

PETUNJUK TEKNIS KEGIATAN SOSIALISASI BRANDING PESONA INDONESIA DALAM RANGKA PELAKSANAAN DEKONSENTRASI TAHUN 2017

ASISTEN DEPUTI STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA NUSANTARA
DEPUTI BIDANG PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA NUSANTARA
KEMENTERIAN PARIWISATA REPUBLIK INDONESIA

pesona
indonesia



DAFTAR ISI

Kata Pengantar	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Maksud	1
C. Ruang Lingkup	1
D. Dasar Hukum	1
E. Pengertian Umum	2
BAB II PENYELENGGARAAN KEGIATAN SOSIALISASI	3
A. Perencanaan	3
B. Pelaksanaan	4
C. Evaluasi	5
D. Laporan	5
BAB III PENGHARGAAN DAN SANKSI	
A. Penghargaan	7
B. Sanksi	7
BAB IV PENUTUP	8
LAMPIRAN I	9
LAMPIRAN II	10
LAMPIRAN III	12

KATA PENGANTAR

Kementerian Pariwisata pada tahun 2017 menargetkan jumlah perjalanan wisatawan nusantara sebanyak 265 juta perjalanan. Jumlah ini meningkat 5 juta perjalanan dibandingkan tahun 2016. Perjalanan wisatawan nusantara sebanyak 265 juta tersebut akan mendukung pencapaian target kontribusi PDB Pariwisata 2017 sebesar 13%, dan penyerapan tenaga kerja sebanyak 12 juta orang. Salah satu upaya untuk mencapai target-target tersebut adalah melalui Branding Pesona Indonesia. Keberhasilan Branding Pesona Indonesia ini membutuhkan konsistensi bersama seluruh pemangku kepentingan pariwisata.

Sebagaimana halnya bunyi jika disuarakan oleh semakin banyak orang dengan cara yang sama, semakin besar pula gaung resonansinya, semakin jelas pesannya. Sebaliknya jika disuarakan dengan cara yang berbeda-beda, maka pesannya menjadi tidak jelas bagi masyarakat.

Oleh karena itu, Kementerian Pariwisata menetapkan Petunjuk Teknis Sosialisasi Branding Pesona Indonesia sebagai salah satu tema dekonsentrasi Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Nusantara Tahun 2017.

Petunjuk Teknis ini dibuat untuk menjadi panduan bagi dinas-dinas yang membidangi Pariwisata di 34 provinsi Republik Indonesia, dalam melaksanakan Sosialisasi Branding Pesona Indonesia tahun 2017.

Jakarta,

Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran
Pariwisata Nusantara

Esthy Reko Astuty

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam rangka sinkronisasi dan koordinasi kegiatan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, khususnya melalui kegiatan Dekonsentrasi Pemasaran Pariwisata Nusantara Tahun Anggaran 2017 sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 22 Tahun 2015 tentang Pelaksanaan kegiatan Dekonsentrasi Kementerian Pariwisata, maka disusun Petunjuk Teknis Kegiatan Sosialisasi Branding Pesona Indonesia Dalam Rangka Pelaksanaan Dekonsentrasi Tahun 2017, untuk dapat dijadikan pedoman dalam melaksanakan Branding Pesona Indonesia secara baik dan benar.

B. Maksud

Petunjuk Teknis ini dimaksudkan sebagai pedoman bagi seluruh SKPD Pemerintah Provinsi sesuai dengan tugas dan fungsi masing-masing, dalam melaksanakan kegiatan Dekonsentrasi Sosialisasi Branding Pesona Indonesia Tahun 2017.

C. Ruang Lingkup

Ruang lingkup Petunjuk Teknis ini mencakup penyelenggaraan sosialisasi Branding Pesona Indonesia, termasuk penghargaan dan sanksi.

D. Dasar Hukum

1. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2008 tentang Dekonsentrasi dan Tugas Pembantuan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 20, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4816);
2. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 156/PMK.07/2008 tentang Pedoman Pengelolaan Dana Dekonsentrasi dan Dana Tugas Pembantuan sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 248/PMK.07/2010 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 156/PMK.07/2008 tentang Pedoman Pengelolaan Dana Dekonsentrasi dan Dana Tugas Pembantuan;

3. Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 22 Tahun 2015 tentang Pelaksanaan Kegiatan Dekonsentrasi Kementerian Pariwisata, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 22 Tahun 2015 tentang Pelaksanaan Kegiatan Dekonsentrasi Kementerian Pariwisata.

E. Pengertian Umum

Dalam Petunjuk Teknis ini, yang dimaksud dengan:

1. Dekonsentrasi adalah pelimpahan wewenang dari Pemerintah kepada Gubernur sebagai wakil Pemerintah dan/atau kepada instansi vertikal di wilayah tertentu.
2. Sosialisasi adalah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat.
3. Branding Pesona Indonesia adalah *branding* yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata untuk digunakan dalam pemasaran pariwisata nusantara.
4. Panduan dan Strategi Branding Pesona Indonesia yang selanjutnya disebut sebagai Panduan Branding adalah dokumen tata cara penggunaan Branding Pesona Indonesia yang telah ditetapkan Kementerian Pariwisata dalam seluruh aktivitas pemasaran pariwisata nusantara.
5. Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Nusantara yang selanjutnya disebut Deputi, adalah unit Eselon I di lingkungan Kementerian Pariwisata yang menyelenggarakan urusan di bidang pengembangan pemasaran pariwisata nusantara.
6. Asisten Deputi Strategi Pemasaran Pariwisata Nusantara yang selanjutnya disebut Asdep adalah unit Eselon II di lingkungan Kementerian Pariwisata yang menyelenggarakan urusan strategi pemasaran pariwisata nusantara.
7. Satuan Kerja Perangkat Daerah yang selanjutnya disingkat SKPD adalah organisasi/lembaga pada pemerintah daerah yang bertanggung jawab terhadap pelaksanaan dekonsentrasi bidang tertentu di provinsi.

BAB II

PENYELENGGARAAN KEGIATAN SOSIALISASI

A. Perencanaan

Perencanaan Kegiatan Sosialisasi meliputi:

1. Koordinasi kesepahaman awal

Koordinasi kesepahaman awal dilakukan antara Asdep dan SKPD mengenai teknis pelaksanaan sosialisasi *branding* yang sesuai dengan ketentuan Petunjuk Teknis ini, melalui kegiatan Bimbingan Teknis dari Deputi kepada 34 (tiga puluh empat) SKPD terkait.

2. Tata kelola administrasi keuangan

Administrasi keuangan yang disempurnakan meliputi Kerangka Acuan Kerja (KAK), Rincian Anggaran dan Biaya (RAB), dan administrasi keuangan lainnya. Penyempurnaan ini dimaksudkan untuk mengakomodasi perubahan-perubahan rencana anggaran dari rencana anggaran semula pada RKA-K/L, sehingga akuntabilitas keuangan tetap tercapai. Koordinasi dilakukan antara Deputi dan SKPD. Waktu koordinasi penyempurnaan administrasi keuangan paling lambat selesai pada akhir bulan Februari 2017.

3. Penetapan Narasumber

Narasumber kegiatan sosialisasi diusulkan oleh SKPD. Data narasumber dilengkapi sesuai dengan format sebagaimana tercantum dalam Lampiran I Petunjuk Teknis ini. Narasumber paling sedikit terdiri dari:

- a. unsur Kementerian Pariwisata, untuk menyelaraskan kebijakan pusat dan daerah, khususnya terkait dekonsentrasi;
- b. pakar Branding Pesona Indonesia yang ditunjuk oleh Asdep;
- c. unsur SKPD; dan
- d. pakar lainnya yang kompeten dan relevan dengan Branding.

4. Penentuan Peserta

Jumlah peserta sosialisasi paling sedikit 49 (empat puluh sembilan) orang.

Unsur peserta sosialisasi meliputi perwakilan dari:

- a. Dinas Pariwisata Kabupaten/Kota di provinsi terkait;
- b. industri dan pelaku usaha pariwisata;
- c. akademisi dan pemerhati pariwisata;
- d. masyarakat; dan
- e. media.

5. *Branding Image*:

SKPD menyediakan souvenir berupa *branding image* kepada peserta, yang mengimplementasikan Branding Pesona Indonesia.

B. Pelaksanaan

Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi ini wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut:

1. Waktu Pelaksanaan

Waktu Pelaksanaan kegiatan adalah bulan Maret 2017, sehingga hasil sosialisasi dapat diimplementasikan pada kegiatan kepariwisataan di daerah.

2. Lama Pelaksanaan

Lama pelaksanaan kegiatan sosialisasi adalah 3 (tiga) hari.

3. Lokasi Pelaksanaan

Lokasi pelaksanaan kegiatan berada di wilayah provinsi terkait, yang memiliki keunikan destinasi wisata setempat.

4. Fasilitas Tempat Pelaksanaan

Tempat pelaksanaan kegiatan paling sedikit memiliki fasilitas:

- a. alat peraga presentasi;
- b. sarana komunikasi internet;
- c. kelistrikan; dan
- d. *sound system*.

5. Bentuk Kegiatan Sosialisasi

Bentuk kegiatan sosialisasi dipilih dan ditetapkan oleh SKPD, paling sedikit berisi kegiatan penyampaian materi oleh narasumber dan diskusi tanya jawab dengan peserta.

6. Materi Kegiatan Sosialisasi

Materi kegiatan sosialisasi terdiri dari Materi Wajib dan Materi Tambahan. Materi Wajib adalah Panduan Branding. Materi Tambahan diusulkan oleh SKPD dan relevan dengan Branding Pesona Indonesia.

7. Umpan Balik Kegiatan Sosialisasi

Panitia pelaksana kegiatan wajib melakukan umpan balik kegiatan sosialisasi melalui pengisian kuesioner umpan balik oleh peserta. Kuesioner umpan balik dilengkapi sesuai dengan format sebagaimana tercantum dalam Lampiran II Petunjuk Teknis ini.

8. Kunjungan Lapangan

Kunjungan lapangan wajib dilakukan ke lokasi tertentu, destinasi wisata, atau *event* pariwisata yang menggunakan Branding Pesona Indonesia.

C. Evaluasi

Evaluasi kegiatan merupakan hasil rekapitulasi kuesioner umpan balik yang telah diisi oleh peserta kegiatan sosialisasi. Hasil evaluasi kegiatan dilengkapi sesuai dengan format sebagaimana terlampir dalam Lampiran III Petunjuk Teknis ini. Hasil evaluasi kegiatan disampaikan sebagai bagian dari laporan kegiatan.

D. Laporan

Laporan Kegiatan meliputi:

1. Laporan singkat disusun dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Waktu dan penyampaian laporan

Laporan Kegiatan disampaikan oleh SKPD kepada Deputi paling lambat 7 (tujuh) hari kerja setelah pelaksanaan kegiatan.

b. Isi pelaporan

Isi pelaporan adalah Surat Laporan Pelaksanaan Kegiatan, yang disertai dengan lampiran sebagai berikut:

- 1) hal-hal yang disebutkan pada bagian pelaksanaan kegiatan; dan
- 2) hasil evaluasi kegiatan.

2. Laporan Kegiatan Lengkap disusun mengikuti ketentuan Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 22 Tahun 2015 tentang Pelaksanaan Kegiatan Dekonsentrasi Kementerian Pariwisata, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 22 Tahun 2015 tentang Pelaksanaan Kegiatan Dekonsentrasi Kementerian Pariwisata.

BAB III PENGHARGAAN DAN SANKSI

A. Penghargaan

SKPD yang memiliki kinerja baik dalam pelaksanaan sosialisasi, akan menjadi prioritas lokus pelaksanaan dekonsentrasi selanjutnya.

B. Sanksi

SKPD yang tidak dapat melaksanakan kegiatan sosialisasi paling lambat sampai dengan akhir bulan Maret Tahun 2017, dan/atau secara sengaja/lalai dalam menyelenggarakan kegiatan sesuai Petunjuk Teknis ini, maka dapat diberikan sanksi sesuai Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 22 Tahun 2015 tentang Pelaksanaan Kegiatan Dekonsentrasi Kementerian Pariwisata sebagaimana diubah terakhir dengan Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 22 Tahun 2015 tentang Pelaksanaan Kegiatan Dekonsentrasi Kementerian Pariwisata.

BAB IV
PENUTUP

Petunjuk Teknis Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi Branding Pesona Indonesia ini merupakan acuan bagi Satuan Kerja Perangkat Daerah Pemerintah Provinsi yang membidangi Pariwisata, dalam menyelenggarakan Dekonsentrasi tahun 2017 dari Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Nusantara, Kementerian Pariwisata.

LAMPIRAN I
PETUNJUK TEKNIS
KEGIATAN SOSIALISASI BRANDING
PESONA INDONESIA

FORMULIR DATA NARASUMBER

1. DATA PRIBADI	
Nama	:
Tempat Tanggal Lahir	:
Alamat	:
Jabatan Sekarang	:
Instansi	:
Telepon	:
Email	:
2. PENDIDIKAN DAN SERTIFIKASI	
Pendidikan	:
1.	
2.	
Sertifikasi	:
1.	
2.	
3. PENGALAMAN	
1.	
2.	
3.	

LAMPIRAN II
PETUNJUK TEKNIS
KEGIATAN SOSIALISASI BRANDING
PESONA INDONESIA

KUESIONER UMPAN BALIK

Berilah tanda X pada angka yang sesuai menurut Anda dengan pilihan sebagai berikut: SANGAT PUAS (SP), PUAS (P), KURANG PUAS (KP), TIDAK PUAS (TP).

No	VARIABEL	SP	P	KP	TP
PELAKSANAAN					
1	Ketepatan Waktu				
2	Suasana sosialisasi				
3	Ketersediaan materi cetak				
4	Pelayanan penyelenggara				
5	Kualitas Cinderamata				
FASILITAS					
1	Kualitas alat peraga				
2	Sarana komunikasi internet				
3	Tata letak ruangan				
4	Kelistrikan				
5	Sound System				
6	Konsumsi				
MATERI					
1	Kelengkapan materi				
2	Kesesuaian materi dengan topik				
3	Materi mudah dipahami dan menarik				
4	Materi meningkatkan pengetahuan dan kemampuan peserta				

No	VARIABEL	SP	P	KP	TP
5	Materi bermanfaat dan dapat diimplementasikan				
NARASUMBER					
1	Penguasaan materi				
2	Cara penyajian/penyampaian materi				
3	Kemampuan menjawab pertanyaan				
SARAN PESERTA					

LAMPIRAN III
PETUNJUK TEKNIS
KEGIATAN SOSIALISASI BRANDING
PESONA INDONESIA

HASIL EVALUASI

Jumlah Peserta :

Jumlah Kuesioner Terisi :

Isi angka jumlah peserta yang memilih SANGAT PUAS (SP), PUAS (P), KURANG PUAS (KP), TIDAK PUAS (TP), untuk setiap variabel berikut.

No	VARIABEL	SP	P	KP	TP
PELAKSANAAN					
1	Ketepatan Waktu				
2	Suasana sosialisasi				
3	Ketersediaan materi cetak				
4	Pelayanan penyelenggara				
5	Kualitas Cinderamata				
FASILITAS					
1	Kualitas alat peraga				
2	Sarana komunikasi internet				
3	Tata letak ruangan				
4	Kelistrikan				
5	Sound System				
6	Konsumsi				
MATERI					
1	Kelengkapan materi				
2	Kesesuaian materi dengan topik				
3	Materi mudah dipahami dan menarik				

No	VARIABEL	SP	P	KP	TP
4	Materi meningkatkan pengetahuan dan kemampuan peserta				
5	Materi bermanfaat dan dapat diimplementasikan				
NARASUMBER					
1	Penguasaan materi				
2	Cara penyajian/penyampaian materi				
3	Kemampuan menjawab pertanyaan				
SARAN PENYELENGGARA					

pesona
indonesia

