ke resto itu Bu? Iya.
- S : Kalau sarana yang lain sudah bagus.
- I : Kalau air bersih dan jaringan listriknya bagaimana Bu?
- S : Yaa kalau itu sudah bagus, sudah ada.(2) Cuma itu saja tadi.
- I : Kalau tagline Pulau Bokori ada ndak Bu?
- S : Bagaimana? Tagline? Maksudnya dari kami atau dari Dinas Pariwisata?
- I : Tagline Pulau Bokori Bu
- S : Eee, mungkin ada tapi kayaknya langsung ke Dinas Pariwisata saja, karena kalau dari kita nda ada.(1)
- I : Oh berarti belum ada taglinenya?
- S : Iya, kalau dari kami untuk Pulau Bokori belum ada. Tapi kayaknya kalau dari dinas, ada itu kayaknya.(2)
- I : Kalau logo wisatanya ada tidak Bu?
- S : Kayaknya belum ada kalau logonya.(1)
- I : berarti selama ini dari pihak swasta juga tidak menggunakan logo dan tagline dalam promosi Bu?
- S : Iya, kami hanya menampilkan wisatanya saja.
- I : Oh begitu yaa. Kalau nama Pulau Bokori sendiri Ibu tau tidak apakah nama Pulau Bokori itu darimana?
- S : Ee kalau nama Pulau Bokori itu tidak tau juga dari mana, sepertinya memang Pulau Bokori ji saja namanya.
- I : Kalau mungkin misalnya sarana penunjang pariwisata seperti musholla itu ada tidak Bu?
- S : Oh kalau disana itu ada. Yang jelas ada vila, unit kesehatan, dan beberapa wahana atraksi itu seperti banana boat.(4) Cuma kurang tau lagi kalau missal ada lagi yang terbaru, soalnya sudah agak lama tidak mengantar kesana lagi. Terakhir kesana ya begitu saja. Sempat tanya soal restonya, belum dikelola juga.(5)
- I : Kalau penyeberangannya bagaimana Bu?
- S : Oh biasanya kan melalui darat dulu itu menuju pelabuhan. Pelabuhan apa itu namanya yang dekat Pulau Bokori. Pokoknya lewat darat dulu, baru nanti ke pelabuhan itu mi.(3)
- I : Berarti kalau kita dari pihak swasta kalau mengantar langsung ke dermaga itu Bu? Atau dermaga masyarakat juga?
- S : Oh kalau kami biasanya itu ya ke dermaga yang besar itu. Tapi kan sebenarnya terserah kita juga mau menyeberang dimana karena masyarakat disana juga dermaga masing-masing.(1)
- I : Oh dermaga Dinas Perhubungan itu Bu?

- S : Nah iya. Dermaga yang dari Dinas Perhubungan biasanya kalau mau menyeberang ke Pulau Bokori.
- I : Kalau terkait kebijakan pengembangannya Pulau Bokori bagaimana Bu?
- S : Eee kalau itu kami tidak tau. Kami hanya bagian pemasarannya saja.(8)
- I : Kalau harapannya Bu untuk Pulau Bokori bagaimana Bu?
- S : Harapannya? Harapannya sih kalau missal Pulau Bokori terus dikembangkan ya bagus dan wisata alamnya kan juga termasuk unggul untuk wisata di Sulawesi Tenggara. Jadi kalau ndak salah Pulau Bokori itu masuk dalam Top 10 Wisata Unggul Sulawesi Tenggara, jadi kalau harapan saya, Pemerintah mungkin bisa olah dengan lebih baik lagi. Dijaga kebersihannya, potensi alamnya seperti terumbu karangnya.(2) Kan itu terumbu karangnya bisa menarik wisatawan juga untuk kesana. Terus lengkapi sarana dan prasarannya lagi, supaya wisatawan yang datang mereka tidak merasa kekurangan.
- I : Wah amiin, semoga bisa sesuai harapannya Bu. Kalau kelemahan dan kelebihan Pulau Bokori menurut Bu apa saja Bu?
- S : Apa yaaa, kelemahan dan kelebihanannya. Ee sudah bagus sebenarnya, apa yaa kelebihanannya mungkin viewnya. Viewnya itu cantik sekali. Biasanya kan kalau saya mengantar wisatawan ke Labengki, itu biasanya kita lewati Pulau Bokori. Mereka biasanya lihat, tertarik juga. Sering bertanya “itu pulau apa?” Nah, itu biasanya kita bilang kalau itu Pulau Bokori. Jadi orang itu tertarik dengan viewnya. apalagi dengan pasir putihnya yang memanjang itu.(3) Menarik sekali bagi-bagi orang.
- I : baik Bu, mungkin cukup wawancara dari saya. Terimakasih atas kesempatannya. Wassalamualaikum.

## LAMPIRAN 6 - KUESIONER RATING IFAS-EFAS

Assalamualaikum Wr. Wb.

Salam Sejahtera,

Perkenalkan nama saya Destry Wulandari, saya adalah mahasiswa Program S1 Perencanaan Wilayah dan Kota ITS yang sedang melakukan penelitian mengenai ***Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Bokori menggunakan Konsep Branding***. Untuk mencapai tujuan penelitian tersebut, maka dilakukan pengisian kuesioner oleh stakeholder, kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh informasi dan pendapat mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada kondisi *Branding* Pariwisata Pulau Bokori sehingga dapat digunakan sebagai masukan dalam merumuskan strategi pengembangan *branding* pariwisata di Pulau Bokori. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk berkenan untuk mengisi kuesioner ini. Hal tersebut akan sangat bermanfaat dalam penelitian ini. Akhir kata, saya mengucapkan banyak terimakasih kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i).

### Identitas Responden

Nama :

Instansi :

Petunjuk Pengisian :

Berilah tanda centang (✓) pada bobot nilai alternative jawaban yang paling menggambarkan persepsi Bapak/Ibu pada setiap pernyataan. Berikut adalah keterangan penilaian kuesioner.

Penilaian kondisi saat ini:

- 1 = Tidak Sesuai
- 2 = Kurang Sesuai
- 3 = Cukup Sesuai
- 4 = Agak Sesuai
- 5 = Sesuai
- 6 = Sangat Sesuai

Penilaian Urgensi Penanganan:

- 1 = Tidak Urgen
- 2 = Kurang Urgen
- 3 = Urgen
- 4 = Sangat Urgen

Nama : M. Amin

Instansi : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Prov. Sulawesi Tenggara

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	<b>Strenght (Kekuatan)</b>											
<b>Faktor Internal</b>	<i>Brand Personality</i>	Pulau Bokori memiliki citra sebagai wisata Pulau atau Pantai yang dikenal oleh para wisatawan					✓				✓	
		Pulau Bokori melakukan pemasaran melalui berbagai macam media, seperti media online, media elektronik dan penyebaran brosur						✓				✓
		Memiliki festival tahunan yaitu Festival Pulau Bokori sebagai salah satu metode promosi Pulau Bokori						✓				✓
	<i>Brand Positioning</i>	Pulau Bokori memiliki kekayaan potensi alam yang beragam					✓				✓	

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung											
	Masyarakat sekitar memiliki budaya yang dapat ditampilkan di Pulau Bokori sebagai daya tarik wisata budaya					✓				✓		
	Terdapat beberapa wahana olahraga, kegiatan pemancingan dan snorkeling / diving yang menjadi daya tarik minat khusus di Pulau Bokori					✓				✓		
	Sarana pariwisata yang dimiliki cukup lengkap dibandingkan wisata lain disekitarnya				✓					✓		
	Sumber jaringan listrik menggunakan tenaga genset dan panel surya sehingga mendukung energi berkelanjutan				✓					✓		
	Sumber air bersih diperoleh dari masyarakat sekitar yang dapat				✓					✓		

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	dimanfaatkan masyarakat untuk meningkatkan perekonomian											
	Terdapat dermaga dan jasa penyeberangan di sepanjang jalan menuju Pulau Bokori					✓				✓		
	Jarak Pulau Bokori dari Kota Kendari cukup dekat dengan jarak tempuh sekitar 30-40 menit					✓				✓		
	Terdapat 2 jalur atau rute penyeberangan menuju Pulau Bokori yaitu darat dan laut						✓					✓
	Pengembangan destinasi pariwisata Pulau Bokori masih dikelola pihak pemerintah provinsi				✓							✓
	Terdapat panggung kesenian yang merupakan inovasi pihak masyarakat untuk mendukung kegiatan wisata budaya						✓					✓

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
	Adanya keterlibatan pihak swasta dalam kegiatan promosi pariwisata Pulau Bokori				✓					✓	
	Adanya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan Festival Pulau Bokori setiap tahunnya				✓					✓	
	Adanya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan penyeberangan menuju Pulau Bokori sehingga pengunjung dapat memilih penyeberangan sendiri						✓			✓	
<i>Brand Identifier</i>	Tersedia nama atau <i>brand</i> wisata yaitu Pulau Bokori									✓	
	Terdapat logo yang menggambarkan Pulau Bokori sebagai wisata bahari										✓
	Memiliki <i>tagline</i> yaitu “I Love Pulau Bokori”										✓
<b>Weakness (Kelemahan)</b>											

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
<i>Brand Personality</i>	Media pemasaran yang digunakan Pulau Bokori merupakan media sosial pribadi dan belum melakukan promosi melalui web resmi Dinas Pariwisata				✓					✓	
<i>Brand Positioning</i>	Faktor cuaca atau alam dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Pulau Bokori					✓				✓	
	Wisata budaya hanya ditampilkan pada saat event tahunan yaitu Festival Pulau Bokori				✓					✓	
	Belum terdapat pusat souvenir sebagai wadah penjualan cenderamata khas Pulau Bokori					✓				✓	
	Restoran yang terdapat di Pulau Bokori belum dikelola					✓				✓	
	Rendahnya tingkat kesadaran dan kreatifitas masyarakat dalam memanfaatkan pariwisata			✓						✓	

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan					
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4		
	<i>Brand Identifier</i>	Logo yang dimiliki masih belum digunakan secara resmi							✓				
		<i>Tagline</i> yang digunakan tidak memiliki unsur ciri khas Pulau Bokori							✓				
Faktor Eksternal	<b>Opportunity (Peluang)</b>												
	<i>Brand Personality</i>	Promosi Pulau Bokori juga dilakukan oleh masyarakat dan pengunjung melalui media sosial					✓						✓
		Mengikuti kegiatan pameran nasional untuk mendukung kegiatan promosi pariwisata Pulau Bokori				✓					✓		
	<i>Brand Positioning</i>	Adanya rencana pemerintah untuk mengembangkan wisata budaya di Pulau Bokori				✓					✓		
		Adanya keterlibatan lintas sektor dalam pembangunan dan						✓					✓

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	pengembangan pariwisata Pulau Bokori											
	Adanya rencana perpindahan pengelolaan Pulau Bokori kepada pihak swasta				✓						✓	
	Adanya rencana masyarakat untuk melakukan pengolahan sampah hasil kegiatan di Pulau Bokori untuk dijadikan sebagai cenderamata Pulau Bokori dan upaya pengurangan sampah					✓					✓	
	Adanya rencana masyarakat untuk membangun homestay pada setiap desa yang berada di sekitar Pulau Bokori					✓					✓	

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
	Adanya rencana masyarakat berupa wisata kuliner khas Suku Bajo dengan memanfaatkan sumber daya laut yang berada di sekitar Pulau Bokori seperti Sop Bulu Babi atau olahan hasil tangkap masyarakat sekitar Pulau Bokori				✓					✓	
<i>Brand Identifier</i>	Belum terdapat logo wisata pada destinasi wisata lain disekitar Pulau Bokori										✓
Kebijakan	Pulau Bokori ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Sulawesi Tenggara					✓					✓
Jumlah Pengunjung	Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun				✓						✓
<b><i>Threat (Ancaman)</i></b>											

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
<i>Brand Personality</i>	Pulau Bokori merupakan destinasi pariwisata terbaru di Sulawesi Tenggara sehingga memerlukan promosi yang kuat						✓					✓
<i>Brand Positioning</i>	Terdapat beberapa destinasi wisata pantai yang berada di sekitar Pulau Bokori dengan potensi alam yang beragam									✓		
	Dermaga yang dibangun pemerintah masih belum memiliki kejelasan terkait hak milik							✓				
	Belum terdapat trayek khusus wisata Pulau Bokori									✓		
	Fasilitas penunjang wisata masih cukup jauh dengan lokasi Pulau Bokori									✓		
	Rendahnya tingkat kesadaran dan kreatifitas masyarakat dalam memanfaatkan pariwisata									✓		



Nama : Angsar, S.Sos

Instansi : Pengelola Pulau Bokori / ASN Dinas Pariwisata

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	<b>Strenght (Kekuatan)</b>											
<b>Faktor Internal</b>	<i>Brand Personality</i>	Pulau Bokori memiliki citra sebagai wisata Pulau atau Pantai yang dikenal oleh para wisatawan					✓				✓	
		Pulau Bokori melakukan pemasaran melalui berbagai macam media, seperti media online, media elektronik dan penyebaran brosur						✓				✓
		Memiliki festival tahunan yaitu Festival Pulau Bokori sebagai salah satu metode promosi Pulau Bokori						✓				✓
	<i>Brand Positioning</i>	Pulau Bokori memiliki kekayaan potensi alam yang beragam					✓				✓	

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung											
	Masyarakat sekitar memiliki budaya yang dapat ditampilkan di Pulau Bokori sebagai daya tarik wisata budaya					✓				✓		
	Terdapat beberapa wahana olahraga, kegiatan pemancingan dan snorkeling / diving yang menjadi daya tarik minat khusus di Pulau Bokori					✓				✓		
	Sarana pariwisata yang dimiliki cukup lengkap dibandingkan wisata lain disekitarnya				✓					✓		
	Sumber jaringan listrik menggunakan tenaga genset dan panel surya sehingga mendukung energi berkelanjutan				✓					✓		
	Sumber air bersih diperoleh dari masyarakat sekitar yang dapat				✓					✓		

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	dimanfaatkan masyarakat untuk meningkatkan perekonomian											
	Terdapat dermaga dan jasa penyeberangan di sepanjang jalan menuju Pulau Bokori					✓				✓		
	Jarak Pulau Bokori dari Kota Kendari cukup dekat dengan jarak tempuh sekitar 30-40 menit					✓				✓		
	Terdapat 2 jalur atau rute penyeberangan menuju Pulau Bokori yaitu darat dan laut						✓					✓
	Pengembangan destinasi pariwisata Pulau Bokori masih dikelola pihak pemerintah provinsi				✓							✓
	Terdapat panggung kesenian yang merupakan inovasi pihak masyarakat untuk mendukung kegiatan wisata budaya						✓					✓

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
	Adanya keterlibatan pihak swasta dalam kegiatan promosi pariwisata Pulau Bokori				✓					✓	
	Adanya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan Festival Pulau Bokori setiap tahunnya				✓					✓	
	Adanya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan penyeberangan menuju Pulau Bokori sehingga pengunjung dapat memilih penyeberangan sendiri						✓			✓	
<i>Brand Identifier</i>	Tersedia nama atau <i>brand</i> wisata yaitu Pulau Bokori									✓	
	Terdapat logo yang menggambarkan Pulau Bokori sebagai wisata bahari										✓
	Memiliki <i>tagline</i> yaitu “I Love Pulau Bokori”										✓
<b>Weakness (Kelemahan)</b>											

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
<i>Brand Personality</i>	Media pemasaran yang digunakan Pulau Bokori merupakan media sosial pribadi dan belum melakukan promosi melalui web resmi Dinas Pariwisata				✓					✓	
<i>Brand Positioning</i>	Faktor cuaca atau alam dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Pulau Bokori					✓				✓	
	Wisata budaya hanya ditampilkan pada saat event tahunan yaitu Festival Pulau Bokori				✓					✓	
	Belum terdapat pusat souvenir sebagai wadah penjualan cenderamata khas Pulau Bokori					✓				✓	
	Restoran yang terdapat di Pulau Bokori belum dikelola					✓				✓	
	Rendahnya tingkat kesadaran dan kreatifitas masyarakat dalam memanfaatkan pariwisata			✓						✓	

			Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
			1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	<i>Brand Identifier</i>	Logo yang dimiliki masih belum digunakan secara resmi								✓			
		<i>Tagline</i> yang digunakan tidak memiliki unsur ciri khas Pulau Bokori								✓			
Faktor Eksternal	<b>Opportunity (Peluang)</b>												
	<i>Brand Personality</i>	Promosi Pulau Bokori juga dilakukan oleh masyarakat dan pengunjung melalui media sosial					✓						✓
		Mengikuti kegiatan pameran nasional untuk mendukung kegiatan promosi pariwisata Pulau Bokori				✓					✓		
	<i>Brand Positioning</i>	Adanya rencana pemerintah untuk mengembangkan wisata budaya di Pulau Bokori				✓					✓		
		Adanya keterlibatan lintas sektor dalam pembangunan dan						✓					✓

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	pengembangan pariwisata Pulau Bokori											
	Adanya rencana perpindahan pengelolaan Pulau Bokori kepada pihak swasta				✓						✓	
	Adanya rencana masyarakat untuk melakukan pengolahan sampah hasil kegiatan di Pulau Bokori untuk dijadikan sebagai cenderamata Pulau Bokori dan upaya pengurangan sampah					✓					✓	
	Adanya rencana masyarakat untuk membangun homestay pada setiap desa yang berada di sekitar Pulau Bokori					✓					✓	

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
	Adanya rencana masyarakat berupa wisata kuliner khas Suku Bajo dengan memanfaatkan sumber daya laut yang berada di sekitar Pulau Bokori seperti Sop Bulu Babi atau olahan hasil tangkap masyarakat sekitar Pulau Bokori				✓					✓	
<i>Brand Identifier</i>	Belum terdapat logo wisata pada destinasi wisata lain disekitar Pulau Bokori										✓
Kebijakan	Pulau Bokori ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Sulawesi Tenggara					✓					✓
Jumlah Pengunjung	Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun				✓						✓
<b><i>Threat (Ancaman)</i></b>											







		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	Bokori sebagai daya tarik wisata budaya											
	Terdapat beberapa wahana olahraga, kegiatan pemancingan dan snorkeling / diving yang menjadi daya tarik minat khusus di Pulau Bokori					✓						
	Sarana pariwisata yang dimiliki cukup lengkap dibandingkan wisata lain disekitarnya		✓									
	Sumber jaringan listrik menggunakan tenaga genset dan panel surya sehingga mendukung energi berkelanjutan		✓									
	Sumber air bersih diperoleh dari masyarakat sekitar yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk meningkatkan perekonomian		✓									
	Terdapat dermaga dan jasa penyeberangan di sepanjang jalan menuju Pulau Bokori					✓						

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	Jarak Pulau Bokori dari Kota Kendari cukup dekat dengan jarak tempuh sekitar 30-40 menit					✓						
	Terdapat 2 jalur atau rute penyeberangan menuju Pulau Bokori yaitu darat dan laut					✓						
	Pengembangan destinasi pariwisata Pulau Bokori masih dikelola pihak pemerintah provinsi		✓									
	Terdapat panggung kesenian yang merupakan inovasi pihak masyarakat untuk mendukung kegiatan wisata budaya						✓					
	Adanya keterlibatan pihak swasta dalam kegiatan promosi pariwisata Pulau Bokori	✓										
	Adanya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan Festival Pulau Bokori setiap tahunnya					✓						



		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan						
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4			
		Wisata budaya hanya ditampilkan pada saat event tahunan yaitu Festival Pulau Bokori	✓											
		Belum terdapat pusat souvenir sebagai wadah penjualan cenderamata khas Pulau Bokori	✓											
		Restoran yang terdapat di Pulau Bokori belum dikelola	✓											
		Rendahnya tingkat kesadaran dan kreatifitas masyarakat dalam memanfaatkan pariwisata						✓						
	<i>Brand Identifier</i>		Logo yang dimiliki masih belum digunakan secara resmi	✓										
			<i>Tagline</i> yang digunakan tidak memiliki unsur ciri khas Pulau Bokori	✓										
Faktor Eksternal	<b>Opportunity (Peluang)</b>													
	<i>Brand Personality</i>	Promosi Pulau Bokori juga dilakukan oleh masyarakat dan pengunjung melalui media sosial							✓					

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	Mengikuti kegiatan pameran nasional untuk mendukung kegiatan promosi pariwisata Pulau Bokori						✓					
<i>Brand Positioning</i>	Adanya rencana pemerintah untuk mengembangkan wisata budaya di Pulau Bokori					✓						
	Adanya keterlibatan lintas sektor dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata Pulau Bokori						✓					
	Adanya rencana perpindahan pengelolaan Pulau Bokori kepada pihak swasta					✓						
	Adanya rencana masyarakat untuk melakukan pengolahan sampah hasil kegiatan di Pulau Bokori untuk dijadikan sebagai cenderamata Pulau Bokori dan upaya pengurangan sampah							✓				

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	Adanya rencana masyarakat untuk membangun homestay pada setiap desa yang berada di sekitar Pulau Bokori						✓					
	Adanya rencana masyarakat berupa wisata kuliner khas Suku Bajo dengan memanfaatkan sumber daya laut yang berada di sekitar Pulau Bokori seperti Sop Bulu Babi atau olahan hasil tangkap masyarakat sekitar Pulau Bokori		✓									
	<i>Brand Identifier</i> Belum terdapat logo wisata pada destinasi wisata lain disekitar Pulau Bokori						✓					

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan					
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4		
Kebijakan	Pulau Bokori ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Sulawesi Tenggara						✓						
Jumlah Pengunjung	Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun					✓							
<b>Threat (Ancaman)</b>													
<i>Brand Personality</i>	Pulau Bokori merupakan destinasi pariwisata terbaru di Sulawesi Tenggara sehingga memerlukan promosi yang kuat				✓								
<i>Brand Positioning</i>	Terdapat beberapa destinasi wisata pantai yang berada di sekitar Pulau Bokori dengan potensi alam yang beragam						✓						
	Dermaga yang dibangun pemerintah masih belum memiliki kejelasan terkait hak milik						✓						
	Belum terdapat trayek khusus wisata Pulau Bokori						✓						





		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	Bokori sebagai daya tarik wisata budaya											
	Terdapat beberapa wahana olahraga, kegiatan pemancingan dan snorkeling / diving yang menjadi daya tarik minat khusus di Pulau Bokori						✓					
	Sarana pariwisata yang dimiliki cukup lengkap dibandingkan wisata lain disekitarnya						✓					
	Sumber jaringan listrik menggunakan tenaga genset dan panel surya sehingga mendukung energi berkelanjutan						✓					
	Sumber air bersih diperoleh dari masyarakat sekitar yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk meningkatkan perekonomian						✓					
	Terdapat dermaga dan jasa penyeberangan di sepanjang jalan menuju Pulau Bokori						✓					

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	Jarak Pulau Bokori dari Kota Kendari cukup dekat dengan jarak tempuh sekitar 30-40 menit						✓					
	Terdapat 2 jalur atau rute penyeberangan menuju Pulau Bokori yaitu darat dan laut					✓						
	Pengembangan destinasi pariwisata Pulau Bokori masih dikelola pihak pemerintah provinsi					✓						
	Terdapat panggung kesenian yang merupakan inovasi pihak masyarakat untuk mendukung kegiatan wisata budaya					✓						
	Adanya keterlibatan pihak swasta dalam kegiatan promosi pariwisata Pulau Bokori					✓						
	Adanya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan Festival Pulau Bokori setiap tahunnya					✓						



			Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan					
			1	2	3	4	5	6	1	2	3	4		
		Wisata budaya hanya ditampilkan pada saat event tahunan yaitu Festival Pulau Bokori				✓								
		Belum terdapat pusat souvenir sebagai wadah penjualan cenderamata khas Pulau Bokori		✓										
		Restoran yang terdapat di Pulau Bokori belum dikelola					✓							
		Rendahnya tingkat kesadaran dan kreatifitas masyarakat dalam memanfaatkan pariwisata				✓								
	<i>Brand Identifier</i>	Logo yang dimiliki masih belum digunakan secara resmi			✓									
		<i>Tagline</i> yang digunakan tidak memiliki unsur ciri khas Pulau Bokori	✓											
	<b>Opportunity (Peluang)</b>													
Faktor Eksternal	<i>Brand Personality</i>	Promosi Pulau Bokori juga dilakukan oleh masyarakat dan pengunjung melalui media sosial							✓					

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	Mengikuti kegiatan pameran nasional untuk mendukung kegiatan promosi pariwisata Pulau Bokori						✓					
<i>Brand Positioning</i>	Adanya rencana pemerintah untuk mengembangkan wisata budaya di Pulau Bokori					✓						
	Adanya keterlibatan lintas sektor dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata Pulau Bokori					✓						
	Adanya rencana perpindahan pengelolaan Pulau Bokori kepada pihak swasta			✓								
	Adanya rencana masyarakat untuk melakukan pengolahan sampah hasil kegiatan di Pulau Bokori untuk dijadikan sebagai cenderamata Pulau Bokori dan upaya pengurangan sampah						✓					

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	Adanya rencana masyarakat untuk membangun homestay pada setiap desa yang berada di sekitar Pulau Bokori					✓						
	Adanya rencana masyarakat berupa wisata kuliner khas Suku Bajo dengan memanfaatkan sumber daya laut yang berada di sekitar Pulau Bokori seperti Sop Bulu Babi atau olahan hasil tangkap masyarakat sekitar Pulau Bokori					✓						
	<i>Brand Identifier</i> Belum terdapat logo wisata pada destinasi wisata lain disekitar Pulau Bokori					✓						





Nama : Dr. Patwayati, SE., M.Si

Instansi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	<b>Strenght (Kekuatan)</b>											
<b>Faktor Internal</b>	<i>Brand Personality</i>	Pulau Bokori memiliki citra sebagai wisata Pulau atau Pantai yang dikenal oleh para wisatawan								✓		
		Pulau Bokori melakukan pemasaran melalui berbagai macam media, seperti media online, media elektronik dan penyebaran brosur									✓	
		Memiliki festival tahunan yaitu Festival Pulau Bokori sebagai salah satu metode promosi Pulau Bokori							✓			
	<i>Brand Positioning</i>	Pulau Bokori memiliki kekayaan potensi alam yang beragam sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung								✓		
		Masyarakat sekitar memiliki budaya yang dapat ditampilkan di Pulau							✓			

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
	Bokori sebagai daya tarik wisata budaya											
	Terdapat beberapa wahana olahraga, kegiatan pemancingan dan snorkeling / diving yang menjadi daya tarik minat khusus di Pulau Bokori								✓			
	Sarana pariwisata yang dimiliki cukup lengkap dibandingkan wisata lain disekitarnya									✓		
	Sumber jaringan listrik menggunakan tenaga genset dan panel surya sehingga mendukung energi berkelanjutan									✓		
	Sumber air bersih diperoleh dari masyarakat sekitar yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk meningkatkan perekonomian									✓		
	Terdapat dermaga dan jasa penyeberangan di sepanjang jalan menuju Pulau Bokori									✓		







		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
	Mengikuti kegiatan pameran nasional untuk mendukung kegiatan promosi pariwisata Pulau Bokori									✓	
<i>Brand Positioning</i>	Adanya rencana pemerintah untuk mengembangkan wisata budaya di Pulau Bokori										✓
	Adanya keterlibatan lintas sektor dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata Pulau Bokori							✓			
	Adanya rencana perpindahan pengelolaan Pulau Bokori kepada pihak swasta									✓	
	Adanya rencana masyarakat untuk melakukan pengolahan sampah hasil kegiatan di Pulau Bokori untuk dijadikan sebagai cenderamata Pulau Bokori dan upaya pengurangan sampah							✓			

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
	Adanya rencana masyarakat untuk membangun homestay pada setiap desa yang berada di sekitar Pulau Bokori									✓	
	Adanya rencana masyarakat berupa wisata kuliner khas Suku Bajo dengan memanfaatkan sumber daya laut yang berada di sekitar Pulau Bokori seperti Sop Bulu Babi atau olahan hasil tangkap masyarakat sekitar Pulau Bokori									✓	
<i>Brand Identifier</i>	Belum terdapat logo wisata pada destinasi wisata lain disekitar Pulau Bokori										
Kebijakan	Pulau Bokori ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Sulawesi Tenggara										✓
Jumlah Pengunjung	Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun								✓		
<b>Threat (Ancaman)</b>											

		Penilaian Kondisi Saat Ini						Penilaian Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
<i>Brand Personality</i>	Pulau Bokori merupakan destinasi pariwisata terbaru di Sulawesi Tenggara sehingga memerlukan promosi yang kuat									✓		
<i>Brand Positioning</i>	Terdapat beberapa destinasi wisata pantai yang berada di sekitar Pulau Bokori dengan potensi alam yang beragam									✓		
	Dermaga yang dibangun pemerintah masih belum memiliki kejelasan terkait hak milik								✓			
	Belum terdapat trayek khusus wisata Pulau Bokori								✓			
	Fasilitas penunjang wisata masih cukup jauh dengan lokasi Pulau Bokori							✓				
	Rendahnya tingkat kesadaran dan kreatifitas masyarakat dalam memanfaatkan pariwisata								✓			



### BIODATA PENULIS



Penulis bernama lengkap Destry Wulandari, lahir di Kota Kendari pada tanggal 08 Desember 1997. Penulis telah menempuh pendidikan formal di SDN 03 Poasia, SMPN 10 Kendari, SMKN 1 Kendari, dan terdaftar sebagai mahasiswa Perencanaan Wilayah dan Kota sejak tahun 2015 dengan NRP 08211540000114 di Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya. Selama perkuliahan, penulis aktif

dalam beberapa kegiatan organisasi yaitu Himpunan Mahasiswa Planologi ITS (HMPL), Badan Eksekutif Mahasiswa FTSP-ITS dan Indonesian Corrosion Association ITS SC. Dalam Himpunan Mahasiswa Planologi ITS penulis aktif sebagai staff Departemen Sosial Masyarakat 16/17 dan staff ahli Departemen Sosial Masyarakat 17/18. Sedangkan pada Badan Eksekutif Mahasiswa FTSP-ITS, penulis aktif sebagai staff Departemen Media dan Relasi 17. Pada Indonesian Corrosion Association sendiri, penulis aktif sebagai staff Operational 16/17. Penulis juga berkesempatan melakukan kerja praktek di Badan Perencanaan Pembangunan Provinsi Sulawesi Tenggara pada tahun 2018. Ketertarikan penulis pada daerah kelahirannya membuat penulis menyusun Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pengembangan Pariwisata Pulau Bokori menggunakan Konsep *Branding*”. Untuk diskusi lebih lanjut, penulis dapat dihubungi melalui alamat email [destrywulandari97@gmail.com](mailto:destrywulandari97@gmail.com).