

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Dari hasil pengumpulan data dan analisis tentang manajemen krisis dalam program recovery Bali pasca bom 2005 dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Peristiwa bom Bali 2005 yang terjadi pada tanggal 1 Oktober 2005 di Kuta dan Jimbaran, merupakan peristiwa yang tidak terduga sama sekali. Peristiwa tersebut menimbulkan *multiple effect*. Sesuai dengan konsep BTB dalam memandang krisis, kondisi pasca peristiwa bom Bali II dapat dikatakan bahwa industri pariwisata Bali telah mengalami krisis.

6. Krisis yang muncul dalam industri pariwisata Bali berada pada level krisis akut dimana krisis yang terjadi menimbulkan kerugian bagi industri pariwisata Bali baik berupa korban jiwa, materi dan citra Bali. Reaksi dari berbagai pihak mulai berdatangan, tidak hanya dari dalam negeri tapi reaksi juga berdatangan dari berbagai negara di dunia. Dan isu mengenai peristiwa tersebut mulai beredar luas baik di kalangan industri pariwisata, media dan juga kalangan masyarakat umum. Lingkup publik yang terlalu luas dari sektor pariwisata sendiri, menyebabkan isu menjadi cepat berkembang. Serangkaian tindakan manajemen krisis dilakukan oleh pihak-pihak terkait, berada di bawah pengawasan Menko Ekuin, Departemen Budaya dan Pariwisata, pemerintah Daerah Bali bersama dengan Dinas Pariwisata Daerah Bali

dan Bali Tourism Board sebagai tindakan penanganan terhadap krisis secara terstruktur yang disebut dengan manajemen krisis. Adapun tahapannya antara lain :

1) Identifikasi Krisis

Langkah identifikasi yang dilakukan dalam rangka penanganan krisis pasca bom 2005 dijalankan oleh beberapa pihak antara lain bagian analisis pasar Dinas Pariwisata Daerah Bali yang mengumpulkan data dan fakta mengenai dampak-dampak dari terjadinya peristiwa bom Bali II dengan mengkalkulasikan mengenai penurunan jumlah kedatangan wisatawan, lalu meninjau mengenai tingkat hunian hotel, *length of stay* (LOS), pembatalan kunjungan ke Bali, pembatalan event-event Internasional, kegiatan usaha di bidang ekonomi, omset penjualan barang kerajinan produk UMKM, peningkatan pengangguran dan PHK, pemberlakuan *travel warning & travel ban* dari beberapa negara, dan aliran investasi dalam industri pariwisata Bali. Pihak kepolisian dalam hal ini tim POLRI dan POLDA Bali mengenai korban jiwa serta faktor-faktor penyebab terjadinya peristiwa tersebut, lalu tim dari media center yang memonitoring mengenai pemberitaan yang berkembang.

2) Analisis Krisis

Pada krisis pasca bom Bali II dilakukan analisis data-data mengenai dampak krisis yang dialami oleh industri pariwisata Bali dengan mengadakan analisis terhadap hasil survey yang dilakukan oleh bagian analisis pasar Dinas Pariwisata Daerah Bali, serta hasil survey dari pihak kepolisian Daerah Bali dibantu oleh pihak media center dalam menentukan penyebab terjadinya

krisis, korban, pemberitaan mengenai Bali di media massa serta dampak-dampak yang harus diantisipasi pada langkah penanganan yang akan dirumuskan.

### 3) Isolasi krisis

Langkah isolasi dilakukan dengan beberapa cara, yaitu dengan cara meredam isu mengenai keadaan Bali pasca peristiwa bom terjadi dengan segera memberikan informasi dan konfirmasi terutama melalui media massa, mengingat publik yang sangat luas dan media massa merupakan sarana yang paling efektif untuk menginformasikan keadaan teraktual Bali pasca bom 2005. Tindakan yang dilakukan sehubungan dengan hal ini adalah dengan mendirikan media center untuk memfilter berita yang berkembang.

Ditunjuk juga tiga *spokesperson* yaitu Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, Sunarko (Humas Polri), dan Bagus Sudibya (Ketua Bali Tourism Board). *Spokesperson* dipilih berdasarkan kapasitasnya, Presiden disini sebagai kepala negara karena lingkup krisis yang terjadi tidak hanya pada tataran Bali tapi juga merupakan krisis nasional yang melibatkan negara-negara dunia sehingga presiden sebagai *spokesperson* dalam menyampaikan rasa simpati terhadap para korban dan sebagai cerminan tanggung jawab sebuah negara. Sunarko mewakili pihak kepolisian dalam memberikan informasi mengenai korban, pelaku serta keadaan keamanan di Bali. Bagus Sudibya sebagai perwakilan dari kalangan pariwisata yang terkena krisis akibat peristiwa tersebut.

Dibentuk suatu tim krisis yang disebut tim koordinasi penanggulangan dampak bom Bali II. Tim ini dibentuk setelah terjadinya peristiwa bom, yang cara kerjanya seperti pemadam kebakaran ketika telah terjadi krisis baru diredakan bukan dicegah. Tugas dan tanggung jawabnya dari tim ini adalah melakukan pemulihan terhadap industri pariwisata Bali terhadap dampak-dampak bom yang membawa banyak dampak negatif terhadap industri pariwisata Bali dan sektor-sektor lainnya yang terkait. Tim ini terdiri dari berbagai elemen. Dibawah pengawasan Menko Ekuin dan Menbudpar pelaksanaannya dilakukan oleh Pemda Bali, Dinas Pariwisata Bali, BTB dan pelaku pariwisata Bali.

#### 4) Pilihan Strategi

Strategi yang diambil dalam penanganan krisis pasca bom 2005 lebih bersifat adaptif atau kompromi. Dimana pihak industri pariwisata Bali berusaha berkompromi dengan memberikan informasi dan konfirmasi baik terhadap media, *travel agent*, bahkan dengan melibatkan delegasi KBRI di beberapa negara mengenai keadaan Bali teraktual terutama dari segi keamanan serta dengan menghimpun simpati dari negara-negara potensial yang merupakan mitra pariwisata Bali dengan menyampaikan beberapa pesan, yang intinya menyerukan agar para wisatawan tidak takut untuk datang ke Bali karena pelaku peristiwa tersebut bukanlah warga Bali, tapi Bali hanya korban dari peristiwa tersebut. Strategi ini juga memaksimalkan pihak ketiga yaitu media, *travel agent*, dan para perwakilan KBRI untuk membantu meyakinkan publik

mengenai keadaan Bali yang tetap kondusif sebagai salah satu destinasi pariwisata.

5) Program

Dalam mewujudkan strategi yang dirumuskan ada beberapa garis besar program yang dilaksanakan yaitu *media center*, *Security development*, *Outbond program* dan *Inbound program*.

- *Media center*, media center selama terjadinya krisis berperan dalam mengontrol arus berita yang berkembang tentang situasi Bali terkini pasca bom serta memastikan mengenai keabsahan dan obyektifitas berita-berita yang berkembang dan dimuat dalam media massa baik dalam maupun luar negeri.
- *Security Development*, dengan mengembangkan *Standard Operation Procedure* (SOP) dalam bidang keamanan, melengkapi setiap pintu masuk tempat-tempat yang strategis dengan *metal detector*, serta mengoptimalkan standar pengamanan pada area-area yang dianggap vital.
- *Outbond program*, Tampil dalam forum Nasional dan Internasional, untuk menunjukkan ketahanan dan optimisme yang menjadi mental dasar usaha dan mempertahankan eksistensi di benak pasar internasional. Mendatangi para pelaku pariwisata, terutama pasar-pasar utama dari industri pariwisata Bali dengan menjelaskan keadaan Bali dan menarik simpati bahwa Bali merupakan korban bahkan pelaku bom bukan berasal dari Bali.

- *Inbound program*, Bali membuka diri dengan mengundang beberapa media baik asing dan lokal serta beberapa pihak pendukung pariwisata internasional untuk datang ke Bali dan melihat langsung keadaan Bali pasca bom 2005. Sehingga media dan para pendukung pariwisata tersebut dapat menilai sendiri mengenai situasi khususnya keadaan keamanan Bali.

Program yang dijalankan dalam penanganan krisis pasca peristiwa bom Bali II adalah merupakan program *recovery* dimana program-program yang dijalankan bertujuan untuk memulihkan keadaan maupun citra Bali kepada keadaan sebelum terjadinya krisis.

7. Setelah masa krisis akut terlewati, industri Pariwisata Bali memasuki tahapan selanjutnya, yakni masa kronis yang merupakan masa *recovery*. Langkah *recovery* yang diambil merupakan langkah lanjutan dari tahapan sebelumnya. Dimana langkah ini bertujuan untuk memulihkan keadaan serta citra Bali pasca krisis. Dalam masa *recovery*, program-program yang dilaksanakan lebih banyak dititik beratkan dalam upaya mengembalikan kepercayaan negara-negara potensial yang merupakan mitra pariwisata Bali terhadap Bali sebagai salah satu destinasi pariwisata. Hal ini dilakukan dengan menggencarkan promosi-promosi baik pada media, *travel agent*, pameran-pameran pariwisata, mengadakan event-event internasional di Bali, serta dengan mendatangi langsung pihak-pihak yang berperan dalam bidang pariwisata di beberapa negara. Serta dengan menciptakan identitas baru bagi industri pariwisata Bali dengan merumuskan *tag line* baru, dalam memudahkan langkah promosi bagi Bali. Pada tahap ini pihak industri

pariwisata Bali mengadakan evaluasi terhadap dampak krisis yaitu mengenai pemberitaan media massa dan tingkat kunjungan karena kedua elemen tersebut dianggap penting dalam mengukur pemulihan keadaan dan citra pasca bom Bali II.

8. Tahap penyembuhan merupakan tahap dimana krisis dianggap telah berakhir, pada tahap ini dilakukan pemulihan citra pada tahap lebih lanjut dalam memulihkan kepercayaan publik.
9. Program *recovery* Bali dianggap cukup berhasil dalam memulihkan citra industri pariwisata Bali pasca bom 2005, hal ini dilihat dari kenaikan tingkat kunjungan yang cukup signifikan pada tahun 2007 dibandingkan tahun sebelumnya.

## **B. SARAN**

Suatu proses manajemen krisis tentunya tidak dapat berjalan dengan sempurna, walaupun telah dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai seperti pulihnya kedatangan wisatawan yang bahkan cenderung meningkat pada bulan yang sama pada tahun berikutnya, serta membaiknya citra pariwisata dengan diberikannya beberapa penghargaan oleh beberapa media terhadap destinasi pariwisata Bali namun hal tersebut tidak menutup kemungkinan adanya beberapa kekurangan yang ada pada tahapan manajemen krisis yang dijalankan pada industri pariwisata Bali. Menurut analisa penulis beberapa kekurangan yang ada tentunya akan menjadi masukan bagi industri pariwisata Bali :

- a. Membuat *Crisis Management Team* yang akan merumuskan *Crisis Management Plan* sebagai tindakan preventif apabila kembali terjadi krisis pada

industri pariwisata Bali. Hal ini mengingat peristiwa bom yang merupakan penyebab terjadinya krisis telah terjadi dua kali di Bali dan industri pariwisata yang rentan untuk terjadinya krisis karena sangat terpengaruh dengan sektor-sektor di luar pariwisata.

- b. Membuat suatu *Crisis Center*, sehingga ketika terjadi krisis maka Tim Krisis mempunyai tempat untuk bertemu dan berdiskusi mengenai langkah-langkah yang diambil dalam keadaan krisis. Serta sebagai pusat informasi saat terjadinya krisis.
- c. Mengefektifkan fungsi *website* pariwisata Bali, sebagai sumber informasi yang berkesinambungan serta dapat menjadi media promosi dengan publik yang lebih luas mengingat publik dari industri pariwisata yang tidak hanya terbatas pada kalangan tertentu saja tetapi mencakup lingkup yang sangat luas yaitu lingkup dunia.
- d. Berdasarkan pengamatan penulis, pihak pelaku industri pariwisata Bali hanya dekat dengan media saat terjadinya krisis. Seharusnya pelaku industri pariwisata Bali menjadikan media sebagai salah satu mitra seperti halnya *travel agent* sebagai sarana informasi dan promosi secara berkesinambungan. Sehingga ketika terjadi krisis media akan tetap menjadi mitra, dengan pemberitaan yang berimbang dan tidak menjatuhkan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Barton, Laurence. 1993. *Crisis In Organizing Managing and Communicating in The Heat of Chaos*. South Western Publishing Co. USA.
- Baskin, Otis, Arronoff, Craig, Lattimore. 1997. *Public Relations The Profession and Practice*. USA: Times Mirror Higher Education Group Inc.
- Birowo, M. Antonius. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Gitanyali.
- Coombs, W Timothy. 1999. *Ongoing Crisis Communicaiton. Planning, Managing, and Responding*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Cutlip, Scot M, Center, Allen H, Broom Glen M. 1994. *Effective Public Relations Seventh Edition*. Inc. USA: Prentice Hall.
- Dowling, Grahame R. 1994. *Corporate Reputation: Strategies for Developing The Corporate Brand*. London: Kogan Page
- Echols, John M. *An English-Indonesian Dictionary*. 2000. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Human Relations dan Public Relations*. Bandung: Mandar Maju.
- Faisal, Sanapiah. 1990. *Penelitian Kualitatif Dasar-dasar dan Aplikasi*. Malang: Yayasan Asah Asih Asuh.
- Fearn-Banks, Kathleen. 1996. *Crisis Communicaitons : A Casebook Approach*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Iriantara, Yosal. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Gregory, James R. 1991. *Marketing Corporate Image-The Company as Your Number One Product*. Lincolnwood Illinois USA : NTC Publishing Group.
- Kasali, Rhenald. 1999. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

- Kelly, Kathleen S. 2001. "Stewardship The Fifth Step in The Public Relations Process". Dalam Heath, Robert L. (ed). *Handbook of Public Relations*. Hal: 279-289. Thousand Oaks California: Sage Publications Inc.
- Koentjaraningrat. 1993. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, Dr. Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari H, Martini, HM. 1992. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta : UGM Press.
- Putra, I Gusti Ngurah. 1999. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta : Penerbitan Atmajaya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1985. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- , 1991. *Metode Penelitian*. Edisi Kedua. Bandung: PT Rosda Karya.
- Ruslan, Rosady. 2001. *Manajemen Humas & Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- , 1999. *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Shivastava and Mitroff. 1987. *Strategic Management of Corporate Crisis*. Putra Columbia Journal of World Bussiness. Vol.22 hal 1.
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Soemirat, DRS Soleh M.S dan Ardianto, DRS. Elvinaro, M.Si. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : Rosdakarya.
- Surachmad, Winarno. 1972. *Dasar dan Teknik Research Pengantar Metodologi Ilmiah*. Bandung: Tarsito.

Wasesa, Silih Agung. 2005. *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka

Utama.

[www.bali-tourism-board.com](http://www.bali-tourism-board.com)

<http://kolom.pacific.net.id>

<http://www.depdagri.go.id>

([www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org): 1 february 2007: 20.20 wib)

Dokumen *Bali Tourism Board*



## OTO KRITIK

Dalam penelitian ini para narasumber, cenderung tidak sependapat dalam menafsirkan fenomena dalam krisis pasca bom Bali 2005 serta dalam memandang konsep manajemen krisis. Penulis disini seharusnya menggunakan metode FGD (*Focus Group Discussion*) dalam menemukan suatu konsep krisis maupun manajemen krisis dari beberapa narasumber tersebut. Sehingga dapat menarik suatu konsep yang objektif berdasarkan hasil FGD, bukan dari hasil interpretasi penulis terhadap beberapa pendapat yang ada.

Menurut Antonius Birowo (2004:126) FGD merupakan metode penelitian kualitatif yang digunakan oleh berbagai pihak dalam menggali data secara mendalam melalui *stimulant* / pemancing berupa suatu isu / topik tertentu yang telah dipersiapkan. Para partisipan dengan dibantu seorang moderator mendiskusikan topik tersebut berdasar pertanyaan penuntun yang telah dirancang sebelumnya. Metode ini memberikan peluang bagi peneliti untuk melakukan eksplorasi terhadap suatu fenomena yang belum diketahui secara mendalam sebelumnya.



# LAMPIRAN

## **SURAT KETERANGAN**

Nomor : 898/BTB/WK-III/2007

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Tjok Oka Artha Ardhana Sukawati  
Jabatan : Wakil Ketua Bali Tourism Board

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : A.A Sri Mas Hendrani  
No. Mhs : 01942/Kom  
Program Studi : Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Atma Jaya - Yogyakarta

Memang benar yang bersangkutan di atas telah melakukan penelitian di Bali Tourism Board untuk penelitian skripsi dengan judul "Manajemen Krisis Pada Program Recovery Bali Yang Dilaksanakan Oleh Bali Tourism Board Dalam Memulihkan Citra Pariwisata Bali Pasca Bom 2005 "

Demikian disampaikan. Terima kasih.

Denpasar, 5 Maret 2007

Hormat kami,  
Bali Tourism Board

  
Tjok Oka Artha Ardhana Sukawati  
Wakil Ketua



## INTERVIEW GUIDE

### Deskripsi Organisasi

1. Bagaimana sejarah berdirinya Bali Tourism Board ?
2. Jelaskan mengenai profil Bali Tourism Board ?
3. Bagaimana visi dan misi Bali Tourism Board ?
4. Bagaimana struktur organisasi Bali Tourism Board ?

### Krisis

1. Apakah Peristiwa Bom Bali II dapat dikatakan sebagai sebuah krisis bagi pariwisata Bali? Apabila tidak,
  - a. Didefinisikan sebagai apakah peristiwa itu terhadap pariwisata Bali?
  - b. Mengapa?
2. Apakah pengertian krisis menurut Bali Tourism Board sebagai wadah organisasi pariwisata Bali?
3. Faktor-faktor apa saja yang dapat dikategorikan sebagai krisis?
4. Apakah peristiwa tersebut membawa dampak terhadap sektor-sektor lain di Bali?
5. Apakah ada suatu pedoman penanganan krisis yang baku dalam industri pariwisata Bali, mengingat sektor pariwisata sangat rentan untuk mengalami krisis? Apabila ada,
  - a. Apa saja isi dari pedoman krisis tersebut?
  - b. Bagaimana proses penyusunan pedoman krisis tersebut?

### **Identifikasi Krisis**

1. Bagaimana keadaan pariwisata Bali sebelum, selama dan pasca terjadinya bom Bali II (ditinjau dari tingkat kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik) ?
2. Seberapa besar dampak terjadinya peristiwa bom Bali 2005 terhadap Bali khususnya sektor pariwisata (ditinjau dari tingkat kunjungan dan pemberitaan di media massa)?
3. Setelah terjadinya peristiwa bom tersebut pemerintah daerah Bali ataupun pihak terkait menginformasikan mengenai krisis yang berlangsung? Apabila ya,
  - a) Kepada siapa sajakah informasi tersebut disampaikan?
  - b) Bagaimana cara mengkomunikasikannya?
4. Bagaimana pemberitaan mengenai Bali di media massa pasca bom Bali II (baik itu dari media massa luar negeri – internasional dan juga dalam negeri) ?
5. Apakah pihak pemerintah Bali melakukan suatu tindakan seperti melakukan survey opini publik terhadap krisis yang berlangsung?

### **Analisis Krisis**

1. Mengapa peristiwa bom Bali II menjadi penyebab terjadinya krisis di Bali?
2. Seberapa besar dampak terjadinya peristiwa bom Bali 2005 terhadap Bali khususnya sektor pariwisata (ditinjau dari tingkat kunjungan dan pemberitaan di media massa)?
3. Seberapa besar ancaman yang diakibatkan oleh krisis pasca bom 2005, terhadap sektor pariwisata Bali?



4. Siapakah yang mempunyai wewenang untuk mengatasi krisis? Apakah perlu dibentuk suatu tim untuk menanggulangi krisis?

### Isolasi Krisis

1. Apakah pemerintah daerah Bali membentuk semacam tim khusus yang bertugas untuk memulihkan citra pasca krisis? Apabila ya, mohon dijelaskan secara lebih terperinci mengenai :
  - a) Siapa saja yang menjadi anggota dalam tim tersebut
  - b) Alasan pemilihan anggota tim
  - c) Tugas dan tanggung jawab dari tim tersebut
2. Apakah ada semacam perencanaan yang dibuat secara tertulis dalam rangka penanganan krisis?
  - Apabila ya, apa saja materi yang dimuat dalamnya?
  - Bagaimana prosedur yang tertulis didalamnya dalam rangka penanganan krisis?
3. Siapakah yang ditunjuk menjadi *spokesperson* selama krisis berlangsung serta apa tugas dan tanggung jawab dari *spokesperson*?

### Strategi

1. Apakah ada semacam strategi yang direncanakan oleh Bali Tourism World dalam penanganan krisis pasca bom 2005 ? Apabila ada,
  - a) Apa strategi yang ditempuh?
  - b) Apa yang menjadi alasan dalam memilih strategi tersebut ?

- c) Apakah faktor-faktor eksternal seperti keadaan sosial, politik, sosial dan budaya turut mempengaruhi dalam merumuskan strategi?
  - d) Siapa saja pihak yang terlibat dalam merumuskan strategi tersebut?
  - e) Apa implikasi strategi tersebut terhadap pihak internal dan eksternal dari pariwisata Bali?
2. Siapakah yang menjadi sasaran dari strategi yang dirumuskan? Apakah ada alasan tertentu dalam pemilihan sasaran / target dari strategi yang dirumuskan?

### **Program**

1. Apakah BTB mempunyai program yang ditujukan khusus untuk memulihkan Bali sebagai daerah tujuan pariwisata ? Jika ya, apakah program yang dilaksanakan merupakan tindakan lanjut dari strategi yang telah dirumuskan sebelumnya ? Jika tidak, apa yang menjadi dasar perencanaan dan pelaksanaan program?
2. Program apa saja yang dibuat oleh BTB?
3. Apakah yang menjadi tujuan dari program tersebut?
4. Apa saja isi dan pesan apa yang ingin disampaikan dalam program yang dibuat?
5. Kepada siapakah program tersebut ditujukan?
6. Apakah ada program untuk jangka panjang dan jangka pendek?
  - Jika ya, program apa saja yang menjadi program jangka pendek dan program yang menjadi jangka panjang?
  - Apakah ada perbedaan tujuan dari program jangka panjang dan jangka pendek? Jika tidak, mengapa ?

7. Media apa dan saluran komunikasi apakah yang digunakan dalam mendukung program tersebut?
8. Berapakah anggaran dana yang dipersiapkan dalam pelaksanaan program tersebut?
9. Apa yang dijadikan tolak ukur untuk mengukur tingkat efektivitas keberhasilan pelaksanaan program?
10. Langkah apa yang ditempuh dalam mengevaluasi program?

#### **Program Recovery Bali**

1. Respon apa yang dilakukan oleh pemerintah daerah Bali setelah terjadi peledakan bom 2005?
2. Apa saja yang telah dilakukan oleh Bali Tourism Board pasca Bom Bali II ?
3. Bagaimanakah proses perencanaan dari program tersebut?
4. Pihak-pihak mana saja yang terlibat dalam proses perencanaan program tersebut?
5. Aktivitas apa saja yang ditetapkan dalam program *recovery*?
6. Apa yang menjadi tujuan utama dilaksanakannya program *recovery* Bali ?
7. Siapakah pihak yang menjadi penanggung jawab dari program tersebut?
8. Berapa anggaran yang ditetapkan dalam rangka pelaksanaan program tersebut?
9. Pihak mana yang akan melaksanakan program tersebut?
10. Siapakah target (*stakeholder*) yang menjadi sasaran utama dari program tersebut?
11. Apa yang menjadi parameter dalam mengukur tingkat keberhasilan program yang dilakukan?
12. Apa efek yang dihasilkan dari program ini terhadap krisis yang dihadapi oleh Bali?

## **Pemulihan Citra**

1. Citra seperti apa yang terbentuk terhadap Bali khususnya dalam bidang pariwisata di mata publik eksternal baik itu domestik maupun internasional sebelum bom Bali II?
2. Citra seperti apa yang terbentuk di mata publik internal yaitu warga Bali terhadap Bali khususnya dalam sektor pariwisata sebelum terjadi bom Bali II?
3. Citra seperti apa yang terbentuk terhadap Bali khususnya dalam bidang pariwisata di mata publik eksternal baik itu domestik maupun internasional setelah bom Bali II?
4. Citra seperti apa yang terbentuk di mata publik internal yaitu warga Bali terhadap Bali khususnya dalam sektor pariwisata setelah terjadi bom Bali II?
5. Apakah ada semacam tahap identifikasi mengenai citra Bali khususnya sektor di mata masing – masing publik (meliputi konsumen, media massa, pemerintah, negara–negara lain) setelah bom Bali II?
  - a. Jika ya, identifikasi tersebut dilakukan melalui cara seperti apa ?
  - b. Jika tidak, mengapa ? apakah ada kendala ?
6. Apakah program recovery yang telah dilaksanakan mampu mengubah citra yang telah terbentuk di benak publik setelah bom Bali II?
  - Jika tidak, apakah ada tindak lanjut dalam menanggapi?
7. Apakah ada kebijakan baru yang dibuat oleh pemerintah daerah Bali khususnya di bidang pariwisata terkait dengan pembentukan citra yang diadakan pasca krisis terjadi? Jika ada,

- a) Apa kebijakan baru yang dibuat tersebut?
- b) Apakah kebijakan baru tersebut dibuat dengan mempertimbangkan temuan yang diperoleh pada saat menangani krisis bom Bali II?
- c) Ditujukan kepada siapa kebijakan baru tersebut?
- d) Apa implikasi kebijakan baru tersebut terhadap publik internal maupun eksternal?



## Transkrip Hasil Wawancara Dengan Narasumber 1

> Selamat siang bapak....

\* selamat siang....bagaimana apa yang bisa saya bantu??

> Saya akan mengadakan wawancara terkait dengan krisis pasca bom bali II, berkaitan dengan kapasitas bapak sebagai Ketua BTB....

\* ok, boleh....

> apakah peristiwa bom Bali II merupakan sebuah krisis yang terjadi dalam industri pariwisata Bali??

\* Bom bali terjadi tentu tidak berdiri sendiri ada target yang ingin diciptakan oleh teroris untuk menunjukkan bahwasanya mereka eksis, dan dunia mencatat oleh karena itu mereka meletakkan di Bali tidak katakanlah di Kupang yang memiliki *coverage* pemberitaan yang luar biasa. Jelas mempunyai impact yang luar biasa Teroris bertujuan menciptakan rasa takut menunjukkan bahwa teroris masih eksis, manusia takut oleh karena ga berani bepergian, dari target itu teroris berhasil. Antitesis daripada itu ketika seseorang menciptakan rasa takut maka rasa takut itu harus dikikis dengan suatu cara itulah strategi kami.

> apakah keadaan pasca peristiwa bom Bali II dapat dikatakan sebagai sebuah krisis??

\* Jelas sebuah krisis, dilihat dari strategi teroris itu sendiri mereka dapat menyebabkan rasa takut, dan rasa takut itu sendiri menyebabkan Bali krisis karena para wisatawan jadi tidak berani berkunjung ke Bali karena Bali dicap tidak aman.

> apakah pengertian krisis terkait dengan keadaan pasca bom Bali 2005???

\* Krisis merupakan suatu peristiwa yang tidak terduga, mempunyai impact yang luar biasa terhadap suatu destinasi pariwisata menyangkut tentang rasa aman dan kepercayaan wisatawan terhadap suatu destinasi serta menimbulkan *multiple effect* yang pada akhirnya akan memberi imbas negatif terhadap citra destinasi itu sendiri.

> bagaimana pengertian *multiple effect* dalam pengertian krisis???

\* Krisis itu pertama yang terjadi adalah terjadi krisis ttg rasa aman, pada saat itu serta merta merasa bahwa Bali tidak aman yaitu crisis of confidence

-Krisis ekonomi >kehilangan 2000 wisatawan dmn daya beli rata2 perkunjungan 1000 dolar>bali kehilangan 20 milyar setiap hari. Berapa lama Bali mempunyai ketahanan untuk menanggulangi krisis tersebut. Ini bergantung pada???

Jgn lupa pada tahun 2002 telah terjadi bom yang jauh lebih besar dan magnitude-nya juga jauh lebih luas. Jadi tabungan industri pariwisata Bali sudah terkuras habis dan pundi-pundinya baru mulai terisi lagi baru sktr pada awal 2005, sedangkan pada oktober 2005 telah terjadi lagi bom Bali II maka daya tahan industri pariwisata dalam menanggulangi krisis menjadi sangat singkat bahkan nyaris tidak ada. Karena pada waktu kalangan pariwisata baru mulai bisa membayar utang, mendanai kembali usahanya, pergi melakukan sales & marketing.

> berarti dampak peristiwa tersebut sangat besar ya Pak?

\* Dampaknya sangat besar karena terjadi opportunity lost sebanyak 60 juta US dollar per bulan, 1 tahun 6,8 triliyun artinya lebih dari dana yang diterima oleh Bali melalui DAU dan DAK yang membiayai seluruh pembangunan Bali. Artinya hampir tidak ada gunanya uang yang diterima oleh Bali sebesar 5,2 triliyun dari pusat dibandingkan dengan opportunity lost yang dialami Bali pasca Bom II. Opportunity lost besar, artinya trickling down effect karena pariwisata multiplayer effectnya luar biasa itu tidak terjadi sehingga dagang Koran, dagang janur, dagang kelapa, dagang ikan, dagang lobster, semua mengalami kerugian itulah krisis multidimensi yang terjadi di Bali.

>bagaimana mengenai krisis terhadap pemberitaan ttg pariwisata Bali di media massa menurut Bapak?

\* Biasanya pun orang kalau berpikir secara fair, merupakan suatu realita bahwa terjadi bom lagi di Bali yang kedua kali berarti dari segi security kita kebobolan. Itu saja sudah cukup dipakai untuk menjatuhkan kita, terutama oleh lawan-lawan bisnis kita. Bali sebagai daerah tujuan pariwisata tidak berdiri sendiri, dan mempunyai pesaing-pesaing yang sangat luar biasa bahkan sampai licik. Sehingga disanalah kita harus membangun yang namanya confidence, membangun kepercayaan pihak luar tatkala kita dalam keadaan terpuruk seperti itu kita harus mempunyai cara bagaimana meyakinkan orang supaya percaya ini kan namanya perang psikologis pinter2an membuat strategi, tidak sederhana. Satu kita harus dapat menjabarkan dengan jelas dalam bidang strategi keamanan apa yang akan dilakukan oleh pemerintah, apa yang telah dilakukan untuk keamanan, ini harus dikomunikasikan dengan baik jd yang saya sampaikan dalam beberapa kesempatan dalam kapasitas saya sebagai Ketua BTB bahwasanya satu adalah tujuan teroris untuk membuat kita semua takut, dan jangan takut karena ketika kita takut para teroris sudah menang dua kali satu sudah ada korban dan yang kedua korban psikologis yaitu rasa takut tersebut. Untuk itu kita bilang sama mereka bahwa kita tidak takut, dan kita akan tetap datang ke Bali kita akan lawan terorisme bersama-sama, semangat itu yang saya bangkitkan pengertian itu

Yang nomer dua, dimana sih di dunia ini yang orang berani menjamin bahwa disana aman 100% dari bahaya terorisme???tidak ada.....

Yang nomer tiga, kita adalah korban dan teroris itu sendiri bukan orang bali jadi kalau kalian ikut menghukum kita dengan tidak datang ke Bali berarti kalian menghukum Bali dua kali. Sudah kita kena bom, bahkan kalian tidak datang ke Bali pula sebagai tourist dimana rasa kemanusiaan kalian, solidaritas kalian di dalam kita memerangi terorisme.

No 4, sudah merupakan komitmen pemerintah yang diucapkan langsung oleh presiden di dpn begitu banyak wartawan pada tanggal 2 oktober 2005 terrorism is an extraordinary crime / kejahatan luar biasa yang melumpuhkan sendi2 kehidupan persatuan bangsa, merusak nasionalisme dan teritori bangsa, menghancurkan perekonomian dan peradaban sehingga dia terkutuk dan dimusuhi oleh seluruh bangsa, oleh karenanya masalah terorisme tidak lagi merupakan masalah oleh pihak keamanan dalam hal ini kepolisisian tetapi seluruh masyarakat Indonesia termasuk TNI sehingga sistem Intelijen yang semula berpusat di Mabes Polri menjadi di mabes TNI ini sangat menjanjikan karena jumlah pasukan termasuk intelijen bertambah luar biasa, dan kita tahu intelijen TNI itu cukup rapi.

>Apakah Pemerintah Daerah Bali maupun pihak pariwisata menginformasikan mengenai krisis yang terjadi di Bali pada pihak media???

\*Tidak menginformasikan bahwa terjadi krisis karena mereka sudah tahu, tetapi menginformasikan bagaimana kita menghandle persoalan krisis tersebut, apa yang kita lakukan, kita mengajak mereka untuk tidak takut perang terorisme tersebut dengan memerangi rasa takut. Kalau kita ingin memerangi terorisme antara lain perang rasa takut kita. Itulah bentuk solidaritas kita sebagai manusia yang beradab melawan manusia yang biadab. Nah sesudah itu yang paling penting adalah disadari bahwasanya kalau krisis pariwisata Bali ini berkepanjangan, ini akan menjadi krisis nasional karena sumber pendapatan negara yang berasal dari sektor pariwisata yang jumlahnya sekitar 5,5 milyar US dollar pertahun setengah dari itu berasal dari industri pariwisata Bali. Atau sekitar 2,5 milyar Us dollar atau hampir setara dengan 25 triliyun pertahun dan jumlah itu sangat signifikan dalam membantu Indonesia dalam pembangunan sehingga negara dalam hal ini pemerintah pusat merasa berkepentingan untuk secepatnya mengeluarkan industri pariwisata Bali dari krisis.

>media apa yang digunakan untuk mengklarifikasi dan menginformasikan tentang penanganan krisis?

\*Media yang digunakan, sangat luar biasa. Pada tanggal 6 oktober bersama-sama gubernur Bali, Kepala Dinas Pariwisata Bali, dan Ketua Bali Tourism Board, Menteri Budaya dan Pariwisata diundang oleh Menko Perekonomian Aburizal Bakrie untuk duduk bersama membicarakan mengenai program kerja yang kita sebut program penanggulangan dampak Bom Bali II khususnya secara ekonomi. Dan diserahkan dibawah koordinasi menteri Pariwisata dan Kebudayaan, Pemda Propinsi Bali (Disparda propinsi) dan BTB membuat perencanaan program diberi waktu satu minggu untuk menyelesaikan. Oleh Budpar dan propinsi Bali tugas pembuatan program recovery Bali itu diserahkan kepada BTB. Jadi BTB-lah yang menjadi perancang program recovery Bali, nah langkah selanjutnya dalam kurun waktu satu minggu saya bekerja siang dan malam beserta stakeholders merancang program tersebut sehingga muncullah program recovery Bali yang bernilai 67 milyar rupiah selama satu tahun. Karena program itu bagus, diterima dan diadopsi 99 % content dan pendanaannya. Dana disalurkan lewat Budpar, budpar yang menjadi penanggung jawab pelaksanaan program pihak BTB ikut mengawasi.

>berarti, pelaksanaan koordinasinya bagaimana pak?

\*Pelaksanaan sesuai dengan keppres no. 8 tahun 2006 tentang tatacara pengelolaan dana-dana APBN itu diserahkan kepada leading sektornya masing-masing dalam hal ini adalah Depbudpar. Depbudpar yang mempertanggung jawabkan penggunaan dananya, oleh karena itu mereka yang melaksanakan semua tatacara itu termasuk proses pelelangan secara terbuka sesuai dengan mekanisme pemanfaatan dana APBN.

>apa ada bukti riil dari basic design untuk security penanggulangan teroris untuk kedepannya?

\*Pada waktu itu program penanggulangan dampak bom Bali II dipecah jadi 3 yaitu:

- 1.dampak ekonomi –BTB yang buat program
- 2.dampak keamanan – pihak kepolisian yang buat dibawah koordinasi direktur operasi POLRI , bersama-sama bea cukai, imigrasi, dinas perhubungan
- 3.memantau – koordinasi deputi menteri EKUIN

\*lebih jauh ttg keamanan, tanyakan langsung pada kepolisian

>berarti untuk menangani krisis itu, dibentuk suatu team khusus tersendiri???

\*iya...

\*Tim krisis>Tim dibawah menteri Ekuin, daerah di bawah gubernur ditunjuk kepala harian ketua disparda dan kepala pelaksana ketua BTB .....

>itu ada SK nya ya pak untuk penunjukkan??

\*ada..., baik dari SK menko EKUIN maupun SK Gubernur.

>belajar dari bom bali 2002, ada tidak perencanaan krisis untuk kedepannya, untuk mengantisipasinya?

\*Tidak ada CMP.....krisis center itu sudah sangat dipentingkan didalam segala lini bentuk persiapan dini untuk mengantisipasi hal-hal yang kemungkinan nya bisa terjadi di negeri ini misal tsunami, gempa bumi, teroris, flu burung dll. Caranya adalah harus ada semacam badan koordinasi penanggulangan krisis. Didaerah juga harus ada yang cukup mobile, terlatih, credible, professional, cepat. Krn yang saya khawatirkan adalah seperti program recovery proses sampai dengan turunnya dana membutuhkan waktu 5 bulan, itu meyebabkan opportunity lost yang sangat tinggi....



>berarti penanganan krisis kmrn bisa dibilang terlambat dong pak?? Kan dananya baru keluar setelah.....

\*artinya, klo dilihat dari segi turunnya dana APBN untuk penanganan krisis itu terlambat... kami dari kalangan industri pariwisata dan PEMDA tidak terlambat.. Karena pada tanggal 1 oktober sesudah terjadi bom sudah mulai melakukan rapat di lapangan antara wakil gubernur dan pihak BTB keesokan harinya jam 8 pagi kami sudah rapat di sekretariat BTB untuk membicarakan pembentukan tim taskforce kita pecah: pertama yang khusus menangani korban dan keluarganya di RS, disana dibutuhkan komunikasi dalam beberapa bahasa. Mensuplay kebutuhan-kebutuhan mereka yang bisa kita Bantu dalam hal ini karena secara logistik PHRI yang membawahi hotel dan restoran yang kami tugaskan misalnya bawa bantal, minuman, makanan, dll.

Kedua di airport, butuh kendaraan dan plane yang ditugaskan dsana adalah Pawipa dan HPI. ASITA yang bertanggung jawab tentang pers, yaitu media center dan press conference beserta presiden. Pada waktu itu kami meminta presiden untuk hadir, karena dsana ada sekitar 100 wartawan baik cetak maupun elektronik untuk mendapatkan first statement, komentar beliau mengenai bom yang terjadi kemaren. Pada saat itu bapak presiden memberi komentar dengan sangat bagus termasuk kepada CNN. Semenjak itulah kita bekerja siang dan malam, selama seminggu kita membuka media center di Kuta beach Hotel, lalu dipindahkan ke sekretariat BTB. Setiap hari kita memberikan press release mengenai perkembangan situasi terkini pada saat itu. Pak sunarko sebagai humas POLRI sekaligus salah satu spokepersons setiap hari berada di media center dan memberikan press release. Serta Bapak bagus sudibya mewakili industri pariwisata kapasitasnya sebagai ketua BTB, karena tidak mudah memberi penjelasan. Wartawan dapat bertanya macam-macam, kita terjebak dan tidak cukup smart bisa malah menimbulkan berita-berita yang dapat menjadi bumerang karena krisis yang terjadi di Bali dapat dijadikan komoditas bagi media. Sehingga statement yang diberikan akan memberi pengaruh terhadap penyelesaian krisis.

>siapa sasaran dari program recovery???

\*Strategi kita adalah confidence atau kepercayaan yang bisa menciptakan dan meniginformasikan itu adalah pers, sasaran pertama adalah pers terutama pers luar negeri dimana para wisatawan itu berasal. Kedua tour operator, lalu travel journalist setelah itu baru publik.

>yang dijadikan tolak ukur terhadap keberhasilan program tersebut apa pak?

\*Tolak ukur keberhasilan itu adalah kenaikan tingkat kunjungan, karena hal itu merupakan tujuan dari program pemulihan.

Tetapi itu saja tidak cukup, kita ingin meningkatkan secara kualitatif dan long of stay....dan kebutuhan itu sangat besar. Masih ada 3 tahapan program sebenarnya yg ada:

Recovery> sudah dilaksanakan

1.Stabilisasi >mengembalikan income terbaik

2.Expands>menambah jml uang dan kunjungan

3.Sustainability>menstabilisasikan, disana kita akan berteori ttg carrying capacities, supply & demand, segmen pasar, quality tourism, tourism for the Balinese, jadi hak-hak dasar rakyat masyarakat Bali mulai kita perjuangkan dengan serius.

>untuk evaluasi dari program itu bagaimana pak??jangka waktunya mungkin brp bulan sekali??

\*Evaluasi >tiap bulan dengan membandingkan secara lurus tingkat kunjungan perbulan dibandingkan dengan bulan yang sama pada tahun sebelumnya. efek trickling down efek seperti daya beli, investasi dll juga dapat mulai difokuskan...

>krisis kemarin kan termasuk krisis citra... sebelum terjadinya bom, citra pariwisata yang terbentuk di mata public seperti apa??

\*citra pariwisata Bali mengalami degradasi dari tahun ke tahun, disini tidak ada suatu synergy yang konkrit kemauan antara masyarakat, pemerintah, stakeholders tentang sebenarnya pengetahuan dasar tentang pariwisata seperti apa dan mau apa sehingga kita harus berbuat apa dengan pariwisata...citra krn memang membuat citra itu kan tidak cukup hanya dengan ucapan, citra itu adalah sesuatu yang dilihat, dirasakan, mereka experience, expectasi yang terpenuhi, kepuasan. Apakah kita sudah berusaha berbuat sesuatu demi suatu citra yang baik. Kalau iya apa yang telah kita lakukan?kalau belum mengapa??apakah pariwisata tidak memberikan dampak ekonomi yang positif??tidak ada program yang konkrit mengenai pencitraan. Bahkan karena pemberitaan yang negatif tentang pariwisata terkadang masyarakat menjadi antipati terhadap pariwisata. Mereka belum memahami arti penting pariwisata bagi Bali dan masyarakat Bali. Masyarakat dididik dengan informasi yang keliru seolah-olah kita tidak perlu pariwisata, setelah bom meledak lobster, sayuran tidak laku baru merasakan bahwa pariwisata menjadi bagian penting bagi kehidupan masyarakat Bali.

>ooo iya pak... program yang termasuk dalam program recovery apa saja??

\*Program recovery yang pertama bagaimana kita mencitrakan tentang keamanan, menciptakan rasa aman tidak ada sesuatu yang signifikan yang terjadi di Bali karena bom dapat terjadi di belahan dunia manapun. Rasa aman yang terkoyak, building confidence yang menciptakan rasa aman.

Mengundang para jurnalis ke Bali untuk melihat, bahwa bali tidak apa2 dan segala aktivitas di Bali masih berjalan seperti biasa dan tetap seperti sediakala.

Membangun empati, ini penting bahwasanya "ur is the same like us" kita ini korban senasib sepenanggungan jadi mari kita tunjukan pada para teroris bahwa kita tidak takut.

Selanjutnya wujudkanlah hal tersebut dalam tulisan anda, ceritakan sesuai dengan persepsi anda mengenai yang terjadi di Bali saat ini. Ini menciptakan akan menimbulkan publik opini, setelah itu kita datangkan mereka kita undang tour operatornya ksini sesudah mereka yakin. Sehingga ketika tour operator melihat keadaan Bali itu akan menguatkan opini yang mereka lihat di media massa. Maka mereka akan menjual destinasi Bali kepada publiknya. Setelah publiknya datang, kita suguhkan mereka dengan program kehidupan Bali yang seperti biasa, kita adakan cak kolosal di tabanan, festival nusa dua, kuta carnival, megibung di karangasem dan sebagainya. Sehingga mereka mendapat kesan bahwa Bali tetap aman sentosa seperti sedia kala. Ini memberikan dampak yang sangat positif, terhadap pemulihan Bali.

>hmm..fungsikatif dari program recovery Bali terhadap pariwisata Bali saat ini sudah tepat pak?tingkat kunjungannya??

\*yang sudah saya bilang tadi, 3 bulan berturut-turut peningkatannya itu diatas 50%, itu sangat sulit dalam sejarah pariwisata Bali dalam situasi normal, itu sangat luar biasa..

>dengan peningkatan kunjungan itu, apakah itu berarti bahwa citra Bali pasca bom sudah pulih?

\*Masih dalam proses penyembuhan, belum bisa dikatakan citra tersebut pulih masih harus melewati proses yang panjang.....

>berapa lama target untuk memulihkan pariwisata Bali ini pak?

\*saya yakin, tahun ini sudah diatas daripada pulih jumlah kunjungan dari wisatawan, belum cukup klo belum masyarakat banyak yang merasakan, semakin banyak rakyat merasa tergantung dan mereka ikut menjaga.. maka pada saatnya nanti dari segi keamanan kita ingin ada 6,4 juta mata dan telinga mengawasi Bali, yaitu rakyat Bali itu sendiri, dia itulah garda terdepan pengaman Bali dari bahaya terorisme itu.

Nah klo seluruh rakyat Bali bersatu padu mengamankan Bali, itu namanya paripurna...kenapa?? Karena pada waktu itu seluruh rakyat Bali merasakan betapa pariwisata itu penting.

>jadi intinya yang perlu dibangun adalah self confidentnya ya pak??

\*rasa memilikinya.....sense of belonging dari masyarakat Bali terhadap pariwisata....ketergantungan emosional tidak bisa dibuat-buat.. dia akan tercipta dari suatu proses yang konkret.

>klo awareness sudah ada blum pak saat ini?

\*awareness kita malah semakin luntur, karena tingkat ketergantungannya semakin kecil..ini kan terjadi kesalahkaprahan dari kita semua, dari mulai pemimpin kita, dari mulai mass media, membuat rakyat itu apriori dan antipati terhadap pariwisata, sedangkan katakanlah tatkala kita dengan gagah memilah bahwasannya kita tidak butuh pariwisata, sudahkah kita buktikan 2 kali pariwisata itu konyol..artinya sudah hancur.. kan ekonomi Bali hancur tidak ada yang mampu menjadi dewa penyelamat memperbaiki ekonomi..

Artinya tetap kita harus akui dengan segala kerendahan hati pariwisata kita butuhkan, untuk itulah kita harus didik rakyat kita..

>terkait dengan pemberitaan media massa dalam upaya pemulihan, apakah media malah menikam atau membantu untuk pemulihan??

\*maaf ya..pemahaman sementara temen-temen pers tentang pariwisata itu belum utuh, belum mendalam sehingga persepsi berdasarkan kemampuan daya nalar dan analisa..

>kalau media massa luar dampaknya gimana pak?

\*kalau media massa luar, seleksi awalnya luar biasa ketat... if you not professional you better don't do the thing....

>anggaran untuk program recovery Bali berapa pak?

\*itu yang tadi 67 miliar...

>semua turun pak???

\*semua turun.. artinya turun kepada masing-masing yang melaksanakan.. kita di BTB tidak ngontrol dana, kita tidak mendapatkan aliran dana dan kita tidak mau. Kita merasa sangat bangga dan senang tatkala program kita diadopsi 100%, berarti kita itu luar biasa.

Jadi singkatnya, tidak ada kemerdekaan yang dihadiahkan dan tidak ada dana yang akan dipersembahkan, semua itu harus diperjuangkan.

Klo anda tidak mau berjuang, tidak akan ada pejabat yang akan dating kepada anda. Untuk melakukan itu, kita harus tau persis kenapa kita boleh dan berhak untuk itu, "why you have the right to get that budget", jdi kita berikan alasannya..

>terkait program recovery kemarin kok tidak bikin branding untuk pariwisata Bali?

\*begini.. tadinya kita berpikir untuk melanjutkan program *tagline* "Bali is my life" untuk dikenal oleh masyarakat, dimengerti, dicintai dan disetujui. Hanya saja orang yang berpikiran picik kadang-kadang hanya karena bukan dari dia maka hal tersebut dianggap jelek. Andaikan itu dari dia, sejelek apapun itu bagus.. berarti kita harus lebih dewasa didalam menilai hal-hal tertentu secara objektif.

Program "Bali is my life" itu besar, didanai oleh pemerintah pusat, bagus kick off nya sangat antusias karena disana merefleksikan kehidupan masyarakat Bali. Bali by the Balinese, for the Balinese. Ada artist nya, ada penarinya, ada petani nya, semuanya that is the Balinese life..

>bagaimana filosofis dari tag line itu sendiri pak?

\*Bali is my life...jadi untuk meng-encourage people that Bali and the Balinese people its so dynamic...which can encourage people if they come to Bali n just visit us already willing to claim them self "Bali is My Life".Karena dia suka filosofinya, karena dia suka alamnya,karena dia suka orang-orangnya...dia suka culture nya...Bali is my life..jadi apapun yang terjadi terhadap Bali karena rasa memiliki maka wisatawan akan tetap dating ke Bali...



## Transkrip Hasil Wawancara dengan Narasumber 2

- > Selamat pagi pak cok....saya akan melakukan wawancara seputar program recovery Bali pasca bom 2005...
  - ooo....iya saya akan membantu semaksimal saya bisa....
- pertama menurut bapak apakah peristiwa bom 2005 tersebut merupakan sebuah krisis dalam industri pariwisata Bali??
  - Tentu saja peristiwa tersebut merupakan sebuah krisis....jelas sekali dampak yang diakibatkan oleh peristiwa tersebut menimbulkan kerugian yang sangat besar baik secara materiil, korban jiwa dan psikologis....
- Menurut bapak pengertian krisis itu sendiri seperti apa??
  - Krisis menurut saya suatu keadaan yang tentu saja tidak dapat kita duga ya terjadinya...lalu berdampak luas...membawa pangaruh yang negatif terhadap destinasi..
- apakah pengaruh krisis akibat bom Bali terhadap Bali???
  - Tentu saja ada ya...pertama peristiwa bom itu kan menyebabkan adanya penurunan tingkat kedatangan wisatawan ke Bali, lalu dampak lanjutannya itu yang lebih besar.
- Seperti apa pak dampak yang ditimbulkan oleh peristiwa tersebut??
  - Penurunan tingkat kunjungan akan membawa pengaruh yang besar terhadap industri baik yang bergerak dalam bidang pariwisata seperti hotel, restoran, dan lain-lain. Penurunan ini juga mempengaruhi setiap sektor di Bali seperti pedagang, nelayan, petani, pengerajin, pelukis dan lain-lain. Kan pariwisata merupakan salah satu sektor utama di Bali, yang memberi pengaruh luas terhadap berbagai sektor kehidupan di Bali. Jadi ketika pariwisata Bali mengalami krisis maka sektor-sektor lain pun ikut merasakan imbasnya atau disebut *trickling down effect*.
- Dampaknya sangat besar ya pak??lalu kira-kira bagaimana kerugian yang dialami Bali sehubungan dengan peristiwa tersebut??
  - Kerugian yang diakibatkan oleh krisis ini tentunya sangat besar sekali, terutama bagi sektor perekonomian Bali yang merupakan urat syaraf dari sektor-sektor yang lain. Dimana pada beberapa bulan setelah terjadinya bom rata-rata terjadi penurunan 2000 kunjungan perhari. Daya beli rata-rata wisatawan setiap kunjungan mencapai 1000 US dolar perhari sehingga pariwisata Bali mengalami *opportunity lost* rata-rata 2.000.000 US dolar perhari atau sekitar 60.000.000 US dolar atau sekitar 6,8 triliyun rupiah perbulan. Ditambah lagi pada saat itu kalangan pariwisata Bali baru saja bangkit dari keterpurukan setelah terjadinya tragedi bom pada tahun 2002. Keterpurukan akibat bom 2005 dirasakan lebih hebat, karena ketika keterpurukan akibat bom 2002 belum sepenuhnya pulih terjadi lagi bom yang kedua pada tahun 2005.
- Berarti krisis tersebut menyebabkan dampak dan kerugian yang sangat besar bagi Bali dan industri pariwisata Bali, lalu apakah ada penanganan khusus yang dilakukan oleh industri pariwisata Bali??
  - Tentu saja krisis yang terjadi pasca peristiwa bom Bali 2005, tersebut harus mendapatkan penanganan yang baik, untuk menghindari dampak yang lebih besar dari peristiwa yang terjadi.

- lalu bagaimana bentuk penanganan yang dilakukan untuk mengurangi atau bahkan membatasi dampak lanjutan dari peristiwa tersebut???
- Karena dampak dan kerugian yang ditimbulkan sangat besar, oo iya dampak krisis ini bukan hanya di Bali saja loh...Tapi di seluruh dunia...kan korbannya tidak hanya warga Bali saja tapi juga warga asing yang saat itu sedang berada di Bali...Sehingga dalam penanganannya tidak dapat hanya dilakukan dengan memberikan bantuan kepada korban jiwa, dengan memperbaiki bangunan yang rusak...tetapi diperlukan suatu strategi yang akan dituangkan dalam beberapa langkah-langkah penanganan krisis.
- apakah ada manajemen krisis dalam penanganan tersebut???
- Ooo tentu saja harus ada manajemen dalam penanganan krisis ini...krisis yang terjadi disini bukan merupakan kejadian atau hal yang sepele...tapi hal ini menimbulkan dampak yang sangat luas jadi tentu saja diperlukan suatu bentuk penanganan yang serius...yang terstruktur...
- apakah ada suatu manajemen yang jelas mengenai penanganan krisis disini???
- Maksudnya bagaimana???,bisa diperjelas pertanyaannya??
- Maksud saya apakah ada suatu panduan penanganan krisis yang dibuat dalam penanganan krisis??
- Kami melakukan penanganan krisis disini, kami berpedoman kepada *guidelines* WTO...jadi begini pasca bom Bali 2002, WTO mengadakan suatu konferensi yang khusus membahas mengenai krisis yang terjadi dalam dunia pariwisata. Dunia pariwisata dirasa sangat riskan untuk terkena krisis. Pariwisata itu kan dipengaruhi oleh berbagai faktor di luar pariwisata jadi ketika ada gangguan di salah satu sektor akan berpengaruh pada pariwisata. Contohnya ya, waktu terjadi wabah flu burung itu kan merupakan isu di bidang kesehatan. Tetapi itu juga ikut mempengaruhi pariwisata. Wisatawan jadi takut datang kan begitu....pariwisata kan kena imbas nya juga....Karena pertimbangan itu makanya WTO sebagai organisasi pariwisata dunia melalui konferensi itu menetapkan mengenai WTO *guidelines* untuk krisis. Jadi itu dapat dijadikan eeee...seperti pedoman bagi industri pariwisata apabila mengalami krisis....
- Jadi Bali tidak punya pedoman krisis secara khusus???
- Kami tidak punya...kami menyusun program-program pun berdasarkan WTO *guidelines* tersebut jadi disitu dituangkan apa saja yang harus dilakukan...hal-hal apa saja yang harus diperhatikan...kan pariwisata berbeda dengan sektor yang lain, makanya hal-hal yang harus diperhatikan pun berbeda kan seperti itu.... Tapi harus tetap disesuaikan juga dengan keadaan pariwisata Bali sendiri...
- manajemen krisis itu seperti apa menurut pandangan bapak???
- Manajemen itu terkait dengan strategi yah itu merupakan suatu strategi dalam penanganan krisis yang bertujuan untuk mengembalikan kepercayaan wisatawan dan pasar pariwisata internasional, dan untuk mengurangi dampak negatif suatu krisis terhadap suatu destinasi. Kan destinasi pariwisata itu sangat tergantung terhadap

### Hasil interview dengan Narasumber 3

>Selamat pagi bapak.....

“Selamat pagi”

>Faktor- faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penurunan tingkat kunjungan wisatawan ke Bali??

\*“Industri pariwisata sangat terpengaruh pada berbagai isu yang populer di dunia. Sebagai salah satu sektor yang bergerak pada bidang jasa, isu-isu yang ada memiliki pengaruh besar terhadap keyakinan konsumen yaitu wisatawan terutama dalam kaitannya dengan motivasi perjalanan pada suatu destinasi. Kondisi lingkungan sosial, politik dan keamanan yang relatif tidak optimal juga sangat berpengaruh. Penciptaan suasana yang kondusif dan aman akan memberikan banyak keuntungan bagi Bali, seperti meningkatnya citra Bali sebagai suatu destinasi wisata baik bagi lingkungan domestik maupun internasional”.

>Bagaimana perkembangan tingkat kunjungan wisatawan ke Bali pasca bom 2005??

\*Mengawali tahun 2006 sebagai dampak tragedi 1 Oktober 2005 sepanjang Januari sampai dengan September 2006 pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara yang langsung datang ke Bali secara kontinyu mengalami penurunan dibandingkan dengan bulan yang sama tahun sebelumnya, namun demikian dengan berbagai upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah propinsi Bali beserta DisparDA, BTB dan pelaku pariwisata Bali, akhirnya memperlihatkan hasil yang cukup menjanjikan dengan peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara di triwulan terakhir tahun 2006 sebesar 59% (triwulan IV 2005 : 219.691 orang, triwulan IV 2006 : 349.321 orang), hal ini belum cukup memuaskan oleh karena peningkatan ini notabene merupakan bulan-bulan lesu akibat tragedi 1 Oktober 2005. Secara akumulatif jumlah kunjungan tahun 2006 mengalami penurunan yakni sebesar -9,10% dibandingkan tahun sebelumnya (tahun 2005 : 1.386.449 orang, tahun 2006 : 1.260.317 orang).

>Bagaimana dampak bom Bali II terhadap Bali?

Tingginya efek multiganda dari pendapatan sektor pariwisata sangat banyak memberikan kontribusi dan dampak berantai terhadap berbagai jalur pendapatan daerah Bali apalagi setelah terjadinya bom Bali 1 Oktober 2005, sehingga memerlukan waktu yang cukup lama untuk pemulihannya. Kondisi ini memerlukan *rethinking* dalam berbagai pijakan pengembangan, terobosan-terobosan baru sangat diperlukan sebagai salah satu langkah untuk mengangkat citra pariwisata Bali.

>Langkah-langkah apa saja yang dilakukan dalam pemulihan pariwisata Bali pasca peristiwa Bom Bali 2005???

\*\_Di satu sisi pariwisata sebagai industri yang sedang berada dalam lingkungan dunia persaingan yang kompetitif memerlukan inovasi dan strategi bersaing dalam mendefinisikan kembali posisi produk dan pasar pariwisata Bali. Berbagai langkah antisipatif dan strategi telah dilakukan oleh Pemerintah Propinsi Bali dan *Stakeholder* pariwisata Bali untuk melakukan pemulihan khususnya dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Bali setelah lesunya kembali pariwisata Bali akibat tragedi bom tanggal 1 Oktober 2005 Sasaran promosi dalam jangka pendek sebagian besar masih diarahkan ke Negara-negara pasar utama kawasan Asia-Oceania seperti Malaysia, Jepang dan Australia sebagai langkah awal menjaga kelanjutan dan kelangsungan pasar utama yang telah berkontribusi besar terhadap kepariwisataan Bali. Dengan menjamin kepuasan wisatawan dari pasar-pasar utama diharapkan bahwa kontribusi yang diberikan oleh pasar utama akan semakin meningkat terhadap Bali yang ditandai dengan meningkatnya

jumlah kunjungan, pembelanjaan serta lama tinggal dari wisatawan. Penggarapan pasar Asia –Oceania dilakukan untuk tujuan diversifikasi pasar. Diversifikasi ini penting dilakukan untuk menghindari ketergantungan pada pasar konvensional Amerika – Eropa yang rentan terhadap berbagai gangguan. Selain kawasan Asia-Oceania, kawasan Eropa yang merupakan pasar konvensional bagi Bali tetap menjadi sasaran promosi. Walaupun jaraknya cukup jauh upaya promosi tetap diperlukan karena Negara di kawasan Eropa merupakan Negara yang telah maju, yang perekonomiannya telah mapan sehingga kemungkinan bagi warga negaranya untuk melakukan perjalanan wisata lebih besar.

Beberapa even di Eropa yang secara rutin diikuti seperti *World Tourism Market (WTM) London* dan *Internationale Tourismus Borse (ITB) Berlin*, merupakan even pariwisata internasional yang sangat potensial untuk diikuti disamping karena kawasan Eropa merupakan kawasan yang terdiri dari beberapa Negara yang berdekatan sehingga besar kemungkinan even pariwisata tersebut dikunjungi oleh Negara-negara tetangga serta Negara-negara lain di dunia.

Disamping promosi ke beberapa Negara pasar diatas promosi juga perlu dilakukan ke Negara yang sedang berkembang yang merupakan pasar baru seperti China dan India untuk dapat menarik lebih banyak lagi kunjungan wisatawan langsung ke Bali khususnya pasca bom 2005. *Emerging market* ini merupakan pasar baru yang mulai berkembang. Pasar ini termasuk pasar yang rentan terhadap isu-isu keamanan sehingga tingkat kunjungannya masih berfluktuasi. Namun demikian pasar ini sepertinya sangat menjanjikan untuk peningkatan jumlah kunjungan warganegaranya ke Bali disamping dengan demografi jumlah penduduk yang cukup besar, juga melihat perkembangan perekonomian di Negara-negara tersebut yang semakin membaik. Wisatawan asal India tergolong pasar yang sangat potensial disamping dengan jumlah penduduk yang sangat besar, mayoritas warga negaranya yang bepergian keluar negeri adalah untuk tujuan bisnis yaitu mempunyai kegemaran berbelanja berbagai barang untuk dijual kembali di negaranya. Kemiripan budaya dengan Bali (Destinasi Hindu) merupakan hal yang perlu pula mendapatkan perhatian. Semua hal tersebut dilakukan dengan tujuan utama memposisikan kembali (*repositioning*) pencitraan pariwisata Bali di mata dunia Internasional.



pasar....dan pariwisata merupakan industri jasa yang terkait dengan kepercayaan...ditambah lagi publiknya kan ga terbatas hanya di dalam negeri saja tapi mendunia....bahkan aktivitasnya lebih besar terkait dengan dunia internasional...



#### Hasil transkrip wawancara dengan Narasumber 4

>apakah tujuan dari program *recovery* Bali?

\*tujuan BR untuk pemulihan citra pariwisata Bali/nasional krn turis tdk datang bukan krn produknya jelek, tapi citra nya menurun (keamanan dsb)

>seperti apa konsep Bali *recovery*?

\*Jadi, program bergerak ke pemulihan citra, meliputi pembentukan media centre, fam trip (undang orang asing datang utk buktikan Bali aman dsb), road show (perjalanan ke LN para usaha pariwisata utk transaksi dsb) dan mengadakan event/atraksi untuk undang orang datang.

>Bagaimana Peran Depbudpar dala Bali *Recovery*?

\*Program diusulkan oleh daerah (industri pariwisata dan Pemda) jadi bersifat bottom up. Depbudpar memperkaya utk kepentingan nasional

>Pihak mana saja yang terlibat dalam Bali *recovery*?

\*Tim pusat: menko perekonomian, depkeu, depbudpar dan di daerah diparda Bali dan BTB (bali tourism board: asosiasi pelaku usaha pariwisata bali)

>Apa target dari Bali *recovery*?

\*target adalah memulihkan citra dan kunjungan turis, dan ini berhasil krn utk citra bali terpilih lagi sbg *world's best island, favourite holiday destination* dan kunjungan wisman naik bagus dibanding saat bom 2002

>bagaimana pengelolaan terhadap dana *recovery*??

\*dana *recovery* Bali yang diambil dari APBN sebesar Rp 67 milyar yang bertujuan untuk pemulihan pariwisata di Bali, pasca peledakan bom Bali 2005 ini, selama tahun 2006 sudah terserap untuk 162 kegiatan di dalam negeri maupun luar negeri. Program kegiatan di luar negeri misalnya, road show ke Vietnam, Indonesia Night di Hongkong, Australia, Iran, kawasan Asean juga ikut berbagai travel mart di ITB Berlin. Untuk dalam negeri digelar berbagai festival di Bali, mendatangkan tour operator asing serta wartawan asing untuk melihat Bali.

\*Semua program kegiatan *Recovery* Bali itu merupakan masukan dan usulan dari Dinas Pariwisata Propinsi Bali serta Bali Tourism Board (BTB). Tugas kami di pusat mengajukan anggaran ke Ditjen Anggaran Depkeu, agar program itu sukses dan berhasil. Setelah disetujui, pelaksanaan program harus melalui pihak ketiga dan pembayarannya setelah event usai digelar," jelasnya.

\*Ditegaskan, semua program *Recovery* Bali yang digelar harus ada pertanggungjawabannya. Bahkan untuk menepis berbagai ketidakpuasan yang muncul di daerah, Depbudpar bahkan mengundang berbagai pihak untuk mendapat penjelasan secara resmi tentang seluk beluk pengeluaran dana *recovery* Bali itu.

## Transkrip Hasil Wawancara dengan Narasumber 5

>apa yang dimaksudkan dengan “quick research tactic” dan “hard decisions about promotion” pada WTO guidelines during crisis dalam power point laporan recovery Bali terhadap panitia pusat??

\*Survey cepat untuk melihat persoalan dan peluang yang ada termasuk kemampuan yang dimiliki, ini yang dipakai pedoman untuk menetapkan strategi promosi jangka pendek, menengah dan panjang – karena pemulihan situasi krisis dalam industri pariwisata perlu waktu relatif panjang dan harus berkelanjutan. KARENANYA STRATEGI JANGKA PENDEK, MENENGAH DAN PANJANG ITU HARUS BERKAITAN, BERKESINAMBUNGAN DAN TERPADU.

>dalam “ensuring security “ dan “security for future” apa saja yang dilakukan bu??

\*HAL keamanan – dibuatkan standar operation procedure (SOP) – program ini ada di POLRI

>riset apa saja yang dilakukan terkait dengan pengelolaan krisis pasca bom 2005??

\*BTB tidak melakukan riset apapun, yangmelakukan riset adalah bagian analisis pasar dinas pariwisata Bali, mengenai dampak-dampak dari peristiwa itu misalnya tingkat kedatangan, tingkat hunian hotel, dll.

Lalu riset mengenai jumlah korban dan penyebab kejadian itu dilakukan sama pihak kepolisian.

>saya sempat mendengar ada “black campaign” dalam beberapa millis mengenai pariwisata Bali, bukankah itu akan merusak citra yang selama ini telah terbentuk???

\*Salah lain dari ketidak pahaman pilar- pilar pariwisata tentang komunikasi ya itu di hantam black-campaign melalui dunia maya, karena pesaing kepariwisataan indonesia tahu betul kelemahan Indonesia. Tidak memanfaatkan teknologi untuk kesejahteraan rakyatnya. Sampai saat ini aku an Team kerja ku belum menemukan web- site kepariwisataan Indonesia yang layak direkomendasi sebagai acuan bagi pasar dan menghadapi persaingan global.

>mengenai citra pariwisata Bali, bagaimana citra yang terbentuk sebelum dan sesudah bom terjadi dan bagaimana citra tersebut dapat diukur?

\*Yang bisa kita lihat tahun 2007, Bali sebagai destinasi masih menduduki posisi terfavorit – dari dua media conde nast dan smarttravel and leisure, 2006 ada 4 penghargaan dan ada produk—industri yang dapat. Tidak pernah ada penelitian khusus untuk mengukur citra secara spesifik.

>apakah program recovery cukup berperan dalam memperbaiki citra pariwisata Bali yang menurun pasca bom 2005??seperti apa perbaikan yang nampak???

\*Ya, bukti kunjungan yang naik rata-rata diatas 40% dibanding tahun 2005,2006 per bulan lo, bahkan dengan tahun 2004 pasca recovery prog bom 2002. Bisa kamu bandingin juga recovery 2003 dengan recovery 2006, penurunannya berapa persen, kenaikan recovery 2002 di tahun 2004 dengan kenaikan di tahun 2007, bukti lain Bali sebagai destinasi tetap favorite – produk yang perlu kita pertanyakan.

>Mengenai beberapa SK yang dikeluarkan terkait dengan krisis pasca Bom, apa peran penting dikeluarkannya SK tersebut dalam proses pengelolaan krisis pasca Bom 2005??

\*SK itu jadi landasan hukum kita berbuat, melaksanakan program yang kita ajukan. Kita disini – pemda dan btb –, kenyatannya pejabat- pejabat itu kan tidak satya wacana, tidak komit dengan fungsi tugasnya.

>bagaimanakah proses pemilihan tim penanganan krisis??berdasarkan alasan apa terpilihnya orang2 yang duduk dalam tim tersebut???

\*Pejabatnya ya sesuai fungsional mereka, yang dari industri sesuai kapasitas di industri. Karenanya orang media, humas ditaruh di publikasi dan komunikasi.

>apakah alasan diadakannya program2 dalam program recovery Bali seperti contohnya outbond dan inbound program???

\*Prinsipnya program recovery itu adalah pr-ing memperbaiki citra bali/indonesia yang buruk akibat bom. – ini menurut aku ya sebagai orang media – Untuk out bound – bisa berupa roadshow atau ikut travel mart, di situ – IDEALNYA – setiap delegasi dari indonesia yang dibiayai dana recovery menjadi PR- nya Bali. Datang ke pasar- pasar potensial kita, tunjukkan dan ngomong bahwa kita hadir sowan dan berceritera apa yang kita lakukan untuk meningkatkan kekuatan Bali menghadapi krisis kepercayaan dunia karena tidak aman – bukti bom meledak 2 kali— Pilihan kunjungan berdasarkan pasar tradisional kepariwisataan bali/indonesia, pasar potensial dan beberapa pasar baru. Kalau travel mart ini kan hanya mendompleng program reguler.

- inbound, dengan mendatangkan kelompok strategis – travel agent, media, diplomat – dari pasar- pasar tadi. Semua dibiayai dana recovery tentu industri memberi harga khusus.

\*In bound dan out bound nggak ngaruh kalau MC nggak berkoar- koar juga mereka yang berangkat tidak komunikatif dilapangan. release kita – bali/indonesia AKAN datang roadshow atau ikut travel mart di booth no berapa.

>bagaimana proses perumusan program tersebut???

\*Menetapkan inbound dan out bound ini relatif mudah, bisa dilakukan dengan quick reseach dari data yang di miliki MC.

Recovery ini menjadi mubazir, karena tidak disiapkan program lanjutan jangka menengah dan panjang. Buktinya, tahun 2007 tidak ada kegiatan apa-apa khan?

\*Idealnya – disini sudah masuk, material apa yang harus dibawa sesuai pasarnya, waktu pelaksanaan. Termasuk industri yang dilibatkan sesuai pasar yang dihandle.

>siapa ketua PAWIBA dan HPI tahun 2005??

Ketua PAWIBA – Bagus Suidana

Ketua HPI – Wayan Sukadana

>siapa yang bertanggung jawab pada media center pada saat terjadinya bom??(sebelum tim recovery dibentuk??) dan mengapa pihak ASITA yang ditunjuk untuk bertanggung jawab terhadap media center pada saat itu?

\*H+1 – dihandle langsung Budpar dibawah Sekjen Budpar – Sapta Nirwandar – EO nya Indo Pacific –

\*PERMINTAAN BANTUAN ke redaksi PIKNIK – Tabloid milik Asita – selanjutnya lewat SK Gubernur – ada Pokja Publikasi dan Komunikasi – Media koordinator BTB juga anggota pokja tersebut yang kemudian efektif melaksanakan fungsi tugas media centre – Tentu ini ada team nya – karena di MC harus ada PR, media coordinator, stringer, IT, fotografer – fungsi tugas media centre.

>pada saat terjadinya bom media center bertempat di hotel kuta Beach, kenapa dipilih hotel tersebut dan di ruangan apa tepatnya media center bertempat???

\*PALING STRATEGIS, kan ini milik BUMN – penggunaan dan urusan admin-nya mengikuti aturan negara – hotelnya Inna Kuta ya, di wantilan Room. MC yang hanya satu minggu menghabiskan budget lebih dari Rp 500 juta – setengah milyar lo--

>pada saat terjadinya bom beberapa negara memberlakukan travel warning terhadap Bali, negara mana sajakah itu?

\*AMERIKA, ausie bukan travel bann seperti bom I

>pada tanggal 2 oktober diadakan konferensi pers dengan bapak presiden RI selaku spokesperson, apa tujuan dipilih nya presiden??dimana konferensi pers tersebut diadakan??adakah naskah dari konferensi pers tersebut??

\*KEWAJIBAN NEGARA, di MC naskah konferensi press? Dalam situasi krisis tidak ada yang namanya naskah atau release, hanya data basic dan semua komunikasi spontan. KARENA ITU DIPERLUKAN STRATEGI PELIPUTAN SITUASI KRISIS – bagi jurnalist yang benar- benar jurnalis bukan PEWARTA.

>siapa saja pokja media center??pada tanggal 7 oktober tim media center bertemu tim Jata(apa??), apa tujuannya??

\*Bukan Team MC – JATA ketemu BTB selaku pelaksana recovery, disparda Bali mewakili Pemda Bali – tujuannya untuk mendapatkan informasi terkini situasi Bali, sebelum mereka memposisikan travel advisory bagi warga jepang yang hendak atau sedang berlibur di Bali.

\*MC sudah berfungsi dari hari kejadian non, setiap apapun yang namanya kegiatan terkait bom Bali harus disiapkan releasenya, paling tidak outline informasi penting dari menit ke menit.

>release mengenai pertemuan dengan wartawan china, saigon, dan vietnam pada tanggal 21 oktober 2005???apakah cukup .....mengapa media center merelease 12 release serta 6 release dari departemen pendamping, mengenai apa sajakah release tersebut??contoh release nya??

\*Releasenya banyak, karena setiap kegiatan ada releasenya – ini dokumen MC –Release dikirim ke

1. editor media – cetak, elektronika, radio dan media on-line – dalam dan luar negeri.
2. KBRI, Konsul, Konjen RI di luar negeri
3. Kedubes, Konsul, Konjen negara sahabat di Indonesia
4. Asosiasi pariwisata, kamar dagang dalam dan luar negeri, nasional, internasional.
5. mailing list kelompok- kelompok strategis.

--- data base team ku--

>seperti apa release rencana semiloka keamanan pada tanggal 7 nov 2005, siapa yang membuat release nya?

\*AKU DAN TEAM EDITORIAL DI MC- terlalu sombong kalau aku katakan semua fungsi, tugas MC aku kerjakan sendiri. Karena aku melibatkan semua teman- teman media yang ada di Bali sebagai stringer ku, yang radio menyiapkan release untuk radio, koran untuk koran yang media on- line untuk media on- line. Aku melibatkan penerjemah karena release atau pointer penting itu harus dibuat dalam dua bahasa – Indonesia sebagai identitas bangsa dan Inggris sebagai bahasa internasional—bahasanya dunia – Setiap release dikirim dengan foto pendukung – disini MC melibatkan semua fotografer termasuk teman- teman dari kantor berita indonesia dan asing – plus seorang desain grafis yang meng make – up foto pelengkap release untuk bisa layak naik cetak atau masuk dalam media on-line. Jangan lupa MC juga melibatkan teman- teman Tv – balivision dan tv nasional – untuk mendapatkan berita dan gambar televisi.

>Mengapa gala dinner Bali Jazz diadakan di kuta(tepatnya dimana??)mengapa disana??mengapa di release ke KBRI??dan konsul dari mana saja??

\*Eo punya acara, recovery kan tidak bisa mendikte, karena bukan pelaksana event. Kan beberapa event memang bukan program recovery, tetapi didukung recovery – persoalan dana aja –Kenapa KBRI? – mereka kan duta- duta informasi kita di luar negeri, mereka yang meyakinkan kolega di negara- negara tersebut bahwa di bali seperti apa dan sedang

bikin apa. Jadi masyarakat dunia tidak perlu MERANCANG BERITA DENGAN WAWANCARA IMAJINER –buktinya tidak ada berita negatifkan 2005- 2006?

>konferensi pers oleh polda Bali pada tanggal 18 nov 2005 bertujuan untuk apa??isinya mengenai apa??dan target apa yang ingin dicapai??

\*Karena kita kena bom – krisis kepercayaan hal ketidak amanan di Bali – yang paling kompeten ngomong keamanan kan memang polisi—akurasi dan kompetensi sumber berita. Target ya meyakinkan dunia Bali tidak hancur lebur, nggak gawat- gawat amat seperti dimedan perang.

>ibu saya baca power point laporan program recovery kepada tim pusat jakarta, disitu ada WTO guidelines yang dijadikan acuan dalam menangani krisis pasca bom 2002. Ada beberapa point disana yang dilaksanakan yaitu “during crisis” dan “following crisis”, bisa ga ibu tolong jelasin secara lbih detail mengenai hal tersebut dalam hubungannya dengan pengelolaan krisis pasca bom 2005?

\*WTO – unwto – sudah memberikan guideline penanganan krisis, apa yang harus, segera dan minimal yang harus dilakukan, strategi selama krisis sampai masa pemulihan sudah diberikan. Bahkan dibiayai bikin workshop.

Ternyata industri di Indonesia kan tidak bisa membreak down secara detail sesuai keadaan Indonesia—Bali--, budaya dan target pasar dengan segera karakteristiknya. —karena kurang informatif dan menggunakan media semua jadi nggak kelihatan – KOMUNIKASI – itu penting

>lalu mengenai bagaimana proses diadakannya rapat koordinasi pemulihan pariwisata hingga dirumuskannya tim koordinasi pemulihan pariwisata Bali? Dan dirumuskannya program recovery Bali itu sendiri??

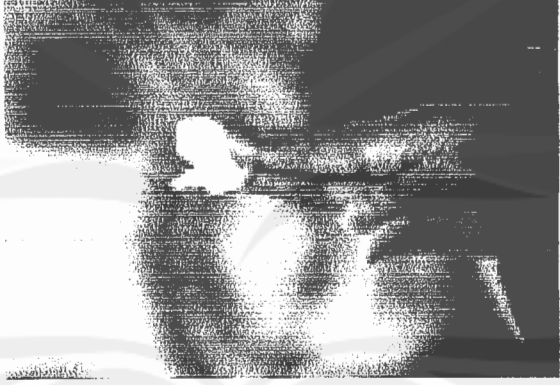
\*Kuncinya ada di Budpar, Menkoekuin dan Menkeu – rapat program pemulihan yang melibatkan POLRI, Menhan, menkokesra – rapat ke dua baru BTB diikutsertakan sebagai pendukung Budpar.

BTB hrs sudah siap secara detail membuat rundown setiap program yang diajukan – ingat budgeted by program –

Dalam situasi emergency – krisis nich yang menumbuhkan situasi kritis – nggak berbuat tambah hancur, berbuat kita harus berani bertanggungjawab termasuk juga dirugikan – kita boleh melibatkan “pertemanan”, dengan catatan tetap dikontrol profesionalitasnya. Contoh: aku yang diredaksi piknik diminta handle MC – kita harus kerja profesional kan? Karena ini kredibilitas kita . DAN PERLU DICATAT di MC ada bagian admin – sekretariat – ada bagian ekspert – tenaga ahli dengan fungsi tugas profesional – ini bagian ku dengan EO nya IMM – indo multi media--

Yang disekretariat BTB, yang harus diselesaikan disekretariat, urusan mereka kan diadmin itu yang diberesin, laporan, progress program. Mereka digaji oleh MC loh, dana operasional BTB kan diambil dari operasional MC—kamu lihat di program MC dech –

**“ Om Swastyastu “**



**“ Semoga pikiran baik datang  
dari segala penjuru “**



## Laporan Program Bali Recovery

**Rapat Tim Koordinasi  
Penanggulangan Dampak Tragedi  
Bom Bali di Bidang Perekonomian**

**BALI TOURISM BOARD**  
10 Mei 2006

### BALI TOURISM BOARD



BTB dibentuk secara resmi berdasarkan SK Gubernur pada 10 Mei tahun 2006, dengan mandat untuk membangun dan mengembangkan kepariwisataan BALI yang berkesinambungan

BTB mewakili segenap komponen industri kepariwisataan untuk dapat menjadi Mitra kerja pemerintah

BTB bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui kegiatan kepariwisataan serta memfasilitasi industri dan pemerintah dalam meningkatkan mutu object wisata dan segenap faktor ikutannya.

#### Bali Tourism Board Stakeholders

<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Indonesian Hotel and Restaurant Association (IHRI), Bali Chapter (274 members)</li> <li>1. Association of Indonesian Tour and Travel Agencies (ASITA), Bali Chapter (262 members)</li> <li>1. Indonesian Tour Guide Association (ITGI), Bali Chapter (6000 members)</li> <li>1. Bali Tourism Transportation Association (PWWBA) (125 members)</li> <li>1. Society of Indonesian Professional Convention Organizers (SIPCO) (3 members)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indonesian Tourist Attraction Organization (PUTRI), Bali Chapter (85 members)</li> <li>• Indonesian Marine Tourism Association (GAWWISRI), Bali Chapter (103 members)</li> <li>• Pacific Asia Travel Association (PATA), Bali and Nusa Tenggara Chapter (110 members)</li> <li>• Bali Village tourism marketing and promotion association (163 members)</li> </ul>
---	---

#### UNWTO Recommendations:

The Establishment Of A Destination Management Organization As "Brand Guardian" Of Bali

**BTB's role, as a Destination Management Organization should be:**

**"To promote, develop and manage Bali as a leading tourism destination".**

#### Bali Tourism Board



##### VISION

Menjadi organisasi yang mengelola daerah tujuan wisata secara profesional dan berdaya saing dengan daerah tujuan wisata regional dan internasional lainnya

##### Mission

Mempromosikan, membangun dan mengelola Bali sebagai daerah tujuan wisata unggulan

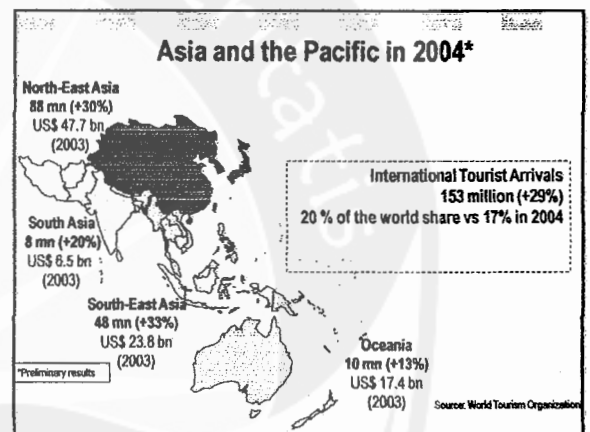
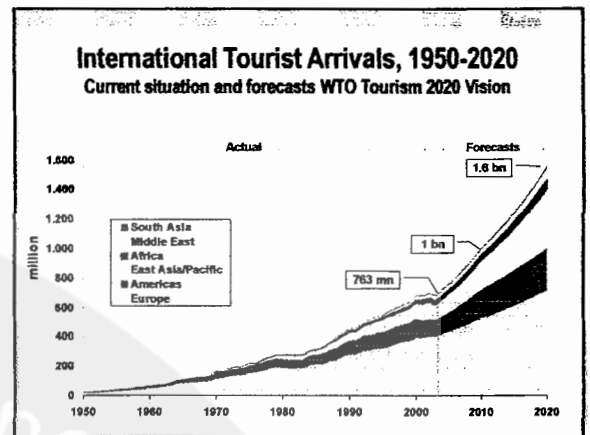


### PERAN PARIWISATA (GLOBAL & NASIONAL)

- o Industri terbesar di dunia
- o Perkembangannya akan terus positif
- o Memiliki siklus STEP (*Sustainable Tourism to Eliminate Poverty*)
- o Relatif murah dalam investasi dan cepat berproduksi
- o Memantik perekonomian terpadu TTI (*Tourism, Trade and Investment*)

**TANTANGAN PARIWISATA NASIONAL**

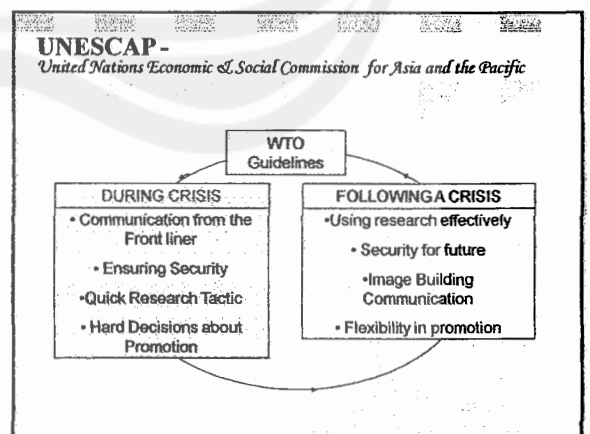
**TOURISM AS A CLUSTER**  
**INVESTASI vs PROTEKSI**  
**KEMISKINAN**  
**OTONOMI DAERAH**



**Berita tersebar keseluruh penjuru dunia secara instant!**

Negative travel warning, di negara-negara pangsa pasar utama!

- \* Angka kedatangan anjlok
- \* Sept, (162,102) vs October (81,109) = 49,96%
- \* Oct 04, (128,399) vs Oct 05 (81,109) = 36,83%
- \* 2005 Triwul, 319,718 ; 2006 Triwul 237,260 = 25,79%



### During the crisis

1. **Media Center** – kontrol berita, pastikan keabsahan dan obyektivitas
2. **Security Development** – menjadikan issue lemahnya keamanan menjadi penyempumaan
3. **In Bound Program** – membuka diri & undang media dan pendukung Pariwisata Internasional
4. **Out Bound Program** – tampil dalam forum Nasional dan Internasional, untuk menunjukkan ketahanan dan optimisme yang menjadi mental dasar usaha dan mempertahankan eksistensi di benak pasar

### Langkah-langkah koordinatif

NO.	TANGGAL	SK NOMOR	DIRELAKSIKAN OLEH	PERHAL
1	1 OKTOBER 2005	NOMOR: 004/BTB SK.V/2005	BALI TOURISM BOARD	TIM RESCUE BOM I OKTOBER 2005 JIMBARAN-KUTA
2	10 OKTOBER 2005	NOMOR: 002/BTB SK.V/2005	BALI TOURISM BOARD	TIM RECOVERY BALI PASCA LEMAKAN I OKTOBER 2005 JIMBARAN-KUTA
3	12 OKTOBER 2005	NOMOR: KEP-59/AL/EP/10/2005	MENTERI EKORDONATOR BIDANG PEREKONOMIAN	TIM KOORDINASI PENANGGULANGAN DAMPAK TRAGEDY BOM BALI DI BIDANG PEREKONOMIAN
4	20 OKTOBER 2005	NOMOR: 00 A/0-EP/0/2005	GUBERNUR BALI	PENBENTUKAN DAN SUSUNAN KEANGGOTAAN TIM KOORDINASI PEMULIHAN PARIWISATA BALI
5	6 DESEMBER 2005	NOMOR: 33/04-PA/0/2005	GUBERNUR BALI	PENBENTUKAN DAN SUSUNAN KEANGGOTAAN BADAN KOORDINASI PENGAAMANAN DAN PERBAH BALI
6	14 FEBRUARI 2006	NOMOR: 004/BTB SK.V/2006	BALI TOURISM BOARD	BADAN PENGAWAS INTERNAL PENGELOLAAN DAN PEMULIHAN BALI PASCA BOM JIMBARAN-KUTA 2005

### Bali Tourism Board Recovery Actions

1. **Media Center**
  - ◊ Mengkoordinasikan publikasi dan ekpose
  - ◊ Dua kali seminggu "Press Conference & Press Release"
  - ◊ Information update dan up-loaded to BTB web site
2. **Security Development**
  - ◊ Membentuk opini publik dan meningkatkan kewaspadaan keamanan
    - ◊ Bekerjasama dengan kepolisian, militer dan desa adat dalam mensosialisasikan arti penting keamanan
    - ◊ Berupaya mendapatkan dukungan dari Pemerintah dan Legislative dalam membentuk Badan Kemanan Daerah
  - ◊ Memfasilitasi seminar, focus group dan rapat kerja untuk memastikan strategi dan langkah serta pengaplikasiannya guna menyatukan tingkat keamanan dalam kondisi terbaik

### Bali Tourism Board

3. **In Bound Program**
  - ◊ Mengundang media, travel, diplomat guna menyaksikan kondisi sebenarnya di lapangan dan proses pemulihan.
  - ◊ Memfasilitasi paket wisata dengan airline untuk meningkatkan lalu lintas kunjungan ke Bali
4. **Out Bound program**
  - ◊ Memfasilitasi upaya promosi di sumber pasar Internasional
  - ◊ Mendorong instansi terkait di sumber pasar Internasional untuk mendukung proses pemulihan pariwisata Bali
  - ◊ Mengupayakan dukungan Pemerintah Pusat dalam mendanai bersama program pemulihan pariwisata

### Bali Recovery PROGRESS REPORT

### Plan A


Recovery Bali atas dukungan Gubernur Bali dan Industri Pariwisata, yang dikoordinasikan oleh Bali Tourism Board

### Inbound-Familiarization

NO.	Tanggal	PAKAI TRIP	Keterangan
1	6-11 Oktober 2005	Japan's MTA reunion	Dilaksanakan oleh 12 orang
2	21-24 Oktober 2005	Mainland China	Dilaksanakan oleh 35 jurnalis Kerjasama dengan Citra Indonesia
3	24-28 Oktober 2005	Fam Trip Pejabat, Tour Operator dan Travel Writer dari Malaysia	Dilaksanakan oleh 70 orang Kerjasama dengan AirAsia
4	27-30 Oktober 2005	Fam Trip delegasi MTA	Dilaksanakan oleh 100 orang Kerjasama dengan Full Race Sanyo dan JTOA
5	25-30 Oktober 2005	Fam Trip Tour Operator dan Travel Agent dari Jepang	Dilaksanakan oleh 21 orang
6	25 Nov - 2 Des 2005	Fam Trip Diplomat Asing dan pengusaha yang berkecukupan di Seoul, Korea Selatan	Dilaksanakan oleh 24 orang Kerjasama dengan HUBT
7	14-17 Des 2005	Fam Trip Jurnalis nasional	Dilaksanakan oleh 32 orang Kerjasama dengan HUBT
8	22-25 Des 2005	Fam Trip Jurnalis mancanegara yang memiliki persulfian di Jakarta	Dilaksanakan oleh 16 orang Kerjasama dengan HUBT
9	22-25 Des 2005	Fam Trip Jurnalis Jepang yang tinggal di Jakarta (Indonesia)	Dilaksanakan oleh 43 orang Kerjasama dengan HUBT


**Roadshow**

NO	Tanggal	ROADSHOW	Keterangan
1	28 Okt-1 Nov 2005	Roadshow ke Jepang	Dihadiri oleh Gubernur Bali dan BTB dan Industri
2	24-28 Nov 2005	Roadshow ke Hanoi, Vietnam	Dihadiri oleh Disparda Prop. Bali, BTB dan Industri
3	14-17 Dec 2005	Roadshow ke Perth, Australia	Dihadiri oleh Idris Parda, BTB & Industri
4	6-8 Dec 2005	Roadshow ke India	Dihadiri oleh Disparda, BTB, anggota PIREI dan Industri



## Plan B

Recovery Bali - atas dukungan Dana Nasional Recovery Bali yang dikoordinasikan oleh team Nasional pemulihan ekonomi, pasca tragedi Jimbaran dan Kuta, mengacu pada program yang telah disusun oleh BTB



*Inbound familiarization - Tour Operator*

	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Jumlah
<b>FAM TRIP - TA</b>											
Europe	103	0	40	40			40	40			263
Asia (Exc. Japan)	20	20	20	20			20	20	25		145
Japan	0	75	75								150
Australia/NZ				20	50		50				120
ASEAN	50	20	20	20				40			150
India			20	20				20	20		80
Mid-east		20		20			20	20			80
Russia				20					40		60
	173	135	195	190	-	-	130	140	85	-	1,048

*Inbound familiarization - Journalist*

	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Jumlah
<b>FAM TRIP - Journalist</b>											
Europe	10	10	10			10	10	10			60
Asia (Exc. Japan)			10	15					15		40
Japan	20							30			50
Australia/NZ			15	15	5	5		10	10	10	70
ASEAN	10	10	10					10	10	10	70
India	5	5	5				5	5	5	5	35
Mid-east	5	5	5				5	5	5	5	35
Russia			20	15							35
	20	30	75	75	5	15	60	40	45	30	395

*Outbound - Roadshow*

	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
<b>Roadshow &amp; tradeshow</b>											
Europe	ROAD	ITB							ROAD	WTM	
Asia (Exc. Japan)		CITM		ROAD	ITE				ROAD		
Japan			ROAD					JATA			
Australia/NZ	PXPO			ROAD					ROAD		
ASEAN			ROAD					PATA	ROAD		
India					ROAD						
Mid-east				DTM							
Russia										CITS	
Europe	50										
Asia (Exc. Japan)	50										
Japan	50										
Australia/NZ	50										
ASEAN	50										
India	50										
Mid-east	50										
Russia	50										
	400										

- Media Center*
- ⊕ Mensinkronkan web site BTA dan BTB, sehingga informasi tentang Bali akan lebih comprehensive serta cost effective.
  - ⊕ Guna mempercepat proses, Media Center melalui dana recovery Bali akan memanfaatkan tenaga ahli *Web Content Editor & Interpreter* berbahasa Inggris, Jerman, Jepang – hal ini secara serta merta akan meningkatkan profile Bali di pasar dunia.
  - ⊕ Mengkoordinasikan serta memantau exposure Bali (PR, Editorial dan advertisement) di dalam dan diluar negeri guna menjamin hasil positif.

**Local EVENTS**



Salah satu indikator pulihnya situasi keamanan Bali dan kondusifnya situasi kepariwisataan adalah pelaksanaan event yang melibatkan peserta atau penonton dalam dan luar negeri.



Sehingga kita sangat berkepentingan untuk menyelenggarakan berbagai event utamanya yang akan mendapatkan liputan media masa Nasional dan Internasional.



Myasiam Dharma	Juni
International Legong Festival	6 - 10 Juni
Bali Tourism Ambassador	23 Mei - 30 juni
Kecak Kolosal	Juli
Bali Bollywood	Juli
Bless Bali Beach Festival	18 Agustus
Bali Tourism Festival	1 - 9 September
Bali World Swim for Peace	October
Writers & Readers Festival	8 - 11 October
Gena Persembaan	1-12 Oktober
Kuta Carnival	November
Bali International Film Festival	12 - 16 Desember

**Daftar Kegiatan & Dana Talangan**

**Inbound-Familiarization**

No	Tanggal	FLM TRIP	Keberhasilan
1	6-11 October 2005	Ugah JATA measin	Dikuti oleh 12 orang, bekerjasama dengan JATA
2	21-24 October 2005	Harvard Cina	Dikuti 35 jurnalis kerjasama dengan Garuda Indonesia
3	24-26 October 2005	Fam Trip Jepang, Tour Operator dan Travel Writer dan Malaysia	Dikuti oleh 70 orang kerjasama dengan Airasia
4	27-30 October 2005	Fam Trip delegasi JATA	Dikuti oleh 100 orang kerjasama dengan Bali Rasa Sayang dan JATA
5	25-30 October 2005	Fam Trip Tour Operator dan Travel Agent dari Jepang	Dikuti oleh 24 orang kerjasama dengan HBT
6	25 Nov - 2 Des 2005	Fam Trip Diplomat Asing dan pengusaha yang berkedudukan di Seoul, Korea Selatan	Dikuti oleh 25 orang Fam Trip Budget
7	16-17 Des 2005	Fam Trip Jurnalis regional	Dikuti oleh 16 orang berkoordinasi dengan Budget
8	22-25 Des 2005	Fam Trip Jurnalis Jepang yang tinggal di Jakarta	Dikuti oleh 45 orang berkoordinasi dengan Budget
9	22-25 Des 2005	Fam Trip Jurnalis Jepang yang tinggal di Jakarta (Indonesia)	Dikuti oleh 4 jurnalis kerjasama dengan Singapore Airlines
10	27-30 Januari 2006	Fam Trip jurnalis dari Jepang	Dikuti oleh 20 jurnalis kerjasama dengan Singapore Airlines
11	18-21 Januari 2006	Fam Trip Hongkong	Dikuti oleh 34 TQTA kerjasama dengan Singapore Airlines
12	18 Januari-5 Februari 2006	Fam Trip Tour Operator & Travel Agent Perancis	Dikuti oleh 11 orang TD kerjasama dengan Singapore Airlines
13	7-11 Feb 2006	Fam Trip Tour Operator Tokyo, Jepang	

**Inbound Familiarization**

No	Tanggal	FLM TRIP	Keberhasilan
14	7 - 14 Feb 2006	Fam Trip Tour Operator Osaka, Jepang	Dikuti 7 peserta kerjasama dengan Singapore Airlines
15	13 Februari 2006	Fam Trip Tour Operator Jerman	Dikuti oleh 7 peserta kerjasama dengan Singapore Airlines
16	17 - 20 Februari 2006	Fam Trip Jurnalis dari India, Sri Lanka, Uni Emirat Arab, Afrika Selatan	Dikuti oleh 20 peserta kerjasama dengan Singapore Airlines
17	20 - 24 Februari 2006	Fam Trip Malaysia Airlines	Dikuti oleh 25 jurnalis Malaysia dan trope kerjasama dengan Singapore Airlines
18	23 -26 Februari 2006	Fam Trip Tour Operator & Travel Agent dari Africa Selatan	Dikuti 30 orang TQTA
19	1 - 6 Maret 2006	Fam Trip Tour Operator & Travel Agent dari United Kingdom	Dikuti 10 TQTA
20	8 - 10 Maret 2006	Fam Trip Tour Operator dari United Kingdom	Dikuti 10 orang TD
21	8 - 10 Maret 2006	Jerman, Austria, agent	Dikuti oleh 105 peserta, bekerjasama dengan SIA
22	11 - 15 Maret 2006	Fam Trip Tour Operator dan Travel Agent dari Italia	Dikuti 25 orang TQTA
23	25 - 28 Maret 2006	Fam Trip India (Delhi)	Dikuti 9 wholesaler utama bekerja dg SIA
24	1-4 April	Fam Trip Bangladesh	Dikuti 35 orang bekerjasama dengan GA, Perde Bali dan BTB
25	6 - 10 April 2006	Fam Trip Wholesaler China	Dikuti 15 orang bekerjasama dengan SIA
26	7-8 April 2006	Australia - Bali Forum	16 Wholesaler/Travel Agent and Airlines

**Bridging Fund**

No	Nama Kegiatan	Negara Asal Peserta	Farm Trips Int			Jumlah Peserta	Kategori	Nilai Bridging (Rp)
			Tanggal Kegiatan	Tempat Kegiatan	Keberhasilan			
1	Fam Trip Tour Operator & Wholesaler	Perancis	31 Januari - 5 Februari 2006	Bali	33 Orang	Depbudpar, BTB, SIA	182,560,000	
2	Fam Trip Journalist dan Travel Writer	Sri Lanka, India, Saudi Arabia, Uni Emirat Arab, Afrika Selatan	17-20 Februari 2006	Bali	20 Orang	Depbudpar, BTB, SIA	60,450,000	
3	Fam Trip Tour Operator & Wholesaler	Afrika Selatan	23-26 Februari 2006	Bali	31 Orang	Depbudpar, BTB, SIA	124,155,000	
4	Fam Trip Tour Operator & Wholesaler	Jepang (United Kingdom)	8 - 10 Maret 2006	Bali	12 Orang	Depbudpar, BTB, SIA	35,620,000	
5	Fam Trip Tour Operator dan Wholesaler (Calcutta)	India	25 - 28 Maret 2006	Bali	9 Orang	Depbudpar, BTB, SIA	36,595,000	
6	Fam Trip Journalist & Tour Operator	Korea Selatan	2 - 5 April 2006	Bali & Yogyakarta	43 Orang	Depbudpar, BTB, SIA	157,240,000	
7	Fam Trip Tour Operator & Wholesaler (Dhaka)	Bangladesh	1 - 4 April 2006	Bali	11 Orang	Depbudpar, BTB, SIA	43,705,000	
8	Fam Trip Tour Operator dan Wholesaler (Canton, Chengtu, Shenzha dan Xianren)	China	6 - 10 April 2006	Bali	15 Orang	Depbudpar, BTB, SIA	62,615,000	
<b>TOTAL</b>								<b>727,700,000</b>

**Bridging Fund**

No	Nama Kegiatan	Negara Asal Peserta	Tanggal Kegiatan	Tempat Kegiatan	Jumlah Peserta	Kategori	Keberhasilan	Nilai Bridging (Rp)
1	Perth Travel Expo	Bali dan Australia	9 - 12 Februari 2006	Perth - Australia	24 Orang	Budpar/BTB		547,516,999
2	Jerman Roadshow	Bali, Lombok	28 Februari - 12 Maret 2006	Jerman	46 Orang	Budpar/BTB		1,572,248,603
3	Japan Roadshow	Bali	16-22 April	Japan	31 Orang	Budpar/BTB		360,000,000
								<b>2,480,765,611</b>

Roadshow 2,480,765,611  
 Farm Trip 727,700,000  
**Total Expenses 3,197,465,611**  
 Dana Turun 600,000,000  
 2,597,465,611

**Untuk itu sebaiknya kebijakan pariwisata dapat dikembangkan melalui pendekatan:**

1. Kebijakan dan perundang-undangan ada di tingkat pusat
1. Implementasi serta pengelolaan ada ditingkat daerah (provinsi)
1. Sumber dana ada ditingkat pusat, tingkat satu, tingkat dua dan stakeholder pariwisata, dengan konsep yang jelas dan transparan.

Menilik, beberapa kejadian yang menimpa kepariwisataan kita, serta kelambanan kita dalam melakukan tindak pencegahan maupun rehabilitasi. Di masa mendatang dipandang sangat perlu adanya satu kesetuan langkah dalam menanggulangi kejadian negatif - seperti: *terorisme, bencana alam, epidemii, atau musibah lainnya* -

Melalui sistim yang mendukung adanya ketersediaan dana yang cukup dan pasti serta setiap saat dapat dipergunakan dengan cepat, sehingga kita dapat mengantisipasi *opportunity lost* yang tidak perlu dan menekan perekonomian Nasional.

Sebagai ilustrasi sejak bulan October 2005, Bali kehilangan rata rata 2.000 wisatawan asing per hari, dengan rata rata pengeluaran USD 1000 per kunjungan maka **setiap hari Kita kehilangan USD 2 jt**, sehingga dalam periode Oct 2005 - April 2006 (*dalam kurun waktu enam Bulan atau 180 hari*) *opportunity lost* kita telah mencapai

**USD 360 jt - 3 Triliun Rupiah Lebih!**

*Jika dikaitkan dengan DAU & DAK Propinsi Bali 2006 yang hanya 5,7 Triliun Rupiah, maka nilai DAU dan DAK tersebut menjadi kehilangan maknanya!*

Di Indonesia, di satu sisi sektor pariwisata dianggap unggulan, terbukti dari kemampuan pariwisata menyumbang devisa rata rata US\$ 5 milyar pertahun. Disisi lain kebijakan sektor keuangan tidak selalu seiring sejalan

Bila dihitung dari *cost of fund* yang harus dibayarkan oleh pembembang industri pariwisata, dibandingkan dengan negara kompetitor Indonesia, maka jelas sekali peran sektor keuangan belum sepenuhnya berpihak secara maksimal, terbukti dari tingkat suku bunga rupiah saat ini ada pada kisaran 14% - 18% pertahun dan tingkat suku bunga US\$ berkisar antara 6% - 8% pertahun.

Indonesia bukan negara yang memiliki kualitas infrastruktur terbaik, bukan negara yang paling aman dari segi pariwisata, dan bukan pula negara yang terbebas dari unsur- unsur KKN.

Itu semua membuat pekerjaan sektor pariwisata - atau untuk mengembangkan industri pariwisata merupakan suatu hal yang tidak mudah untuk ditangani.

Jika komitmen pemerintah ke depan, mengharapkan industri pariwisata bertumbuh-kembang dengan baik dan dapat memberikan kontribusi signifikan atas pembangunan Indonesia secara umum. Sudah saatnya sektor keuangan dan pariwisata duduk bersama memecahkan perkembangan pariwisata.

Sehingga, dapat dibicarakan hubungan *interdependency* antara keuangan dan pariwisata.

Dari kacamata makro, pariwisata tidak dapat dianggap berdiri sendiri. Contoh, kondisi sekarang - pariwisata sangat tergantung dari keamanan (poleksosbudhankam), infrastruktur, produk pariwisata, harga, *accessibility* (informasi, teknologi, transportasi), sales & marketing strategy, ketersediaan tenaga kerja profesional - untuk itu sudah saatnya dilakukan SWOT ulang terhadap pariwisata Bali.

Siapa yang akan memulai ?  
Siapa yang mendanai ?  
Siapa yang melaksanakan ?  
Dan siapa yang akan mengawasi ?

Sebagai ilustrasi, tahun 2004 devisa negara dari sektor pariwisata mencapai sekitar Rp 50 triliun.

Dana yang di re-investasikan oleh pemerintah di sektor ini kurang dari Rp 150 miliar.

Jika diambil dari angka konservatif 1% saja untuk keperluan promosi, setidaknya pemerintah Indonesia harus berani mengeluarkan dana Rp 500 miliar pertahun.

Pariwisata adalah suatu kegiatan industri yang membutuhkan re-investasi secara terus menerus, teratur dan terarah. Jika hal itu tidak dimungkinkan maka apa yang diharapkan dari pariwisata akan sulit untuk dipenuhi

*jika growth perekonomian diharapkan 6,5 % dalam setahun, maka selayaknya 6,5% x US\$ 5,5 milyar harus di-reinvestasikan untuk mendapatkan pertumbuhan yang diharapkan, atau setidaknya 50% dari dana tersebut menjadi kontribusi pemerintah.*

Untuk itu peran sektor keuangan sangat menentukan warna serta arah kepariwisataan Bali.

Demikian pula pada industri-industri ikutannya seperti: *industri kerajinan rumah tangga, komoditi export, garmen, dan produk pertanian.*

Pengembangan industri tersebut tidak terbatas hanya pada industri di daerah Bali, juga merambah ke industri di Jawa Barat, Jawa Tengah, Di Yogyakarta, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur bahkan Kalimantan serta Irian Jaya ( Papua ).

Wajar, jika ada kekhawatiran, bagaimana mencapai anggarangan pertumbuhan ekonomi 6,5 % yang ingin diraih untuk tahun 2006.

Mengingat Bali diharapkan berkontribusi sekitar 50% dari 6,5 % tersebut. Sementara kita telah kehilangan Rp 3,132 triliun untuk catur wulan pertama.

**RAPAT TIM KOORDINASI  
PENANGGULANGAN DAMPAK BOM  
BALI II DI BIDANG PEREKONOMIAN**

TANGGAL 21 OKTOBER 2005

KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN

**AGENDA RAPAT**

1. Pengantar
2. Pembahasan program kerja Tim Koordinasi
3. Pembahasan susunan keanggotaan Satgas
4. Pembahasan rencana anggaran Satgas
5. Kesimpulan dan rencana tindak
6. Penutup

## DAMPAK YANG HARUS DIANTISIPASI DARI PERISTIWA BOM BALI II

- Penurun jumlah kedatangan wisatawan asing
- Pembatalan kunjungan wisman
- Pembatalan event event internasional
- Penurunan tingkat hunian hotel
- Penurunan Length of Stay (LOS)
- Penurunan kegiatan usaha di bidang ekonomi, di berbagai sektor terkait (transport restoran, dll)
- Penurunan omset penjualan barang kerajinan produk UMKM
- Peningkatan pengangguran dan PHK
- Penurunan citra bali sebagai tujuan wisata yang aman  
→ travel warning & travel ban
- Penurunan aliran investasi

## LANGKAH YANG PERLU SEGERA DILAKUKAN

- Peningkatan sistem pengamanan (di daerah wisata, hotel, restoran, pusat-pusat, perbelanjaan, bandara & pelabuhan laut, dll)
- Pemulihan citra Bali sebagai tujuan wisata yang aman
- Sosialisasi dan promosi yang lebih offensive → Media campaign dengan mengundang wartawan dan media asing ke Bali
- Memperbanyak penyelenggaraan event dan pertemuan internasional di Bali
- Pemberian insentif wisata → tiket gratis dll
- Pemberian insentif usaha bagi UMKM



# PERKEMBANGAN TERAKHIR ARUS WISATAWAN DI BALI

Tabel 1  
KEDATANGAN WISATAN ASING (WISMAN) KE BALI  
SEBELUM DAN SESUDAH BOM BALI 1 OKTOBER 2005  
(Data Per 17 Oktober 2005)

TANGGAL	KEDATANGAN	PERUBAHAN (thd 30 Sep)	
		ORANG	%
30-Sep	5.399		
1-Oct	5.671	272	5.04
2-Oct	4.434	-965	-17.87
3-Oct	3.253	-2.145	-39.75
4-Oct	2.336	-3.063	-56.73
5-Oct	3.104	-2.295	-42.51
6-Oct	2.680	-2.719	-50.36
7-Oct	3.054	-2.345	-43.43
8-Oct	2.964	-2.435	-45.10
9-Oct	2.873	-2.526	-46.79
10-Oct	2.380	-3.019	-55.92
11-Oct	2.059	-3.340	-61.86
12-Oct	2.641	-2.758	-51.08
13-Oct	1.806	-3.593	-66.55
14-Oct	2.277	-3.122	-57.83
15-Oct	2.548	-2.851	-52.81
16-Oct	2.753	-2.646	-49.01
17-Oct	2.414	-2.985	-55.29

Sumber

Dirina Pariwisata Bali, 17 Oktober 2005 (mengutip data Kantor Imigrasi Pelabuhan Udara Ngurah Rai)

**Tabel 2**  
**KEBERANGKATAN WISATAN ASING (WISMAN) DARI BALI**  
**SEBELUM DAN SESUDAH BOM BALI: OKTOBER 2005**  
 (Data Per 17 Oktober 2005)

TANGGAL	KEBERANGKATAN	PERUBAHAN (thd 30 Sep)	
		ORANG	%
30-Sep	6,254		
1-Oct	5,707	-587	-9.33
2-Oct	7,075	781	12.41
3-Oct	5,372	-922	-14.65
4-Oct	5,000	-1,294	-20.56
5-Oct	6,229	-65	-1.03
6-Oct	4,954	-1,340	-21.29
7-Oct	4,257	-2,037	-32.36
8-Oct	3,912	-2,382	-37.85
9-Oct	4,228	-2,066	-32.82
10-Oct	3,271	-3,023	-48.03
11-Oct	2,804	-3,490	-55.45
12-Oct	2,996	-3,298	-52.40
13-Oct	2,942	-3,352	-53.26
14-Oct	1,767	-4,527	-71.93
15-Oct	2,908	-3,386	-53.80
16-Oct	3,280	-3,014	-47.89
17-Oct	2,270	-4,024	-63.93

Sumber

Dinas Pariwisata Bali, 17 Oktober 2005 (mengutip data Kantor Imigrasi Pelabuhan Udara Ngurah Rai)

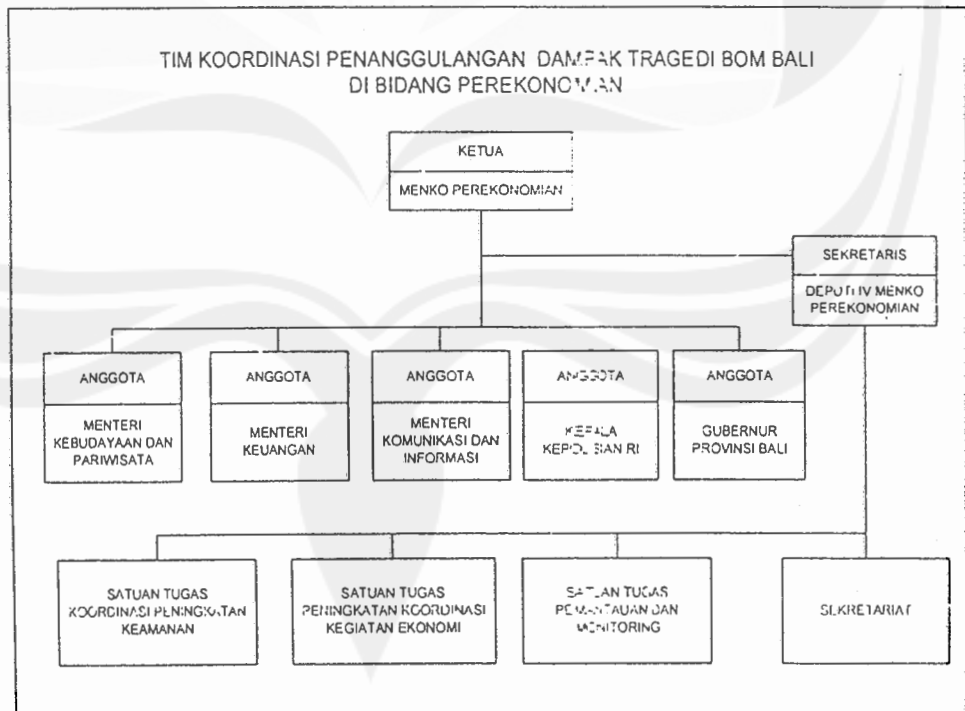
**Tabel 3**  
**KEDATANGAN WISATAN ASING (WISMAN) KE BALI**  
**SEBELUM DAN SESUDAH BOM BALI: OKTOBER 2005**  
 (Data Per 17 Oktober 2005)

Tanggal	Wisman	Wisman	WM-WK	WM/WK	Ratio
	Masuk (WM)	Keluar (WK)	Orang	%	
30-Sep	5,399	6,294	-895	85.78	0.9
1-Oct	5,671	5,707	-36	99.37	1.0
2-Oct	4,434	7,075	-2,641	62.67	0.6
3-Oct	3,253	5,372	-2,119	60.55	0.6
4-Oct	2,336	5,000	-2,664	46.72	0.5
5-Oct	3,104	6,229	-3,125	49.83	0.5
6-Oct	2,680	4,954	-2,274	54.10	0.5
7-Oct	3,054	4,257	-1,203	71.74	0.7
8-Oct	2,964	3,912	-948	75.77	0.8
9-Oct	2,873	4,228	-1,355	67.95	0.7
10-Oct	2,380	3,271	-891	72.76	0.7
11-Oct	2,059	2,804	-745	73.43	0.7
12-Oct	2,641	2,996	-355	88.15	0.9
13-Oct	1,806	2,942	-1,136	61.39	0.6
14-Oct	2,277	1,767	510	128.86	1.3
15-Oct	2,548	2,908	-360	87.62	0.9
16-Oct	2,753	3,280	-527	83.93	0.8
17-Oct	2,414	2,270	144	106.34	1.1
JUMLAH	49,247	68,972	-19,725	71.40	0.7

Sumber

Dinas Pariwisata Bali, 17 Oktober 2005 (mengutip data Kantor Imigrasi Pelabuhan Udara Ngurah Rai)

# STRUKTUR ORGANISASI TIM KOORDINASI & UNIT SATUAN TUGAS PENDUKUNG



## TUGAS POKOK TIM KOORDINASI

(Sesuai SK Menko Perekonomian No. Dep-59/M.Ekon/10/2005)

- Mengkoordinasikan pemantauan, pengendalian dan evaluasi pelaksanaan penanggulangan dampak bom di Bali, khususnya di bidang perekonomian
- Mengkoordinasikan strategi pemulihan kegiatan usaha krbn dan kegiatan ekonomi masyarakat lainnya di Bali
- Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan Menteri Koordinator Bidang perekonomian

## SATUAN TUGAS PENINGKATAN KOORDINASI KEAMANAN

Ketua	: Deputi Operasi Mabes Polri (Didi Widayati)
Sekretaris	: Kepala Kepolisian Daerah Bali
Anggota	: 1. Ketua Desk Koordinasi Pemberantasan Terorisme, Kemenko Polhukam 2. Dirjen Imigrasi, Departemen Hukum & HAM 3. Dirjen Anggaran & Perimbangan Keuangan, Dep. Keu 4. Dirjen Informasi, Diplomasi Publik dan 5. Dirjen Perjanjian Internasional, Dep. Luar Negeri 6. Dirjen Penyiaran Departemen Komunikasi Dan Informasi 7. Direktur Bidang Hankam, Bappenas 8. Kepala Bandar Udara Ngurah Rai, Dep.pasar 9. Karo Umum Kemenko Perekonomian

## TUGAS POKOK SATGAS KEAMANAN

1. Membantu aparat kepolisian Propinsi Bali dalam menyusun ketetapan, strategi, program, dan langkah-langkah peningkatan koordinasi sistem keamanan di seluruh Propinsi Bali.
2. Memberi bantuan khusus kepada gugus tugas yang mengamankan objek-objek vital perekonomian dan pariwisata Propinsi Bali seperti pelabuhan, bandar udara, hotel, restoran, lokasi-lokasi rekreasi dan hiburan, pusat-pusat perbelanjaan, dan lain-lain yang dianggap sebagai objek vital, dalam rangka peningkatan koordinasi sistem pengamanan berbagai sarana ekonomi tersebut terhadap gangguan keamanan dan ancaman terorisme.
3. Menyampaikan laporan secara berkala (mingguan, bulanan, tiga bulanan) tentang kondisi keamanan di Propinsi Bali pada umumnya, dan objek-objek vital perekonomian dan pariwisata Bali pada khususnya, kepada Tim Koordinasi Penanggulangan Dampak Tragedi Bom Bali di Bidang Perekonomian.
4. Memaparkan hasil-hasil pelaksanaan tugas kepada Tim Koordinasi Penanggulangan Dampak Tragedi Bom Bali di Bidang Perekonomian dan kepada masyarakat melalui forum publik/pleno Satuan Tugas yang akan dilaksanakan setiap tiga bulan.

## PROGRAM KERJA SATGAS KEAMANAN

- Pelatihan Anti Terorisme untuk gugus tugas khusus yang mengamankan obyek obyek vital
- Pengadaan dan pemasangan peralatan anti terorisme untuk gugus tugas khusus yang mengamankan obyek-obyek vital perekonomian
- Mengefektifkan pelayanan ~~sistem~~ *Public Safety System* keamanan model 911 di Bali
- Rapat-rapat koordinasi

### SATUAN TUGAS PENINGKATAN KOORDINASI KEGIATAN EKONOMI

- Ketua : Dirjen Pemasaran, Dep. Kebudayaan Dan Pariwisata  
Sekretaris : Sekretaris Daerah Provinsi Bali  
Anggota :
1. Dirjen Perbendaharaan, Dep. Keuangan
  2. Deputi Bidang Koordinasi Kerjasama Ekonomi Dan Pembiayaan Internasional, Kemenko Perekonomian
  3. Dirjen Industri Kecil Dan Menengah, Departemen Perindustrian
  4. Deputi Bidang Pendanaan Pembangunan, Bappenas
  5. Direktur Jenderal Perhubungan Udara, Departemen Perhubungan
  6. Kepala Badan Pengembangan Ekspor Nasional
  7. Deputi Bidang Pembiayaan, Kementerian Koordinasi Dan URM
  8. Gubernur Bali
  9. Gubernur Bidang Ekonomi Dan Pembangunan, Gubernur Provinsi Bali
  10. Direktur Utama Bali Tourism Development Corporation
  11. Ketua Komite Tetap Pariwisata Kadin
  12. Ketua Umum Indonesia Congress & Convention Association
  13. Ketua Umum Persatuan Hotel Dan Restoran Indonesia
  14. Ketua Umum Masyarakat Pariwisata Indonesia
  15. Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Perjalanan Indonesia
  16. Ketua Umum Care Tourism
  17. Ketua Umum Asosiasi Pemerintahan Kota Seluruh Indonesia

### TUGAS POKOK SATGAS EKONOMI

1. Membantu Pemerintah Provinsi Bali menyusun program percepatan pemulihan ekonomi Bali setelah peledakan bom tanggal 1 Oktober 2005, melalui peningkatan koordinasi bidang ekonomi.
2. Memberi pertimbangan-pertimbangan dan masukan-masukan khusus kepada Pemerintah Provinsi Bali tentang kebijakan, strategi, program, dan langkah-langkah percepatan pemulihan kinerja industri pariwisata setelah peledakan bom tanggal 1 Oktober 2005, khususnya perhotelan, usaha restoran, pengelolaan pusat-pusat rekreasi dan hiburan, pusat-pusat perbelanjaan, biro perjalanan, dan sektor-sektor lain yang terkait.
3. Melaporkan hasil-hasil pelaksanaan program secara periodik (mingguan, bulanan, tiga bulanan) kepada Tim Koordinasi Penanggulangan Dampak Tragedi Bom Bali di Bidang Perekonomian.
4. Memaparkan hasil-hasil pelaksanaan tugas kepada Tim Koordinasi Penanggulangan Dampak Tragedi Bom Bali di Bidang Perekonomian dan kepada masyarakat melalui forum lokalnya oleh Satuan Tugas yang akan dilaksanakan setiap tiga bulan.

## PROGRAM KERJA SATGAS EKONOMI

- Penyelenggaraan rapat-rapat koordinasi lintas sektoral
- Penyelenggaraan Media Campaign, dengan mengundang wartawan media asing
- Penyelenggaraan promosi secara intensif dengan mengundang agen biro perjalanan luar negeri
- Sosialisasi situasi keamanan di Bali secara luas
- Mengundang duta besar dan perwakilan asing berkunjung ke Bali
- Penyelenggaraan festival makanan tradisional Selindo d Denpasar
- Penyelenggaraan lomba arung jeram di Ubud, Gianyar
- Penyelenggaraan lomba renang di Gili Manuk – Ketapang
- Penyelenggaraan Lomba Perahu Tradisional Padang Bai – Lembar
- Penyusunan laporan dan dokumentasi
- Penyelenggaraan Lokakarya

### SATUAN TUGAS PENINGKATAN KOORDINASI MONITORING & EVALUASI

Ketua	: Sekretaris Menteri Koordinator Bidang Perekonomian
Sekretaris	: Asdep IV Urusan UMKMK, Jasa dan Industri Pariwisata, Kemenko Perekonomian
Anggota	: 1. Kepala Biro Persidangan Dan Humas Kemenko Perekonomian 2. Direktur Penyiaran, Departemen Komunikasi Dan Informasi 3. Direktur Sistem Informasi Keimigrasian Departemen Hukum Dan HAM 4. Direktur Analisis Statistik Badan Pusat Statistik 5. Kepala Kantor Imigrasi Ngurah Rai 6. Kepala Kantor Imigrasi Denpasar 7. Kepala Kantor Imigrasi Singaraja 8. Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Bali 9. Kabag Jansis Rojjanstra, Staf Deputi Operasi Polri 10. Direktur Penyiaran TVRI 11. Koordinator Tim Monitoring Pariwisata KOPEN KADIN 12. Ketua Bali Tourism Board

### TUGAS POKOK SATGAS MONITORING & EVALUASI

1. Melakukan pendataan per kabupaten tentang situasi keamanan di seluruh Propinsi Bali, khususnya di sekitar obyek-obyek vital yang menjadi andalan perekonomian Propinsi Bali seperti pelabuhan, bandara, hotel, restoran, tempat-tempat rekreasi, dan lokasi-lokasi lain yang dianggap vital.
2. Melakukan pendataan per kabupaten tentang tingkat kerusakan dan kemerosotan usaha ekonomi yang disebabkan bom Bali tanggal 1 Oktober 2005, khususnya sektor-sektor terkait seperti pariwisata, perhotelan, usaha restoran, pengelolaan pusat-pusat rekreasi dan hiburan, pusat-pusat perdagangan dan perjalanan, dan sektor-sektor lain yang terkait.
3. Melakukan pendataan tentang dampak peledakan bom, khususnya pada jumlah kedatangan wisatawan mancanegara ke Bali dan jumlah keberangkatan wisatawan mancanegara dari Bali setiap hari sejak tanggal 1 Oktober 2005, lama tinggal (*length of stay*) sebelum dan sesudah peledakan bom, jumlah pembatalan kunjungan wisatawan ke Bali sebelum dan sesudah peledakan bom, dan tingkat hunian hotel (*hotel occupancy rate*) sebelum dan sesudah peledakan bom.
4. Menyusun program dan sistem pemantauan dan evaluasi kinerja Satuan Tugas Tim Koordinasi Penanggulangan Dampak Tragedi Bom Bali di Bidang Perekonomian.
5. Melaporkan hasil-hasil pelaksanaan program secara periodik (mingguan, bulanan, dan bulanan).
6. Memaparkan hasil-hasil pelaksanaan tugas kepada Tim Koordinasi Penanggulangan Dampak Tragedi Bom Bali di Bidang Perekonomian dan kepada masyarakat melalui forum lokakarya perencanaan yang dilaksanakan setiap tiga bulan.

### PROGRAM KERJA SATGAS MONITORING & EVALUASI

- Pendirian Posko Pemantauan di Bali
- Penyelenggaraan rapat-rapat koordinasi
- Pendataan awal tentang situasi keamanan di Bali
- Pendataan awal tentang tingkat kerusakan dan kemerosotan ekonomi akibat bom Bali II
- Pengadaan dan pemasangan peralatan pemantauan
- Penyelenggaraan pemantauan harian
- Penyusunan laporan periodik
- Penyelenggaraan lokakarya dan evaluasi



## PERKIRAAN KEBUTUHAN ANGGARAN

### RENCANA ANGGARAN UNTUK SATGAS KEAMANAN

No	Program Kerja	Anggaran (Rp)
1	Pelatihan Anti Terorsme	500,000,000
2	Pengadaan dan Pemasangan sistem pengamanan	1,000,000,000
3	Penyelenggaraan rapat-rapat koordinasi lintas sektora	150,000,000
4	Penyusunan Pelaporan Berekala dan Dokumentasi	50,000,000
5	Honorarium Satgas	100,000,000
6	Perjalanan dinas anggota satgas	500,000,000
	Jumlah	2,300,000,000

RENCANA ANGGARAN UNTUK SAT GAS EKONOMI		
No	Program Kerja	Anggaran (Rp)
1	Penyelenggaraan rapat-rapat koordinasi lintas sektoral	150,000,000
2	Penyelenggaraan Media Campaign, dengan mengundang wartawan media	1,000,000,000
3	Penyelenggaraan promosi secara offensif	1,000,000,000
4	Sosialisasi situasi keamanan di Bali secara luas	200,000,000
5	Mengundang duta besar dan perwakilan asing berkunjung ke Bali	500,000,000
6	Penyelenggaraan festival makanan tradisional Selindo di Denpasar	200,000,000
7	Penyelenggaraan lomba arung jeram di Ubud, Gianyar	200,000,000
8	Penyelenggaraan lomba renang di Gilimanuk - Ketapang	200,000,000
9	Penyelenggaraan Lomba Perahu Tradisional Padang Bai - Lembar	200,000,000
10	Penyusunan Pelaporan Berekala dan Dokumentasi	50,000,000
11	Lokakarya	25,000,000
12	Honorarium Anggota Satgas	150,000,000
13	Perjalanan Dinas Anggota Satgas	750,000,000
	Jumlah	4,625,000,000

RENCANA ANGGARAN UNTUK SATGAS PEMANTAUAN & EVALUASI		
No	Program Kerja	Anggaran (Rp)
1	Penyelenggaraan rapat-rapat koordinasi	150,000,000
2	Pendataan awal tentang situasi keamanan di Bali	50,000,000
3	Pendataan awal tentang tingkat kerusakan dan kemerosotan ekonomi akibat	50,000,000
4	Penyelenggaraan pemantauan harian	100,000,000
5	Penyusunan laporan periodik	50,000,000
6	Lokakarya dan evaluasi	25,000,000
7	Honorarium Anggota Satgas	100,000,000
8	Perjalanan Dinas Anggota Satgas	500,000,000
	JUMLAH	1,925,000,000

**RENCANA ANGGARAN UNTUK KESEKRETARIATAN**

No	Program Kerja	Anggaran (Rp)
1	Honorarium Anggota Tim dan Sekretariat	150,000,000
2	Penyelenggaraan rapat-rapat koordinasi lintas sektora	150,000,000
3	Pendirian Posko Pemantauan di Bali (sewa kantor & sarana kantor)	1,000,000,000
4	Pengadaan Peralatan Kantor dan ATK	100,000,000
5	Perjalanan dinas Anggota Tim, dan Sekretariat	1,250,000,000
6	Penyusunan laporan periodik	100,000,000
	<b>JUMLAH</b>	<b>2,750,000,000</b>

**REKAPITULASI RENCANA ANGGARAN TIM KOORDNASI**

No	Program Kerja	Anggaran (Rp)
1	Anggaran untuk kegiatan Satgas Keamanan	2,300,000,000
2	Anggaran untuk kegiatan Satgas Ekonomi	4,625,000,000
3	Anggaran untuk kegiatan Satgas Pemantauan & Evaluasi	1,025,000,000
4	Anggaran untuk kegiatan Satgas Kesekretariatan	2,750,000,000
	<b>JUMLAH</b>	<b>10,700,000,000</b>



GUBERNUR BALI

KEPUTUSAN GUBERNUR BALI

NOMOR 470 A / 03-E / HK / 2005

TENTANG

PEMBENTUKAN DAN SUSUNAN KEANGGOTAAN  
TIM KOORDINASI PEMULIHAN PARIWISATA BALI

GUBERNUR BALI,

- Menimbang :
- a. bahwa tragedi bom yang terjadi di Kuta dan Jimbaran, Bali pada tanggal 1 Oktober 2005 mengakibatkan menurunnya jumlah kunjungan wisatawan ke Bali;
  - b. bahwa penurunan kunjungan wisatawan ke Bali mengakibatkan menurunnya kegiatan perekonomian dan dapat menimbulkan masalah-masalah sosial ekonomi;
  - c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b perlu menetapkan Keputusan Gubernur tentang Pembentukan dan Susunan Keanggotaan Tim Koordinasi Pemulihan Pariwisata Bali;

- Mengingat :
- 1 Undang-Undang Nomor 64 Tahun 1958 tentang Pembentukan Daerah-daerah Tingkat I Bali, Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1958 Nomor 115, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 1649);
  - 2 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1990 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3427);
  - 3 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 53, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4389);
  - 4 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437);
  - 5 Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1996 Nomor 101, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3658);
  - 6 Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 1988 tentang Koordinasi Kegiatan Instansi Vertikal di Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1988 Nomor 10, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3373);

- 7 Peraturan Daerah Propinsi Daerah Tingkat I Bali Nomor 3 Tahun 1991 tentang Pariwisata Budaya (Lembaran Daerah Propinsi Daerah Tingkat I Bali Tahun 1991 Nomor 241 seri C Nomor 2).

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : KEPUTUSAN GUBERNUR TENTANG PEMBENTUKAN DAN SUSUNAN KEANGGOTAAN TIM KOORDINASI PEMULIHAN PARIWISATA BALI.

PERTAMA : Membentuk Tim Koordinasi Pemulihan Pariwisata Bali dengan susunan keanggotaan sebagaimana tercantum dalam Lampiran Keputusan ini.

KEDUA : Tim dimaksud diktum Pertama, mempunyai tugas :

- a. meningkatkan peran serta *Media center*, yang bertujuan untuk menyebarkan informasi melalui satu pintu;
- b. merancang kegiatan pemasaran terpadu baik didalam negeri maupun luar negeri;
- c. mengadakan *Familiarization Trip* dengan mengundang jurnalis pariwisata dan *Tour Operator* serta *Wholeseller*;
- d. mengadakan kerja sama dengan berbagai pihak dalam upaya membantu pemulihan kepariwisataan Bali.

KETIGA : Tim dimaksud diktum Pertama bertanggungjawab kepada Gubernur Bali.

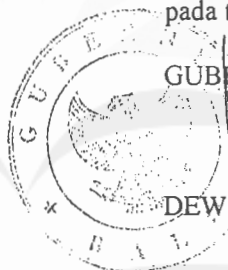
KEEMPAT : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Denpasar

pada tanggal 20 Oktober 2005.

GUBERNUR BALI,

DEWA BERATHA



Keputusan ini disampaikan kepada :

1. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian RI di Jakarta
2. Menteri Keuangan RI di Jakarta
3. Menteri Dalam Negeri RI di Jakarta.
4. Menteri Kebudayaan dan Pariwisata RI di Jakarta.
5. Ketua DPRD Provinsi Bali, di Denpasar.
6. Wakil Gubernur Bali di Denpasar
7. Para Bupati/Walikota se-Bali.
8. Kepala BAPPEDA Provinsi Bali, di Denpasar.
9. Kepala BAWASDA Provinsi Bali, di Denpasar.
10. General Manager Garuda Indonesia di Denpasar
11. Kepala PT (Perum) Angkasa Pura I Ngurah Rai di Tuban.
12. Kepala Kantor Imigrasi Ngurah Rai di Tuban.
13. Kepala Kantor Bea & Cukai Ngurah Rai di Tuban
14. Kepala Polisi Pariwisata Polda Bali di Denpasar.
15. Kepala Badan Informasi dan Telematika Daerah Provinsi Bali di Denpasar
16. Kepala Badan Kesbang dan Limasda Provinsi Bali di Denpasar
17. Kepala Biro Humas dan Protokol Setda Provinsi Bali di Denpasar

18. Kepala Biro Hukum dan HAM Setda Provinsi Bali, di Denpasar (3 Exemplar)
19. Kepala Biro Perekonomian dan Pembangunan Setda Provinsi Bali, di Denpasar.
20. Kepala Biro Keuangan Setda Provinsi Bali, di Denpasar.
21. Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bali di Denpasar
22. Direktur PT BTDC di Denpasar
23. Ketua Bali Tourism Board di Denpasar
24. Ketua ASITA Bali di Denpasar
25. Ketua PATA Bali-NTB di Denpasar
26. Ketua PHRI Bali di Denpasar
27. Ketua Masyarakat Pariwisata Indonesia Daerah Bali di Denpasar
28. Yang bersangkutan



LAMPIRAN KEPUTUSAN GUBERNUR BALI TANGGAL 20 OKTOBER 2005. NOMOR 470 A/  
03-E / HK / 2005 TENTANG PEMBENTUKAN DAN SUSUNAN KEANGGOTAAN  
TIM KOORDINASI PEMULIHAN PARIWISATA BALI.

Susunan Keanggotaan Tim Koordinasi Pemulihan Pariwisata Bali :

- Pelindung : 1. Gubernur Bali  
2. Ketua DPRD Provinsi Bali  
3. Bupati/Walikota se-Bali
- Pengarah : Sekretaris Daerah Provinsi Bali
- Ketua Umum : Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Bali
- Ketua Harian : Ketua Bali Tourism Board
- Sekretaris : Sekretaris Bali Tourism Board
- Wakil Sekretaris : Kepala Bagian Tata Usaha Dinas Pariwisata Provinsi Bali
- Bendahara I : Anak Agung Ngurah Lanang Bagus, SE, M.Si (Kasubbag Anggaran Rutin  
Biro Keuangan Setda Provinsi Bali)
- Bendahara II : I Gusti Ayu Purnamawati (Anggota Bali Tourism Board)
- Kelompok Kerja  
Koordinator : I. Promosi Dalam Negeri  
Anggota : Alwi Baria ( Anggota ASITA Bali)  
1. Drs. I Putu Sudiarta (Kasubdin Sumber Daya Pariwisata Dinas Pariwisata  
Provinsi Bali)  
2. Narima M. Yusof (Anggota ASITA Bali)  
3. Paul F. Tallo (Anggota Bali Tourism Board)  
4. Cokorda Bagus Wira Pemayun ( Anggota Bali Tourism Board)  
5. Uun Setiawan (General Manager Garuda Indonesia)  
6. Drs. Budiarto, MM. (Kepala Seksi Kepabeian IV Kantor Bea & Cukai  
Ngurah Rai)  
7. Drs. I Gusti KOMPIANG Adnyana, MM (Kepala Bagian Tata Usaha Kantor  
Imigrasi Kelas I Khusus Ngurah Rai)  
8. Putu Puja Supradnyana (Manager Personalia & Umum PT (Persero)  
Angkasa Pura I Ngurah Rai)  
9. Drs. I Gusti Ketut Purnaya, SH, M.Si (Direktur Operasi PT (persero) BIRD)  
10. Hadi Taryoto (Dewan Kehormatan Bali Tourism Board)
- Kelompok Kerja  
Koordinator : II. Promosi Luar Negeri  
Anggota : Ida Bagus Ngurah Wijaya ( Wakil Ketua II Bali Tourism Board)  
1. Drs. M. Hasan Rachmani ( Kakanwil Ditjen Pajak Bali)  
2. Nyoman Suamba SS (Kasubdin Promosi Pariwisata Dinas Pariwisata  
Provinsi Bali)  
3. Yusar Sofyan, SE (Kepala Bidang Pendaratan dan Ijin Masuk Kantor  
Imigrasi Kelas I Khusus Ngurah Rai)  
4. Uun Setiawan (General Manager Garuda Indonesia)  
5. I Gusti Ngurah Putu Ambara (Kepala Seksi Promosi Pariwisata  
Dinas Pariwisata Provinsi Bali)  
6. Makiko Iskandar (Ketua Bali Rasa Sayang)

Kelompok Kerja  
Koordinator  
Anggota

III. Komunikasi dan Publikasi

- : Jack M Daniel (Tokoh Pariwisata Bali)
1. Anak Agung Bagus Netra, S.Sos (Kepala Biro Humas dan Protokol Setda Provinsi Bali)
  2. Drs. I Gusti Ngurah Sujana (Kepala Bidang Komunikasi Media Badan Informasi dan Telematika Daerah Provinsi Bali).
  3. Drs.I Nyoman Wardawan (Kepala Seksi Pelayanan Informasi Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Bali)
  4. Dra. Endang Kusumawati (Ka.Sub Bag. Hukum dan Humas Dinas Pariwisata Provinsi Bali)
  5. Ketut Jaman (Anggota ASITA Bali)
  6. Dwi Yani SM (Anggota ASITA Bali)
  7. Luh Eka Mahadewi (Kasubag Humas Sekolah Tinggi Pariwisata Bali)

Kelompok Kerja  
Koordinator  
Anggota

IV. Kerjasama

- : Ir.Tjok Oka Artha Ardhana,M.Si. (Wakil Ketua I Bali Tourism Board)
1. Drs. Dewa Ketut Ardhana (Kasubdin Pengembangan Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Bali)
  2. Ir Made Mandra, M.Sc (Direktur Utama PT (Persero)BTDC)
  3. AKBP I Gusti Ketut Budiarta, SII (Direktur Pengamanan Pariwisata Polda Bali)
  4. Putu Arya Gunawan (Sekretaris Kesbang dan Linmasda Provinsi Bali)
  5. Wayan Pasek (Anggota Masyarakat Pariwisata Indonesia Bali)
  6. Ida Bagus Kumbayana (Anggota PHRI Bali)
  7. AL Purwa (Ketua PATA Bali-NTB).



GUBERNUR BALI,

DEWA BERATHA





**SURAT KEPUTUSAN**

NOMOR: 001/BTB/SK/X/2005

tentang:

TIM RESCUE BOM 1 OKTOBER 2005 JIMBARAN – KUTA



**Menimbang**

: Bahwa ledakan bom tanggal 1 Oktober 2005 Jimbaran – Kuta mengharuskan Bali Tourism Board membentuk Team Rescue.

**Mengingat**

: Hasil Keputusan Rapat Bali Tourism Board tanggal 2 Oktober 2005.

**Menetapkan**

: Membentuk Team Rescue sebagai berikut:

1. Rumah Sakti Sanglah:

- PHRI
- Gahawisri
- MPI
- PUTRI

2. Airport:

- HPI
- Pawiba
- Asita
- Bali Village

3. Media Centre:

- Asita
- BHA
- STP



SIPCO



PUTRI

Surat keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan akan segera diadakan perbaikan seperlunya.



PATA



Tembusan:

1. Kementerian BudPar
2. Gubemur Bali
3. Kepala Dinas Pariwisata Bali
4. Stakeholder
5. Arsip



**BALI VILLAGE**  
*The Spirit*



Ditetapkan di: Denpasar  
pada tanggal: 2 Oktober 2005

BALI TOURISM BOARD

Sagus Sudibya  
Ketua



28/5/06

## Bali Tourism Board Secretariat

Gedung Dinas P

Jl. Raya Puputan No. 41

Dempasa

Phone: 62 361 235600 Fax: 62 361

Website: www.bali-tourism-board

E-mail: info@bali-tourism-board



### SURAT KEPUTUSAN

NOMOR: 004/STB/SK/II/2006

tentang:

#### **BADAN PENGAWAS INTERNAL PENGELOLAAN DANA PEMULIHAN BALI PASCA BOM JIMBARAN-KUTA 2005**



Menimbang :

- BALI TOURISM BOARD**
- Bahwa dalam rangka pemulihan Bali perlu dilakukan langkah-langkah yang terpadu sehingga sasaran yang dituju dapat tercapai secara tepat dan cepat.
  - Bahwa dana yang dikeluarkan oleh Menkoekuin melalui Menbudpar dalam rangka pemulihan Bali perlu diawasi agar pemanfaatannya menjadi tepat guna.
  - Hasil keputusan rapat *stakeholder* BALI TOURISM BOARD pada tanggal 11 Februari 2006 tentang perlu dibentuknya Badan Pengawas Internal BALI TOURISM BOARD tentang dana pemulihan Bali.



SIPCO

Mengingat :

- Kepres No.80 Tahun 2003 tentang Pedoman Pelaksanaan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah yang akan menjadi petunjuk dalam pengelolaan dana pemulihan Bali.
- Surat Keputusan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Nomor : KEP-59/M.EKON/10/2005 tentang Tim Koordinasi Penanggulangan Dampak Tragedi Bom Bali di Bidang perekonomian.
- Surat Keputusan Gubernur Bali Nomor : 470 A/03-E/HK/2005 tentang Pembentukan dan Susunan Keanggotaan Tim Koordinasi Pemulihan Pariwisata Bali.



PUTRI



Menetapkan :

### MEMUTUSKAN

KEPUTUSAN KETUA BALI TOURISM BOARD TENTANG BADAN PENGAWAS INTERNAL MENGENAI PENGELOLAAN DANA PEMULIHAN BALI PASCA BOM JIMBARAN - KUTA 2005.

- Badan Pengawas Internal terdiri dari anggota-anggota yaitu :
  - IGB Yudhara (Ketua merangkap anggota)
  - John Panca (anggota)
  - IGA Prana (anggota)
  - Hadi Taryoto (anggota)
  - Tjokorda Gede Putra Sukawati (anggota)



**BALI VILLAGE**  
The Spirit



- b. Badan Pengawas mempunyai tugas untuk mengamati jalannya pengelolaan dana pemulihan Bali yang dikelola oleh perusahaan yang telah ditetapkan oleh Menbudpar dan dapat memberikan masukan/saran kepada Ketua BALI TOURISM BOARD.
- c. Memberikan saran dan masukan kepada Ketua BALI TOURISM BOARD agar pengelolaan dana pemulihan Bali dapat dikelola dengan benar dan tepat sasaran.
- d. Badan Pengawas Internal ini bersifat *ad-hoc* dan dapat dibubarkan jika dianggap tugas-tugasnya telah selesai dalam rangka mengawasi pengelolaan dana pemulihan Bali.
- e. Dalam rangka melaksanakan tugas-tugasnya, dapat memanfaatkan segala fasilitas yang dimiliki oleh BALI TOURISM BOARD.
- f. Biaya-biaya yang ditimbulkan oleh kegiatan Badan Pengawas Internal dapat dibebankan kepada anggaran BALI TOURISM BOARD atau sumber-sumber lain yang tidak mengikat.

Surat keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan akan segera diadakan perbaikan seperlunya.

Ditetapkan di : Denpasar  
Pada tanggal : 14 Februari 2006



- Tembusan :
- Gubernur Bali
  - Kepala Dinas Pariwisata Bali
  - Stakeholder
  - Yang bersangkutan
  - Arsip



## Bali Tourism Board Secretaria

Gedung Dinas Pariwisata

Jl. Raya Puputan No. 41 - Reno

Denpasar - 8023

Phone: 62 361 235600 Fax: 62 361 23920

Website: www.bali-tourism-board.co

E-mail: info@bali-tourism-board.co



### SURAT KEPUTUSAN

NOMOR: 002/BTB/SK/X/2005

tentang:

TIM RECOVERY BALI PASCA LEDAKAN 1 OKTOBER 2005 JIMBARAN – KUTA



#### BALI TOURISM BOARD

**Menimbang** : Bahwa ledakan bom tanggal 1 Oktober 2005 Jimbaran – Kuta mengharuskan Bali Tourism Board membentuk Tim Recovery Bali dengan koordinator yang ditetapkan secara *ad hoc*.

**Menimbang** : Hasil Keputusan Rapat BTB tanggal 10 Oktober 2005

**Mengingat** : **MEMUTUSKAN**

- Menetapkan** I. Membentuk Team Recovery Bali sebagai berikut:
1. Tim Keamanan, Hubungan Kerja Antar Lembaga dan Penggalan Dana  
Koordinator : Tjok Oka Artha Ardana S. (PHRI)  
Anggota : Gusti Kompyang Aya (HPI)  
Made Mandra (BTDC)  
Perry Markus (PHRI)  
I B Kumbayana (PHRI)  
A A Bagus Cahaya S.M (PHRI)  
Al Purwa (PATA)  
Hadi Taryoto (BHA)  
Putu Antara (BTB)
  2. Tim Inbound  
Koordinator : Alwi Baria (Asita)  
Anggota : Ayu Pumamawati (Asita)  
Tjok. Wira Pelayun (Asita)  
Narima M. Yusof (PATA)  
Erawati (Asita)  
Ketut Ardana (Asita)  
Made Gede Wiyasa (Asita)  
Bagus Soediana (Pawilja)  
Made Sukadana (HPI)  
Hadi Taryoto (BHA)
  3. Tim Outbound  
Koordinator : Ngurah Wijaya (Bali Village)  
Anggota : M.J Daniels (Bali Update)  
Makiko Iskandar (Bali Rasa Sayang)
  4. Media Centre  
Koordinator : A.A Suryawan Wiranatha  
Anggota : M.J Daniels (Bali Update)  
Dwi Yani (Piknik)  
Sekretariat BTB



SIPCO



PUTRI



PATA



**BALI VILLAGE**  
The Spirit

II. Dalam melaksanakan tugasnya dapat memanfaatkan fasilitas dimiliki oleh BTB.

Surat keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan akan segera diadakan perbaikan seperlunya.

Ditetapkan di : Denpasar  
pada tanggal : 10 Oktober 2021



BALI TOURISM BOARD

Bagus Sudibya  
Ketua

Tembusan :

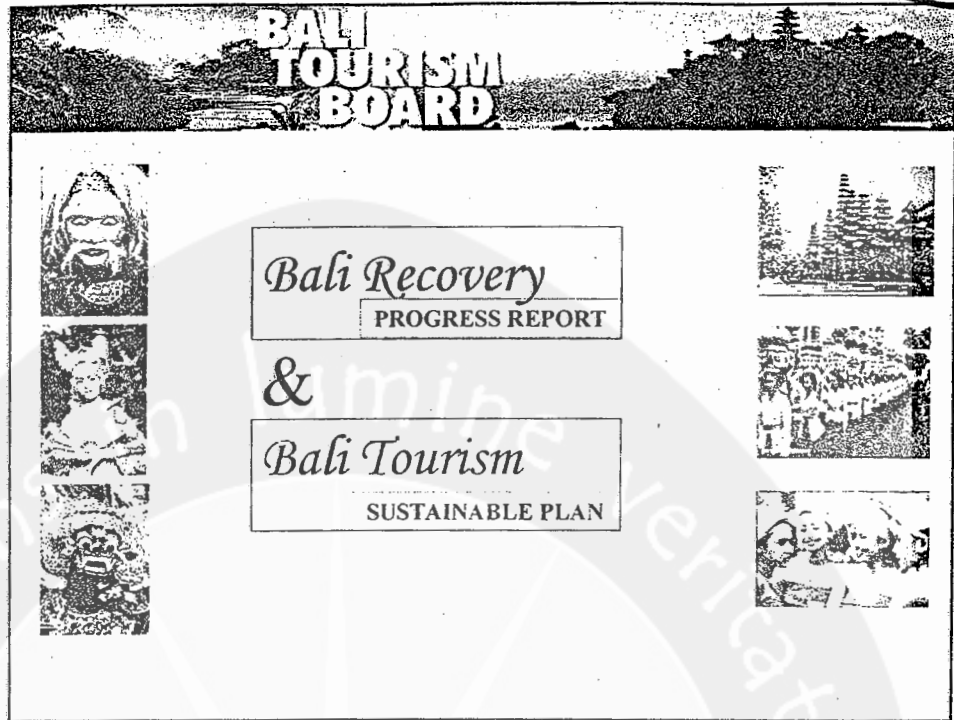
1. Kementerian BudPar
2. Gubernur Bali
3. Kepala Dinas Pariwisata Bali
4. Stakeholder
5. Arsip

pe  
Sampai 5/10

### SK PASCA BOM JIMBARAN-KUTA 1 OKTOBER 2005

NO.	TANGGAL	SK NOMOR	PERIHAL
1.	2 OKTOBER 2005	NOMOR: 001/BTB/SK/X/2005	TIM RESCUE BOM 1 OKTOBER 2005 JIMBARAN – KUTA
2.	10 OKTOBER 2005	NOMOR: 002/BTB/SK/X/2005	TIM RECOVERY BALI PASCA LEDAK 1 OKTOBER 2005 JIMBARAN – KUTA
3.	12 OKTOBER 2005	NOMOR : KEP-59/M.EKON/10/2005	TIM KOORDINASI PENANGGULAN DAMPAK TRAGEDI BOM BALI BIDANG PEREKONOMIAN
4.	20 OKTOBER 2005	NOMOR : 470 A/03-E/HK/2005	PEMBENTUKAN DAN SUSU KEANGGOTAAN TIM KOORDI PEMULIHAN PARIWISATA BALI
5.	6 DESEMBER 2005	NOMOR : 533/04-I/HK/2005	PEMBENTUKAN DAN SUSU KEANGGOTAAN BADAN KOORDI PENGAMANAN DAERAH BALI
6.	14 FEBRUARY 2006	NOMOR : 004/BTB/SK/II/2006	BADAN PENGAWAS INTER PENGELOLAAN DANA PEMULIHAN PASCA BOM JIMBARAN-KUTA 2005

COPY



**BALI TOURISM BOARD**

**Legalitas**

NO.	TANGGAL	SK NOMOR	DIKELUARKAN OLEH	PERIHAL
1	2 OKTOBER 2005	NOMOR: 001/BTB/SK/X/2005	BALI TOURISM BOARD	TIM RESCUE BOM 1 OKTOBER 2005 JIMBARAN - KUTA
2	10 OKTOBER 2005	NOMOR: 002/BTB/SK/X/2005	BALI TOURISM BOARD	TIM RECOVERY BALI PASCA LEDAKAN 1 OKTOBER 2005 JIMBARAN - KUTA
3	12 OKTOBER 2005	NOMOR: KEP-59/M.EKON/10/2005	MENTERI KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN	TIM KOORDINASI PENANGGULANGAN DAMPAK TRAGEDI BOM BALI DI BIDANG PEREKONOMIAN
4	20 OKTOBER 2005	NOMOR: 470 A/03-E/HK/2005	GUBERNUR BALI	PEMBENTUKAN DAN SUSUNAN KEANGGOTAAN TIM KOORDINASI PEMULIHAN PARIWISATA BALI
5	6 DESEMBER 2005	NOMOR: 533/04-1/HK/2005	GUBERNUR BALI	PEMBENTUKAN DAN SUSUNAN KEANGGOTAAN BADAN KOORDINASI PENGAMANAN DAERAH BALI
6	14 FEBRUARI 2006	NOMOR: 004/BTB/SK/II/2006	BALI TOURISM BOARD	BADAN PENGAWAS INTERNAL PENGELOLAAN DANA PEMULIHAN BALI PASCA BOM JIMBARAN-KUTA 2005

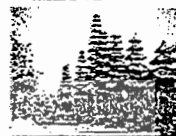


## Bali Recovery

PROGRESS REPORT

# Plan A

Recovery Bali atas dukungan Gubernur Bali dan Industri Pariwisata, yang dikoordinasikan oleh Bali Tourism Board



### Inbound -Familiarization

NO	Tanggal	FAM TRIP	Keterangan
1	6 -11 Oktober 2005	Japan's JATA mission	Dikuti oleh 12 orang
2	21-24 Oktober 2005	Mainland China	Dikuti 35 jurnalist Kerjasama dengan Garuda Indonesia
3	24-26 Oktober 2005	Fam Trip Pejabat, Tour Operator dan Travel Writer dari Malaysia	Dikuti oleh 70 orang Kerjasama dengan Airasia
4	27-30 Oktober 2005	Fam Trip delegasi JATA	Dikuti oleh 100 orang Kerjasama dengan Bali Rasa Sayang dan JTOA
5	25-30 Oktober 2005	Fam Trip Tour Operator dan Travel Agent dari Jepang	Dikuti 21 orang
6	25 Nov - 2 Des 2005	Fam Trip Diplomat Asing dan pengusaha yang berkedudukan di Seoul, Korea Selatan	Dikuti oleh 24 orang Kerjasama dengan NDBT
7	14-17 Des 2005	Fam Trip Jurnalis nasional	Dikuti oleh 32 orang Fam Trip Budpar
8	22-25 Des 2005	Fam Trip Jurnalis mancanegara yang memiliki perwakilan di Jakarta	Dikuti oleh 16 orang Fam Trip Budpar
9	22-25 Des 2005	Fam Trip komunitas Jepang yang tinggal di Jakarta (Indonesia)	Dikuti oleh 45 orang Fam Trip Budpar
10	27-30 Januari 2006	Fam Trip jurnalis dari Jepang	Dikuti oleh 4 jurnalist Kerjasama dengan Singapore Airlines



### Inbound Familiarization

NO	Tanggal	Fam Trip	Keterangan
11	18-21 Januari 2006	Fam Trip Hongkong	Dikuti oleh 12 Journalist Kerjasama dengan Singapore Airlines
12	31 Jan – 5 Feb 2006	Fam Trip Tour Operator & Travel Agent Prancis – 34	Dikuti oleh 34 TO/TA Kerjasama dengan Singapore Airlines
13	7-11 Feb 2006	Fam Trip Tour Operator Tokyo, Jepang	Dikuti oleh 11 orang TO Kerjasama dengan Singapore Airlines
14	7-14 Feb 2006	Fam Trip Tour Operator Osaka, Jepang	Dikuti 7 peserta Kerjasama dengan Singapore Airlines
15	13 Februari 2006	Fam Trip Tour Operator Jerman	Dikuti oleh 7 peserta Kerjasama dengan Singapore Airlines
16	17-20 Februari 2006	Fam Trip Jumals dari India, Sri Lanka, Uni Emirat arab, Afrika Selatan	Dikuti oleh 20 peserta Kerjasama dengan Singapore Airlines
17	20-24 Februari 2005	Fam Trip Malaysia Airlines	Dikuti oleh 25 Journalist Malaysia dan Eropa Kerjasama dengan Singapore Airlines

### Roadshow

NO	Tanggal	ROADSHOW	Keterangan
1	28 Okt-1 Nov 2005	Roadshow ke Jepang	Dihadiri oleh Gubernur Bali dan BTB dan Industri
2	24-28 Nov 2005	Roadshow ke Hanoi, Vietnam	Dihadiri oleh Disparda Prop. Bali, BTB dan Industri
3	14-17 Dec 2005	Roadshow ke Perth, Australia	Dihadiri oleh kadis Parda, BTB & Industri
4	6-8 Dec 2005	Roadshow ke India	Dihadiri oleh Disparda, BTB, anggota PHRI dan Industri
5	9-12 Feb 2006	Roadshow ke Perth, Australia	Dihadiri oleh Kapolda Bali dan Disparda Prop. Bali dan Industri

## Media Center

Pusat Informasi dan Press conference, berkenaan dengan Bom Bali dan langkah pemulihan, melibatkan nara sumber dari berbagai instansi terkait.

- Memfasilitasi Wartawan dalam dan luar negeri
- Mengumpulkan dan menyediakan data situasi terkini dan perkembangannya
- Meng-up date, web site – sehingga memudahkan para peminat data dan informasi

Kedepan, Media Center akan diarahkan untuk dapat menjadi pusat informasi yang mendukung penyebaran citra positif Bali dan mampu menjadi gerbang informasi Kepariwisata Bali – yang meliputi Tradisi, Seni, Budaya, pembangunan dan Investasi.



*onprogress*

## Kerjasama Pihak Ketiga

Bekerjasama dengan Pemda dan Polda Bali, merancang dan merealisasikan Bali Security council, yang selanjutnya dikoordinasi oleh POLDA BALI

### INDOSAT

penyediaan fasilitas komunikasi murah dan terpadu

- SMS lucky draw
- Bundle Flat Rate – dg. Kartu Matrix
- Web Hosting
- Video Conference facilities

### ZIOS

- 3D Photo – Souvenir
- 3D Postcard – Win Bali Holiday; [winbali.com]





## Plan B

Recovery Bali - atas dukungan Dana Nasional Recovery Bali yang dikoordinasikan oleh team Nasional pemulihan ekonomi, pasca tragedi Jimbaran dan Kuta, mengacu pada program yang telah disusun oleh BTB



### Inbound familiarization – Tour Operator



	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	jumlah
<b>FAM TRIP - TA</b>											
Europe		40	40	40			40	40			200
Asia (Exc. Japan)	20	20	20	20			20	20	25		145
Japan	75	75	75								225
Australia/NZ			20	50			50				120
ASEAN		20	20	20				40			100
India			20	20				20	20		80
Mid-east		20		20			20	20			80
Russia				20					40		60
	95	175	195	190	-	-	130	140	85	-	1,010



### Inbound familiarization - Journalist

	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	jumlah
<b>FAM TRIP - Journalist</b>											
Europe		10	10	10		10	10	10			60
Asia (Exc. Japan)			10	15					15		40
Japan	20						30				50
Australia/NZ			15	15	5	5		10	10	10	70
ASEAN		10	10	10			10	10	10	10	70
India		5	5	5			5	5	5	5	35
Mid-east		5	5	5			5	5	5	5	35
Russia			20	15							35
	20	30	75	75	5	15	60	40	45	30	395



### Outbound - Roadshow

	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
<b>Roadshow &amp; tradeshow</b>											
Europe	ROAD	ITB							ROAD	WTM	
Asia (Exc. Japan)		CTM		ROAD	ITE				ROAD		
Japan		ROAD						JATA			
Australia/NZ	PXPO			ROAD					ROAD		
ASEAN			ROAD					PATA	ROAD		
India					ROAD						
Mid-east				DTM							
Russia									CTS		
Europe	50										
Asia (Exc. Japan)	50										
Japan	50										
Australia/NZ	50										
ASEAN	50										
India	50										
Mid-east	50										
Russia	50										
	400										



### *Media Center*

- Mensinkronkan web site BTA dan BTB, sehingga informasi tentang Bali akan lebih komprehensive serta cost effective.
- Guna mempercepat proses, Media Center melalui dana recovery Bali akan memanfaatkan tenaga ahli *Web Content Editor & Interpreter* berbahasa Inggris, Jerman, Jepang – hal ini secara serta merta akan meningkatkan profile Bali di pasar dunia.
- Mengkoordinasikan serta memantau exposure Bali (PR, Editorial dan advertismcent) di dalam dan diluar negeri guna menjamin hasil positif.



### *EVENTS*

Salah satu indikator pulihnya situasi keamanan Bali dan kondusifnya situasi kepariwisataan adalah pelaksanaan Event yang melibatkan peserta atau penonton dalam dan luar negeri.

Sehingga kita sangat berkepentingan untuk menyelenggarakan berbagai event utamanya yang akan mendapatkan liputan media masa Nasional dan Internasional.

Nusa Dua Festival

Sister Island Games

Industry Golf Competition

Kuta Carnival

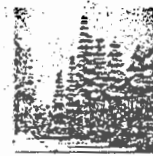
Quest for Global Healing

} Bali  
Tourism  
Festival 2006



## Plan C

*Bali Tourism*  
SUSTAINABLE PLAN



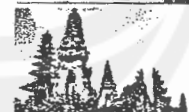
### Dasar Pemikiran

Bahwa Pariwisata menghasilkan USD 5 miliar atau 50 Triliun Rupiah per tahun. Dengan jumlah kedatangan 4.5 juta dan rata rata lama tinggal mencapai 5-6 hari

Bahwa seyogyanya kunjungan wisatawan ke Bali tidak hanya dihitung dengan direct arrival, karena beberapa penerbangan asing yang mengangkut wisatawan tidak langsung ke Bali (JAL, KLM, Luft, AF, Emirates, dll)

Memperhitungkan jumlah kamar yang tersedia saat ini (45 ribu/malam), dengan tingkat direct arrival sebesar 1.5jt dan LoS 5.5 hari, maka seharusnya occupancy di Bali hanyalah 27.94%.

Kenyataannya occupancy saat itu mencapai rata rata 6%, dengan formula yang sama seharusnya tingkat arrival setidaknya 4jt per tahun





Dengan asumsi wisatawan domestic mencapai 30% dari total wisatawan maka benarlah adanya bahwa 1.3jt wisatawan untuk Bali adalah indirect.

Berdasarkan penelitian Puslit BudPar UNUD bahwa pengeluaran wisatawan rata rata per orang adalah **US\$800/kunjungan**. Dapat diperkirakan devisa yang disumbangkan Bali dari Pariwisata mencapai **USD2.2m** setara dengan **Rp 21,3 Triliun**.

Apabila pendapatan **Devisa Nasional** dari pariwisata adalah **USD 5m**, maka kontribusi Bali setidaknya mencapai **45%**!

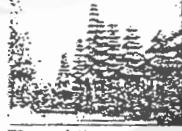
*Keberadaan Pariwisata Bali memang sepatutnya mendapat perhatian khusus.*



Mencermati pengalaman dalam menghadapi ... maka perlu adanya dana taktis yang dapat dicairkan setiap saat jika diperlukan. Hal ini sangat vital untuk menghindari potensial lost yang memperparah perekonomian Nasional

Sebagai ilustrasi sejak bulan October Bali kehilangan rata rata 2.000 wisatawan asing per hari, dengan rata rata pengeluaran **USD800**, maka setiap hari Kita kehilangan **USD1.6jt**, sehingga dalam periode Oct 05 – February 06, opportunity lost kita telah mencapai **USD 240jt**

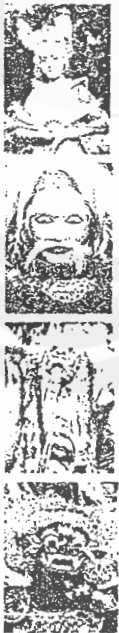
Kami yakin kita sepakat bahwa kepariwisataan Bali masih dapat dikembangkan lebih lanjut melalui pencitraan, pemeliharaan dan pengembangan produk serta pemasaran yang komprehensif.





Mengacu pada target pemerintah atas pertumbuhan ekonomi secara nasional sebesar 5% maka untuk menjaga kesinambungan, stabilitas serta memacu pertumbuhan pariwisata sebesar 5% tersebut, dibutuhkan dana untuk Pariwisata Bali setidaknya senilai USD 5jt per tahun dari komponen pemerintah. Dimana komponen swasta akan mengeluarkan nilai setara dalam bentuk program kerja industri berbasis kompensasi dan barter atau potongan harga (discount) bahkan at cost.

Mengingat bahwa Bali adalah merupakan kontributor devisa pariwisata terbesar (45%) maka seyogyanya Bali mendapat alokasi dana secara proporsional



#### Kemana Pariwisata Bali Kedepan?

Saat ini kepariwisataan Bali lebih terfokus sebagai "Holiday Destination" dengan ragam seni budaya, cinderamata dll.

Karakteristik utama Holiday maker adalah, menggunakan 'Uang pribadi' jadi sangat tergantung pada kekuatan ekonomi perorangan. Dan sangat subjective!.

Demi mengurangi efek ketergantungan dan sekaligus meningkatkan "potential buying power" maka perlu pasar MICE

Bali memiliki potensi besar untuk bisa menjadi MICE destination







### Peluang sebagai MICE Destination

World Health and well-being Travel Expo

World Culture and heritage Travel Expo

World Island Resort Travel Expo

World Handicraft Expo

World Textile Expo

World Heritage Architecture conference & Expo

World biodynamic conference



*Inspiring*

**BALI**

Bali Tourism Board

## Kegiatan Bali Media Centre

Bermodalkan inventaris BTB berupa komputer dengan operating system Windows 98, Processor AMD K6/950 MHz setingkat Celeron, memory 112 MB, dan hardisc 10 GB, serta e-mail menggunakan sistem *dial-up*, Tim Bali Media Centre membantu BTB menjalankan fungsi tugas **media center**.

Untuk mempercepat layanan informasi, fasilitas yang tersedia diperkuat dengan fasilitas milik Tim Editor *Piknik*. Rata-rata jumlah email – yang bertanya hal ledakan bom – masuk ke alamat info mencapai angka 250 email dari mancanegara per hari.

Selain menjalankan fungsi tugas media center, Bali Media Centre mereport dan melansir release dari kegiatan- kegiatan terkait ledakan Jimbaran dan Kuta. Kegiatan yang tercatat:

### **Bulan Oktober 2005**

#### **Rabu, 5 Oktober 2005 –**

BTB, melalui **Pokja Media Centre** memfasilitasi perjalanan wartawan peliput bom Jimbaran dan Kuta, melihat Bali pasca ledakan dan suasana perayaan Galungan. Wartawan di bawa ke Pura Taman Ayun, Mengwi, Badung. Saat itu wartawan bertemu dengan Bupati Badung yang baru usai sembahyang. Dua bus untuk wartawan radio dan cetak, sementara wartawan televisi membawa kendaraan masing-masing. Wartawan disiapkan pakaian adat sederhana (dari Budpar) untuk dikenakan ke pura Ulun Danu, Batur yang kemudian dilanjutkan dengan makan siang di Restoran Kintamani. Acara saat itu diikuti oleh 44 media cetak, media maya (e- news) dan radio, 13 televisi asing.

#### **Jumat, 7 Oktober 2005**

Bertemu Tim JATA di Melia Bali (release ke media), Pertemuan di kantor Garuda membicarakan perihal kerjasama *recovery* Bali dengan melansir 10 ribu tiket gratis.

#### **Jumat, 21 Oktober –**

Bertemu delegasi *Fam trips* wartawan China, Saigon, Vietnam di Wiswa Sabha (release ke media). Pertanyaan peserta saat itu dominan hal sistem keamanan, reaksi masyarakat Bali yang multi agama juga hal Otsus untuk Bali

#### **Selasa, 25 Oktober -**

Acara *famtrips* AirAsia (Mercure Hotel dan Jayasabha), (release ke media). Hadir Dubes Malaysia, CEO airAsia, Wagub Bali, Kapolda Bali, famtrips ini untuk membantu *recovery* Bali

#### **Jumat, 28 Oktober –**

Acara *table talk* - JATA di Hotel Padma Bali (release ke media) Pertanyaan masih hal sistem keamanan. Pada kesempatan ini mengemuka hal kesiapan JATA membantu BTB dalam operasional Media Centre.

Setiap Senin dan Kamis Bali Media Centre memfasilitasi jumpa press dari pihak Polda Bali, dan beberapa instansi terkait kepariwisataan serta dari pihak Bali Crisis Centre RSUP Sanglah.

**..... nor did we eat any one's food without paying for it .....**

Dalam bulan Oktober, Bali Media Centre mempublish 12 notulensi keamanan, (12 release), 6 release dari departemen pendamping – Disparda Badung, Humas

Badung, RS Sanglah, Administrator bandara Ngurah Rai, Imigrasi , AP I Ngurah Rai, (4 release acara) *up- date* berita di [www.tabloid piknik.com](http://www.tabloid piknik.com).

Memasuki minggu ke dua, pertanyaan- pertanyaan mulai lebih detail dan tidak dapat dijawab secara kolektif. Seperti hal sistem keamanan kawasan, korban, tingkat hunian dan reaksi masyarakat Bali.

Minggu ke tiga, pertanyaan media di luar negeri makin selektif dan hanya meminta *up-dating* data, situasi dan kondisi Bali pasca ledakan 1 Oktober. Namun dari kalangan *traveler, travel agent, retailer* dominan mempertanyakan tawaran tiket gratis Garuda.

### **Kegiatan bulan November 2005**

Bali Media Centre melansir alamat email tersendiri yaitu [mediacentre@bali-tourism-board.com](mailto:mediacentre@bali-tourism-board.com), email yang masuk sudah mulai menurun. Namun kualitas pertanyaan mulai bergeser pada dimensi analisis dampak bom pada sector- sector terkait khususnya disisi perekonomian dan secara psikologis, kelanjutan program aksi pemerintah Indonesia dan Bali hal keamanan. Untuk hal ini Bali Media Centre memanfaatkan kerjasama dengan Bali Crisis Centre yang berdiri pascabom 2002. Selain kegiatan rutin menjawab e-mail dan meng *up- date web-site*, Bali Media Centre melansir release kegiatan- kegiatan kepariwisataan di Bali ke media- media di Indonesia, luar negeri, KBRI dan pihak- pihak terkait melalui e-mail.

Tercatat dalam bulan November - Desember ada acara:

- Bali Jazz Festival
- Semiloka sistem keamanan di Bali
- Semiloka pengembangan destinasi
- Konferensi Birock di Pemuteran
- Famtrips pasar Inggris – Royal Brunei
- Famtrips domestic
- ASEM ke 4 hal keimigrasian
- UNESCAP
- Seminar UNWTO

#### **Rabu- 2 November -**

Bertempat di meeting room Asita Bali, Bali Media Centre BTB, Media Centre menggelar jumpa press hasil kunjungan ke Jepang atas undangan JATA. (release ke media dan *stake holder*)

----- libur idul Fitri, namun Bali Media Centre masih memberikan pelayanan informasi yang diperlukan media melalui telepon maupun e-mail-----

#### **Senin 7 November**

- Menyiapkan release rencana penyelenggaraan semiloka sistem keamanan Bali dan sistem keamanan terpadu yang telah dibentuk di masing- masing kawasan di Bali. Menyiapkan release Bali Jazz Festival.

**..... nor did we eat any one's food without paying for it .....**

### **Kamis 17 November**

- Gala dinner Bali Jazz festival di Kuta. (Release ke media dan KBRI, konsul di Bali)

### **Jumat 18 November**

- Penyelenggaraan semi loka Sistem Keamanan dan Kenyamanan di Bali bertempat di The Grand Hyatt hotel. (rekomendasi telah disusun dan di *up-date* di web. *Piknik* dan release telah disebar ke semua media serta ke *stake holder*).

Per 18 November acara Press Konference Polda Bali dipindahkan ke Mapolda Bali dengan alasan mempermudah mobilisasi petugas.

### **Senin 21 November**

- Berkaitan dengan upaya pencitraan Bali, Bali Media centre ambil bagian dalam publikasi penyelenggaraan Birock Conf di Pemuteran, Grokgak, Buleleng. Karena upaya konservasi disemua bidang memiliki nilai strategis bagi satu destinasi pariwisata. (Release ke media, KBRI, konsulat di Bali, kedutaan negara sahabat di Jakarta). Acara ini diikuti kalangan ahli dari 10 negara.

### **Selasa (22 – 23) November**

- Mengikuti Semiloka Pengembangan Destinasi pariwisata di Ramada Bintang Bali. (release ke media, KBRI. kedutaan negara sahabat di Jakarta)

### **.Rabu 30 November**

- Famtrips wartawan UK kerjasama Royal Brunei dan travel agent, hotel di Bali. (release ke media, KBRI)

Disebar lima notulensi delapan release dari aktivitas Bali Media Center – 11 berita di *piknik*

Selain menjawab e-mail dari rekan- rekan redaksi dan calon wisatawan yang hendak berlibur ke Bali, Bali Media Centre juga mendapat pertanyaan dari lima mahasiswa dari bidang study pariwisata, dua dari Perancis, satu orang domisili di Belanda, dua mahasiswa di Australia

## **Kegiatan Bulan Desember**

Memasuki bulan Desember, Bali Media Centre mendapat fasilitas *broadband* dan sebuah PC yang kapasitasnya memadai. Tim Bali Media Centre mulai melakukan penyempurnaan *web- site BTB*. Upaya ini memerlukan sedikit kesabaran, karena Tim Bali Media Centre harus memilih prioritas utama dari sekian banyak fungsi tugas sebuah media center.

Dua bulan pasca-ledakan di Jimbaran dan Kuta, email yang masuk rata- rata diatas 50 email, pertanyaan makin focus pada dampak ikutan penurunan angka kunjungan – dimensi multi dari sector pariwisata – dan tercatat 10 orang mahasiswa meminta asistensi penulisan tugas akhir yang mengambil topic bahasan Bali pascaledakan 1 Oktober.

Selain menjawab email dan mengup- *date* data, Media Centre juga mereport kegiatan di Bali :

..... *nor did we eat any one's food without paying for it* .....

**Senin 4 Desember**

- Kunjungan diplomat dan pengusaha Seoul di Plaga (release)

**Selasa 5 Desember**

- Acara ASEM ke 4 hal keimigrasian di Nusa Dua (release)

**Kamis 7 – 9 Desember**

- Mengikuti Workshop UNESCAP di Continental Hotel hal Kepariwisata dan Pengentasan Kemiskinan. (release)

**Sabtu 10- 12 Desember**

- Workshop UNWTO di Conrad. (release)

**Rabu 14 Desember**

- Presentasi di depan delegasi famtrips Journalist Nasional (release)

**Jumat , 16 Desember**

- Kerjasama penyelenggaraan seminar Tourism Base in Community di Klungkung. (release)

**Senin 19 Desember**

- Media briefing di Disparda dengan Karo Humas Pemprop, Kadisparda Bali, Ketua BTB dan Tim Roadshow India. (release)

**Kamis 22 Desember**

- Famtrips Journalist dari kantor berita asing perwakilan Jakarta (release)

**Jumat 23 Desember**

- Mengupayakan konfirmasi hal pengumuman TSA (Transportation Security Administration) – eksekutor standar ICAO hal keamanan di Bandara Ngurah Rai masih dibawah standar internasional. (release)

**Selasa 27 Desember**

- Bertemu Menhub, Meneg BUMN konfirmasi hal keseriusan pemerintah dalam pengamanan fasilitas bandara. (release)

**Kamis, 29 Desember**

- Memfasilitasi sejumlah media untuk wawancara dengan Dubes Malaysia di Indonesia dan Konsul Malaysia di Bali.(release)

**Sabtu, 31 Desember**

-Kerjasama dengan Seawalker untuk penyelenggaraan NewYears Nite Dive (NYND) 2005 – 2006, dengan target pencitraan Bali yang aman. (release ke media)

\*\*\*

*..... nor did we eat any one's food without paying for it .....*

## Kegiatan Tahun 2006

Berpedoman pada fungsi tugas media center, pada periode pelaksanaan program recovery Bali, Bali Media Centre mengimbangi kegiatan informatif, publikasi dan pendampingan media yang tercakup dalam program *famtrips*, *roadshow* dalam dan luar negeri serta dukungan event di Bali

Diluar tugas rutin, Bali Media Centre sepanjang bulan Januari 2006 *mereport* kegiatan di Bali:

### **Kamis 12 Januari**

Mengkordinir wartawan di Bali untuk mendapat penjelasan resmi dari Administrator Bandara Ngurah Rai, Manager Bandara Ngurah Rai dan pihak terkait hal pengamanan di bandara Ngurah Rai.

### **Sabtu 14 Januari**

Memfasilitasi pertemuan Assosiasi Toilet Indonesia dengan Yayasan Pembangunan Sanur dalam upaya pencitraan Bali dan Sanur sebagai destinasi wisata sehat dan ramah lingkungan baik bagi wisatawan dalam kondisi fisik normal maupun yang cacat/kurang sempurna. Sebagai penyeimbang berita- berita pascaledakan bom.

### **Senin 16 Januari**

Diskusi trend wisman hasil penelitian Puslit Budpar Unud.

### **Kamis 19 Januari**

Memfasilitasi pertemuan wartawan local dengan delegasi *famtrips* wartawan Hongkong.

### **Jumat 27 Januari**

Memfasilitasi wartawan local untuk liputan penerbangan perdana ValuAir dari Singapura ke Bali.

### **Sabtu 28 Januari**

Famtrips wartawan Jepang .

### **Senin 30 Januari**

- Memfasilitasi wartawan local bersama wartawan Jepang untuk mendapat penjelasan hal CCTV yang telah difungsikan di areal umum kawasan Sanur.
- Memfasilitasi JMB Production dan Bali Classical Centre penyelenggara acara Peace and Love from Bali In Valentine bertemu media.

### ***Kegiatan Bulan Februari***

Bali Media Centre merencanakan jumpa press rutin sekali dalam sebulan khusus untuk program BTB. Bali Media Centre tetap memfasilitasi pihak- pihak terkait berkaitan dengan penyebaran informasi bagi media di Bali maupun penyebaran informasi tersebut ke pihak- pihak terkait.

Bali Media Centre lebih intens menyiapkan pointer- pointer penting masing- masing pasar wisata ke Bali untuk kelengkapan data bagi delegasi yang mengikuti roadshow BTB ke luar negeri maupun bagi media yang memerlukan informasi tersebut.

### **Catatan kegiatan yang melibatkan Tim Bali Media Centre di Bali:**

### **Rabu 8 Februari**

Peresmian Survaillens System di kawasan Sanur, Bali Media Centre mengkoordinir wartawan dan kameramen dari 48 media dalam dan luar negeri untuk menyebarkan informasi tersebut ke pembaca, pemirsa dan pendengar media bersangkutan. Sistem ini diresmikan Walikota Denpasar, dihadiri Kapolda Bali dan kalangan perwakilan Negara asing di Bali, wisatawan yang berlibur di kawasan Sanur dan masyarakat Bali.

**Kamis 9 Februari**

Penyelenggaraan Food Hotel Exhibition 2006 di BICC yang dibuka Direktur Pengembangan Destinasi Wisata BudPar Samudjo Parikesit.

**Selasa 14 Februari**

- Kunjungan JATA Commission ke Yayasan Pembangunan Sanur hal survaillens system berbasis CCTV di Sanur.
- Penyelenggaraan acara Peace and Love from Bali in Valentine di Bandara Ngurah Rai.
- Penyelenggaraan acara Say with Coral – adopsi terumbu karang pengganti bunga –
- Penyelenggaraan Sound of Peace. ( BTB mendukung semua acara- acara tersebut, sebagai salah satu upaya pencitraan Bali)

**Rabu, 15 Februari**

Media briefing hal program recovery Bali di media centre bagi media yang berkantor di Bali.

**Jumat 17 Februari**

- Bali Media Centre memfasilitasi media cetak, radio, televise bertemu penyelenggara Lomba Ogoh-ogoh serangkaian HUT Pemkot Denpasar di Sanur. Lomba diselenggarakan tanggal 24 Februari sore.
- Famtrips wartawan Asia Barat dan Afrika.



**Sabtu 18 Februari**

Peresmian Culture World Forum di GWK-oleh Presiden.

**Selasa 21 Februari**

Famtrips wartawan Malaysia dan Eropa, kerjasama Malaysia Airlines dan Palmas Tour.

**Kamis, 23 Februari**

Famtrips 31 travel agent, wholesaler Jerman kerjasama Singapore Airlines

**Jumat, 24 Februari**

- Musda Gahawisri Bali, terpilih Yos K Amerta

- Lomba Ogoh-ogoh di Sanur.

**Sabtu 25 Februari**

Seminar dan Workshop Pariwisata Bali (Kadin Bali).

**Senin 27 Februari**

-Memperbaiki data- data yang ada di *web-site*.

-Release hal kunjungan ke Bali berdasar data terbaru.

***Kegiatan Bulan Maret 2006***

Bali Media Centre, selain menjalankan fungsi tugas media centre untuk Bali Tourism Board dan pelaksanaan program pemulihan kepariwisataan Bali, juga merepot kegiatan di Bali:

**Kamis, 2 Maret**

Mendampingi famtrips dari China, Canada dan Norwegia.

**Senin, 6 Maret**

Mendampingi media lokal bertemu famtrips India (rombongan di Bali s.d 9 Maret)

**Rabu, 8 Maret**

Mendampingi media lokal bertemu famtrips Eropa (di Bali s.d 11 Maret)

**Kamis, 9 Maret**

Mendampingi media lokal bertemu famtrips dari Banglades (di Bali s.d 12 Maret)

**Rabu, 15 Maret**

Mendampingi media lokal bertemu famtrips dari Taiwan (di Kuta Paradiso)

**Kamis 16 Maret**

Menyiapkan bahan release roadshow Jerman

**Jumat, 17 Maret**

Menyiapkan bahan release Guangzhou- China.

***Kegiatan Bulan April***

Selain menjalankan fungsi tugas rutin media center, Bali Media Centre juga membantu sekaligus menjadi peserta aktif penyelenggaraan Pelatihan Jurnalistik Kepariwisata. Acara diselenggarakan, Badan Pengembangan Sumber Daya Pariwisata, Depbudpar bekerjasama dengan BTB, di Candi Dasa, Karangasem.

Pelatihan dilakukan 7 April s.d 9 April, termasuk *fieldtrips reportase* potensi daerah dan penulisan dan penayangan hasil reportase. Menghadirkan tutor KaLitbang Depbudpar, Prof Pitana dan journalist senior TTG Asia Mimi Hudoyo. Diikuti 35 peserta dari media cetak, radio, *media on-line* dan televisi yang bertugas di Bali.

Menyiapkan bahan roadshow ke Jepang, berupa informasi terkini, terbaru di Bali yang menjadi perhatian pasar Jepang. Mencari informasi posisi Bali di pasar Jepang, citra Bali di mata warga Jepang.

Bali Media Centre mencoba menyempurnakan isi *web-site* BTB dan sepanjang bulan April mereport kegiatan di Bali:

**Senin, 3 April**

Mendampingi media lokal bertemu rombongan famtrips dari Dhaka

**Selasa, 4 April**

Mendampingi media bertemu rombongan famtrips Korea Selatan

**Sabtu, 8 April**

Mendampingi media lokal bertemu rombongan famtrips China

***Kegiatan bulan Mei***

Kasus flu burung di beberapa daerah di Indonesia, menuntut semua pihak meningkatkan kewaspadaan. Sejumlah pertanyaan masuk melalui e-mail Media Centre, mempertanyakan penatalaksanaan kasus tersebut di Bali, kebijakan pemerintah daerah dan komitmen peternak.

***Bali Media centre*** melakukan wawancara dengan kepala daerah di mana kasus ternak mati ditemukan. Meminta pernyataan resmi Pemda Bali hal penanganan flu burung dan penatalaksanaan perunggasan di Bali. Bali sendiri telah menetapkan Satgas Flu Burung dibawah koordinasi Sekda Bali dan Pelaksana Harian Dinas Kesehatan Bali.

Kegiatan penting yang di report *media centre* di Bali;

**Senin, 26 Mei**

Launching Visit ASEAN Pass bagi industri

**Jumat, 19 Mei**

Launching American Exspress Select Ultimately Bali 2006

**Seni, 29 Mei**

Famtrips journalist dan whole saler dari Australia

**Kegiatan Juni**

Libur sekolah bertepatan dengan pesta budaya di Bali, berpengaruh juga terhadap aktivitas permintaan melalui e-mail ke Bali Media Centre dari kalangan wisatawan domestik. Pertanyaan hal keamanan bagi mereka yang ingin menikmati liburan di Bali, alternatif kawasan wisata di luar Kabupaten Badung. Sementara dari luar negeri dominan mempertanyakan kondisi Bali pada masa pelaksanaan program pemulihan pariwisata Bali. Tingkat hunian hotel, lama tinggal, daya beli, harga jual produk wisata, posisi dibandingkan periode sama tahun sebelumnya.

Selain melaksanakan fungsi tugas media center, sepanjang bulan Juni, Bali Media Centre mereport kegiatan di Bali:

**Kamis, 1 Juni**

Mendampingi media melakukan liputan panen rumput laut, mengimbangi berita pelaksanaan program recovery Bali.

**Sabtu, 3 Juni**

Menyiapkan informasi hal flu burung terkini.

**Selasa, 6 Juni**

Memfasilitasi dan mendampingi media televisi ke Tabanan liputan Festival Tari Oleg Tambulilingan dan Kebyar Terompong International. Acara dibuka Menbudpar dan berlangsung s.d 10 Juni.

**Jumat,9 Juni**

Liputan aksi budaya dan sport yang digelar Ekstra Jos dengan Nyoman Gunarsa di Puputan Badung.

**Sabtu,10 Juni**

Memfasilitasi dan mendampingi media liputan acara Geret Pandan – Tenganan, Manggis, Candi Dasa. Setelah liputan, dialog dengan Wakil Bupati Karangasem. Beberapa saran disampaikan teman- teman media untuk mempercantik Desa Tenganan tanpa kehilangan ketradisionalannya. Rombongan kembali ke Denpasar Minggu, 11 Juni setelah menambah liputan hari kedua acara Geret Pandan.

**Rabu, 14 Juni**

Pekan Anggrek Nasional ke II, tempat Kuta Galeria (Central Parkir Kuta)

Acara berlangsung sampai 20 Juni, Bali Media Centre membantu penyebaran informasi sebagai penyeimbang berita recovery.

**Jumat, 16 Juni**

Mendampingi ESPN wawancara Ketua BTB, Kapolda, Kadisparda dan pengambilan gambar aktivitas wisata di Bali.

**Sabtu, 17 Juni**

Mendampingi ESPN/HJ Production liputan Pesta Kesenian Bali – pembukaan di Renon, acara lain di Art Centre. (s.d 15 Juli)

**Kamis, 22 Juni**

Jumpa press hal Bali Tourism Festival dan Festival Nusa Dua

**Jumat, 23 Juni**

Jumpa press program sms berhadiah kerjasama BTB dan Indonsat.

**Sabtu, 24 Juni**

Mendampingi courtesy call famtrips Vietnam yang diterima Dewan Anggota, Ketua Asita, Ketua HPI.

**Senin, 26 Juni**

Sosialisasi ASEAN Pass di Sanur Beach, kepada masyarakat.

***Kegiatan bulan Juli***

Bulan Juli, bulan layangan di Bali. Ajang tahunan ini sangat diminati pecinta layangan di dunia dan penyelenggaraan di Bali merupakan perjalanan terakhir dari serangkaian festival layangan di Indonesia. Peserta mancanegara sebelum mengikuti ajang di Bali dipastikan mengikuti ajang yang sama di Jakarta, dan di Jawa Barat.

Selain ajang Kite Festival bulan Juli ini di Bali juga diselenggarakan acara "Baligia bagi pahlawan Nasional I Gst Ketut Jelantik" dari Puri Jelantik Anyar, Kelodan, Karangasem.

Tim Bali Media Centre pada 21 s.d 24 Juli mengikuti ajang Sumatera Travel Fair, selain sebagai undangan media dari tuan rumah penyelenggara, juga membantu industri dari Bali yang ambil bagian dalam acara ini.

Bali Media Centre juga mereport kegiatan di Bali:

**Sabtu, 8 Juli**

Global B to B Network British Chamber of Commerce the Euro Export Network & KSBA

**Minggu, 9 Juli**

Baligia di Puri Jelantik Anyar, Kelodan, Karangasem.

**Sabtu, 15 Juli**

Malam final Bali Tourism Ambassador – Discovery Kartika Plaza.

**Minggu, 16 Juli**

Ubud Festival s.d 17 Agustus

**Senin, 17 Juli**

Festival Jatropha (Festival Olahan Buah Jarak)

Di Sanur – Uji emisi

- Food festival yang diolah menggunakan bbm minyak jarak
- Parade lampion dan obor dengan lampu minyak jarak
- Kecak menggunakan lampu minyak jarak

**Kamis, 20 Juli**

Padang Galak Kite Festival, diikuti 1000 layangan dari pelayang Indonesia, Jepang, Australia, Amerika dan Denmark.

*Bali Media Centre 19 Juli s.d 24 Juli berada di Medan untuk mengikuti acara Sumatera Travel Fair atas undangan Sumatera Tourism Board.*

**Sabtu, 29 Juli**

Workshop Culinary di Inna Shindu

### ***Kegiatan Agustus***

Kegiatan Tim Bali Media Centre cukup padat. Selain menjalankan fungsi tugas rutin, Bali Media Centre membantu penyelenggaraan sejumlah event, mendampingi media liputan ke daerah, mendampingi media asing, televisi asing dan production house yang melakukan peliputan khusus di Bali.

Bali Media Centre juga diminta menangani media center Sanur Village Festival yang diselenggarakan 25 s.d 27 Agustus. Membantu pertemuan media dengan Pemkab Jembrana terkait event budaya dan HUT Kota Negara, serta sejumlah event terkait hari Kemerdekaan RI diselenggarakan di beberapa kawasan.

Bali Media Centre juga mereport kegiatan di Bali:

#### **Rabu, 2 Agustus**

Jumpa press Free Ride di Bendega dan Sanur Village Festival

#### **Jumat, 4 Agustus**

Jumpa press Pemkab Jembrana

#### **Rabu, 9 Agustus**

Asistensi HJ/ESPN shooting terkait publikasi Tanah Lot Kite Festival

#### **Kamis 10 Agustus**

Asistensi media China "People's Daily China", liputan khusus Bali terkini serangkaian pelaksanaan program recovery.

#### **Sabtu, 12 Agustus**

Mengkoordinir media liputan Festival Layang-layang di Tanah Lot

#### **Minggu, 13 Agustus**



Mengkoordinir media liputan Makepung Bupati Cup di Jembrana.

**Kamis, 17 Agustus**

Mendampingi media liputan Festival Hari Kemerdekaan di Kanal Semawang

**Sabtu, 19 Agustus**

Mendampingi media lokal bertemu media Vietnam

**Kamis, 24 Agustus**

Mendampingi media local bertemu media Famtrips Jepang

**Jumat, 25 Agustus**

Pelaksanaan Sanur Village Festival - Sanur s.d 27 Agustus

Mengkoordinir media untuk liputan pelatihan ekowisata di Inna Sindhu

**Sabtu, 26 Agustus**

Membantu Pemkab Buleleng bertemu media lokal untuk penyelenggaraan acara Buleleng Fly In.

**NOTE:**

*Tim Bali Media Centre, terlibat aktif dalam penyelenggaraan Sanur Festival berdasarkan permohonan resmi penyelenggara festival ke BTB.*

**Kegiatan Bulan September**

Tercatat sepanjang bulan September, sejumlah media asing berada di Bali untuk liputan acara budaya, sport dan pariwisata. Bali Media Centre mendampingi liputan media televisi Aljazeera, HJ/ESPN dan televise BBC dan mengkoordinir media lokal

Mengkoordinir media liputan Makepung Bupati Cup di Jembrana.

**Kamis, 17 Agustus**

Mendampingi media liputan Festival Hari Kemerdekaan di Kanal Semawang

**Sabtu, 19 Agustus**

Mendampingi media lokal bertemu media Vietnam

**Kamis, 24 Agustus**

Mendampingi media local bertemu media Famtrips Jepang

**Jumat, 25 Agustus**

Pelaksanaan Sanur Village Festival - Sanur s.d 27 Agustus

Mengkoordinir media untuk liputan pelatihan ekowisata di Inna Sindhu

**Sabtu, 26 Agustus**

Membantu Pemkab Buleleng bertemu media lokal untuk penyelenggaraan acara Buleleng Fly In.

**NOTE:**

*Tim Bali Media Centre, terlibat aktif dalam penyelenggaraan Sanur Festival berdasarkan permohonan resmi penyelenggara festival ke BTB.*

**Kegiatan Bulan September**

Tercatat sepanjang bulan September, sejumlah media asing berada di Bali untuk liputan acara budaya, sport dan pariwisata. Bali Media Centre mendampingi liputan media televisi Aljazeera, HJ/ESPN dan televise BBC dan mengkoordinir media lokal

melakukan sejumlah liputan di luar Denpasar dan Badung. Tentu dengan tetap menjalankan tugas rutin yang harus diselesaikan.

*Report* kegiatan di Bali sepanjang bulan September yang melibatkan Bali Media Centre :

**Jumat, 1 September**

- Penyelenggaraan Free Ride National – s.d 9 September
- Penyelenggaraan Buleleng Fly In di Singaraja – s.d 5 September
- Penyelenggaraan Bali Tourism Festival 2006 :
  - Festival Nusa Dua
  - Sisters Island Games 2006

**Sabtu, 16 September**

- Pelaksanaan Kuta Karnival s.d 24 September
- Pelaksanaan Sea Bali a Culture Indulgence s.d 26 September

**Rabu, 20 September**

Penyelenggaraan acara Grebeg Aksara, 7 Abad Bhineka Tunggal Eka, acara ini mendapat perhatian sejumlah televisi asing.

**Kamis, 21 September**

Jumpa press hal Cakolosal

**Rabu, 27 September**

Mendampingi media ke acara gladi resik kecak Kolosal Tanah Lot, sekaligus orientasi tempat untuk memudahkan peliputan.

**Kamis, 28 September**

-Penyelenggaraan Kuta Karnival s.d 3 Oktober

-Pelatihan SDM untuk pemasaran objek dan destinasi wisata

**Jumat, 29 September**

-Mendampingi media local dengan anggota famtrips jurnalist USA, Australia, UK, India dan China – di Bali s.d 7 Oktober

-Penyelenggaraan Cak kolosal di Tanah Lot

**Sabtu, 30 September**

-Penyelenggaraan Ubud Writer's and Reader Festival s.d 3 Oktober

**NOTE:**

*Asistensi untuk TV Aljazera, TV BBC dan HJ/ESPN melibatkan sdr. Nikko (Runner-up Bali Tourism Ambassador)*

**Kegiatan Bulan Oktober**

Bulan Oktober, bulan penting bagi pasar Australia terkait ledakan bom 2002. Sampai tahun 2006 ini masyarakat Australia menjadualkan acara peringatan hari naas 12 Oktober tersebut. Posisi tersebut juga mengundang media lokal, nasional maupun internasional untuk tetap berada di Bali. Bagi masyarakat luar apapun yang dilakukan pada bulan Oktober di Bali menjadi informasi menarik, bisa bernilai positif bisa negatif. Kewajiban media center adalah memberi informasi dan menjawab secepat mungkin pertanyaan-pertanyaan yang masuk melalui e-mail maupun telepon langsung tanpa melupakan akurasi informasi tersebut.

Bali Media Centre juga menyiapkan data profile pasar India, Belanda, Belgia untuk kepentingan *famtrips* dan *roadshow*. Selain melaksanakan tugas rutin, Bali Media Centre mereport kegiatan di Bali:

**Minggu, 1 Oktober**

-Liputan acara *Love & Peace in Painting Exhibition* – s.d 21 Oktober di Monumen Perjuangan Masyarakat Bali (Bajra Sandhi, Denpasar), menampilkan lukisan karya “Komunitas Perupa Tamiang Bali“

**Sabtu 7 Oktober**

Meditasi massal untuk perdamaian dunia (*Silence in Full Moon* ) di Pantai Sanur (Pantai Grand Bali Beach Hotel) dengan peserta komponen masyarakat lokal dan wisatawan. Pencerah dan pemandu meditasi dipercayakan kepada Bpk. Gede Prama.

**Minggu, 8 Oktober**

*Love & Peace Live in Concert*, di Panggung Terbuka Arda Candra (Art Centre), Denpasar, menampilkan Balawan ‘Magic Fingers & Batuan Ethnic Fusion’ serta artis-artis Nyanyian Dharma Foundation seperti Dewa Bujana, Trie Utami, Balawan, Sutha AFI, Ayu Laksmi, Widi Widiana, Lolot, Agung Wirasutha, Ocha serta beberapa band SMA sebagai musik pembuka.

**Senin, 9 Oktober**

Seminar “**Pariwisata dan Perdamaian**”, menampilkan 4 *keynote speakers* : mantan Menbudpar I Gede Ardika, Anand Krishna, Romo Muji Sutrisno, dan Bhikku Dhammasubho Thera. Bertempat di Sahid Hotel, Kuta – Bali

**Kamis 12 Oktober 2006**

Acara **Gema Perdamaian 2006**, di kawasan Monumen Bajra Sandhi, Renon Denpasar, dengan melibatkan tokoh-tokoh masyarakat dan masyarakat luas (multi etnis), mahasiswa dan siswa SMA di wilayah Denpasar dan sekitarnya.

### ***Kegiatan bulan Nopember***

Di bulan Nopember, BTB selaku pelaksana harian program pemulihan Bali selain menerima sejumlah grup *famtrips*, juga memanfaatkan *roadshow* misi kebudayaan sebagai ajang PR-ing di Eropa. Untuk itu diperlukan kesiapan informasi produk Bali bagi pasar- pasar terkait. Event besar Bali di Eropa adalah pagelaran kelompok Bajra Sandhi di beberapa kota.

Bulan Nopember ini, Bali Media Centre meningkatkan aktivitas pengambilan gambar di beberapa tempat di Bali, untuk mengisi gallery web-site BTB. Imej Bali yang ditampilkan dalam web- site, milik web-master Zeininteraktiv. Secara hukum, gambar tersebut tidak sah digunakan sebagai pelengkap pemberitaan media, karena kesulitan media sulit menetapkan *courtesy-* nya.

Selain menjalankan tugas rutin Bali Media Centre *mereport* kegiatan yang diselenggarakan di Bali:

#### **Rabu, 1 Nopember**

- Media briefing bagi media lokal Bali

- Mendampingi Bp. Bagus pada :

1. Dialog Interactive di Bali TV, dengan topik : Isu Penggunaan Dana Pemulihan Pariwisata Bali Pasca Bom Bali II, dihadiri oleh Bp. Henky (Budpar), Bp. Bagus Sudibya (BTB), Bp. Nurjaya (Kadisparda Prov. Bali), Bp. Usdek Mahardika (Komisi B DPRD).

2. *Meeting Stakeholder* dan Budpar, yang dihadiri oleh seluruh *Stakeholder* & Bp. Henky (Budpar), Bp. Djatmiko (Menkoperekonomian), dalam rangka pemaparan Realisasi Program Recovery Bali.

**3 November 2006**

Mendampingi Bp. Bagus pada : Undangan dari Komisi B DPRD Bali, penjelasan tentang Dana Recovery Bali.

**Senin, 6 Nopember**

Tsunami Early Warning System (TEWS) di Intercont hotel

**Selasa, 7 Nopember**

- Workshop kepariwisataan Karangasem
- Membantu mempersiapkan bahan presentasi Bp. Bagus Sudibya, untuk dipergunakan pada Seminar yang diadakan oleh PHRI Karangasem sebagai dimana Bp. Bagus sebagai Narasumber, yang dihadiri juga oleh Bp. I Gede Ardika (Mantan Menbudpar).

**Rabu, 8 November**

Mendampingi Bp. Bagus pada undangan DPD HPI (Sertifikasi Pramuwisata Bali ) sebagai Narasumber di UNHI.

**Kamis, 9 November**

- Menghadiri presentasi E-Marketing oleh Budpar dalam rangka pemulihan citra pariwisata Bali, yang dihadiri oleh seluruh Disparda Bali dan *Stakeholder* BTB.

Mempersiapkan bahan training (*train the trainer*) Bali is My Life.

**Jumat, 10 November**

-Mendampingi Bp. Bagus pada : Undangan menghadiri pembukaan Cartoon Exhibition.

**Sabtu, 11 November**

Mendampingi Bp. Bagus pada meeting stakeholder dengan agenda awal adalah membahas Program Kerja 2007, namun akhirnya berubah dan menghasilkan keputusan sebagai berikut : Melaksanakan rapat untuk penyusunan AD/ART dan menetapkan Bali Village untuk mengkoordinasikan rapat.

**Minggu, 12 Nopember**

- Assist pada Bali is My Life Industrial Launch di Hotel Patra Jasa yang diresmikan oleh Menbudpar, Bp. Jero Wacik
- Bali Is My Life launching di Patrajasa Resort and Spa

**Selasa, 14 Nopember**

- International Seminar Tropical Eco-Settlements
- Mendampingi P. Al Purwa, train the trainer, untuk sosialisasi Bali is My life.

Mendampingi Bp. Bagus pada Dialog dengan Jurnalis ASEAN di RRI, dengan topik :

Menjadikan ASEAN sebagai tujuan pariwisata dunia. Wawancara ini meliputi kepariwisataan pasca bom Oktober terutama mengenai keamanan dan juga prospek pariwisata ASEAN di mata dunia. Dan juga mendampingi Bp. Bagus menerima rombongan WFTGA (World Federation Tour Guide Assosiation) yang didampingi oleh Bp. Kandia sebagai Ketua DPP HPI.

**Rabu, 15 November**

Menerima rombongan WFTGA (World Federation Tour Guide Assosiation) yang didampingi oleh Bp. Kandia sebagai Ketua DPP HPI di BTB dan memberikan souvenir.

**Kamis, 16 Nopember**



Pembahasan Otonomi Khusus Bali dari sisi kepariwisataan

**Jumat, 17 November**

Mendampingi Bp. Bagus, wawancara dengan Oxford Business Group, Pewawancara dari Oxford, Mr. Jon, menanyakan seputar keadaan pariwisata di Bali

Mendampingi Bp. Bagus menghadiri makan malam di kediaman Bpk. Gubernur (dalam rangka menerima rombongan WFTGA).

**Senin, 20 dan 21 November**

- Mempersiapkan dokumen untuk rombongan yang akan menghadiri Indonesia-Rusia Forum di Moscow

**Rabu, 22 November**

Mendampingi Bp. Bagus, Ms. Zoe dan Mr. Guy pada audiensi dengan Kapolda Bali, Bp. Paulus Purwoko dan Direktur Pengamanan Wisata Bali, Bp. Budiarta.

Mendampingi Bp. Bagus pada Dialog Interactive di TVRI, dengan topik : Sosialisasi Penggunaan Dana Pemulihan Pariwisata Bali Pasca Bom Bali II.

**Kamis, 23 Nopember**

- Pertemuan kerjasama RI- Tunisia di Ubud

- Membantu mempersiapkan photo dokumen untuk Advetorial di media cetak lokal.

Mempersiapkan dokumen untuk rombongan yang akan berangkat ke Rusia dalam rangka menghadiri Indonesia - Rusia Forum yang akan diadakan tanggal 1 Desember 2006 – Lanjutan.

**Jumat, 24 Nopember**

- Seminar Otonomis Khusus Bali di The Grand Bali Beach

- Membantu mempersiapkan photo dokumen untuk Advetorial di media cetak lokal. Mempersiapkan dokumen untuk rombongan yang akan berangkat ke Rusia dalam rangka menghadiri Indonesia - Rusia Forum yang akan diadakan tanggal 1 Desember 2006 – Lanjutan.

**Minggu, 26 Nopember**

- Acara Woman Playwright di Inna Putri Bali, Nusa Dua

**Senin, 27 November**

- Assist untuk distribusi Bali is My Life collateral.

**Selasa, 28 Nopember**

- Mempersiapkan Booth di Westin dalam rangka International Spa Herbs & Natural Cosmetics Exhibition.

- Pertemuan ASEAN International Airport Association di Jimbaran

**Rabu, 29 Nopember**

- Pembukaan International Spa Herbs & Natural Cosmetics

**Kamis, 30 Nopember**

Expo Herbal Spa di BICC Nusa Indah

***Kegiatan Bulan Desember***

Menjelang tutup tahun, sudah menjadi kelaziman dunia informasi untuk meminta hasil analisis tahunan, data akhir dan rencana kegiatan ke depan. Permintaan *depthnews* dan gambar terbaru Bali lebih tinggi dibanding bulan- bulan sebelumnya. Begitu juga permintaan dari kalangan industri dari luar negeri tentang informasi kepastian acara-

acara tutup di Bali. Umumnya di luar negeri, hari kerja efektif bulan Desember hanya sampai pertengahan bulan.

Selain melaksanakan tugas rutin, Bali Media Centre mereport kegiatan di Bali:

**Jumat, 1 Desember**

Seminar Asosiasi PR Indonesia di Kuta

**Senin, 4 Desember**

- Workshop agrowisata di Inna Shindu – s.d 5 Desember
- Konperensi Dirjen Perhubungan Udara se Asia Pacific – s.d 8 Desember
- Mendampingi Bp. Bagus pada undangan sebagai pembicara Semiloka Wisata Agro, dihotel Sindhu.

**Selasa, 5 Desember**

Assist HJ Production untuk membuat rekomendasi, dalam rangka video shooting Bali is My Life character.

**Rabu, 6 Desember**

Mempersiapkan Bali is My Life banner, posters, brochure di ruang pertemuan Westin.

**Kamis, 7 Desember**

- Hadir pada dialog Wakil Presiden RI dengan industri pariwisata Bali dan pemerintah daerah Bali. Yang dihadiri oleh Wapres, Mendbudpar, Mentan, Mendiknas, Meneg BUMN, Gubernur Bali, Seluruh Bupati se Bali, Disparda se Bali, Stakeholder Pariwisata
- Memfasilitasi media mengikuti pertemuan industri dengan Wapress Yusuf Kalla

**Jumat, 8 Desember**

Memfasilitasi media local wawancara dengan Sekjen Budpar hal wisata kapal pesiar.

**Minggu, 10 Desember**

Festival Busana Nusantara di Kuta Galeria

**Senin, 11 Desember**

Assist Pak Jaman untuk buat rekomendasi PCO/EO, roadshow yang sudah berjalan.

**Selasa, 12 Desember**

- Workshop Ekowisata, fieldtrip ke Bangli
- Mendampingi Bp. Bagus, pada Semiloka Nasional Wisata Perdesaan.
- Mendampingi Bp. Bagus, wawancara dengan media Ajeg Bali.

**Rabu, 13 Desember**

- Menghadiri Rapat dengan Deputi IV Bidang Industri dan Perdagangan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian.
- Bersama Bp. Bagus, mengedit Notulen Dialog dgn Wapres di Westin (7Des'06), untuk selanjutnya dapat dikirimkan kepada Gubernur Bali dan ditembuskan ke Menbudpar.

**Kamis, 14 Desember**

- Mempersiapkan Surat pengantar kepada Gubernur, hasil pertemuan dengan Wapres dan Assist Zoe untuk menyebar BIML colateral brochure, banner...etc

**Jumat, 15 Desember**

Menerima Ibu Monique (majalah Jerman) dan P. Ben Sukma di BTB, untuk adv mengenai Bali dimajalah Jerman, sesuai petunjuk Bp. Bagus.

**Sabtu, 16 Desember**

Buat laporan kegiatan Media

**Selasa, 19 Desember**

Mendampingi Bp. Bagus, pada pertemuan dengan panitia Megibung Karangasem di ruang Asita

**Kamis, 21 Desember**

Mendampingi Bp. Bagus, interview dengan media cetak Patroli.

**Jumat, 22 Desember**

- Tirta Gangga Festival s.d 24 Desember

- Mendampingi Bp. Bagus, pada rapat koordinasi pembahasan warga asing yang nyambi jadi guide liar di Bendega Restaurant. Yang dihadiri oleh Disparda Bali, BTB, Imigrasi, DPD HPI, DPD ASITA, Look Asia Bali.

**Sabtu, 26 Desember**

Tsunami Drill di Sanur yang dihadiri Menristek, Menbudpar dan MenKLH (release sudah lebih awal disiapkan dan dikirim ke media)

**Senin, 28 Desember**

Mempersiapkan dan mendistribusikan Notulen Rapat Koordinasi pembahasan warga asing yang nyambi jadi guide liar.

**Selasa, 29 Desember**

Mempersiapkan bahan press conference (statistik).

**Rabu, 30 Desember**

Press Confrence di Ruang Rapat Asita, dalam rangka akhir tahun.

## Berita Wisata

### Penghargaan Internasional Buat Bali, Energi Baru Pariwisata

Jumat, 27 Juli 2007 17:50.03 WIB

Harry - Wisatanet.com

Bali tahun ini kembali mendapat penghargaan the best island of the word versi majalah Leisure, AS. Penghargaan ke-8 kali ini tentu akan sangat berarti bagi Bali di tengah banyaknya tantangan pariwisata di Indonesia mulai dari teror bom, larangan di sektor penerbangan hingga larangan berkunjung yang ujung-ujungnya berdampak bagi Bali sebagai destinasi utama pariwisata di negeri ini.

Menurut praktisi pariwisata Bali, Puspa Negara, penghargaan internasional di sektor pariwisata untuk Bali pasti akan berdampak meski tak secara langsung dan instan bisa dirasakan dalam waktu dekat. "Setidaknya dengan penghargaan luar negeri itu, bisa mengangkat citra pariwisata Bali," ujar praktisi pariwisata yang kini juga menekuni dunia politik di DPRD Badung.

Lebih lanjut Puspa mengungkapkan, jumlah turis yang ke Bali belakangan ini terus meningkat. Bahkan travel warning atau travel advisory yang dikeluarkan negara tertentu seperti ini tak digubris. Lihat saja warga AS tetap ramai ke Bali, padahal negara Paman Sam itu mengeluarkan peringatan larangan warga ke Indonesia. Bukan warga AS saja, wisatawan negara lainnya juga tetap mengunjungi Bali.

Menurutnya, penghargaan the best island itu tentu kalau bisa dilihat sisi positifnya telah memberi semacam energi baru bagi dunia kepariwisataan itu sendiri. Artinya kalangan pariwisata di daerah mesti tambah yakin kalau Bali masih tetap menjadi primadona. Daerah lain atau negeri ini boleh jadi dianggap tak aman, namun Bali mesti melihatnya dari sisi positif yakni Bali adalah lain dibandingkan yang lain. Ini sebuah energi bagi Bali ke depan untuk memacu lebih baik potensi pariwisatanya.

Dia berharap semua komponen kini mesti bergerak lebih giat lagi. Bukan hanya pelaku pariwisata juga pemerintah sendiri. Pemerintah daerah harus mampu memberi kenyamanan dan rasa aman bagi turis yang datang. Sehingga tak ada keraguan bagi turis yang berlibur ke Bali.

Sumber: [Balipost.com](http://Balipost.com)

### The World's Best 2006: Bali Pulau Terbaik di Dunia

Selasa, 01 Agustus 2006 13:01.26 WIB

widya - Wisatanet.com

**JAKARTA** – Dalam penghargaan The World's Best 2006 versi majalah Travel and Leisure, Bali dinobatkan sebagai pulau terbaik di dunia. Begitu juga dengan tiga hotel di Bali yang terpilih dalam 10 besar hotel terbaik di dunia.

Menurut Dirjen Pemasaran Depbudpar Thamrin B. Bachrie, hotel-hotel tersebut a.l. Hotel Four Season Resort di Sayan yang berhasil menyabet peringkat kedua, The Four Season Hotel di Jimbaran yang menduduki peringkat kelima dan Ritz-Carlton Bali Resort and Spa di peringkat ketujuh.

Thamrin menambahkan penghargaan tersebut diberikan berdasarkan hasil jawaban angket kepada 23.000 responden dari 915.000 pelanggan majalah tersebut.

Selain kategori hotel, majalah itu juga memberikan penghargaan kepada pulau, kota, hotel, maskapai penerbangan, kapal pesiar (cruiseline), penyewaan mobil, operator perjalanan dan spa terbaik di tingkat negara, benua dan dunia.

Dia mengungkapkan Bali terpilih sebagai pulau terbaik yang menjadi tempat terfavorit bagi tempat melancong di seluruh dunia. "Penghargaan sebagai pulau terbaik di dunia itu merupakan penghargaan tahun kelima yang berhasil disabet oleh Bali," ujarnya kepada Bisnis, akhir pekan lalu.

Penghargaan tersebut, lanjutnya, menunjukkan posisi Bali dan Indonesia masih menjadi magnet bagi destinasi wisata dunia. "Ini menunjukkan dari sisi daya tarik, Bali masih tetap kuat sebagai destinasi wisata dan tidak terpengaruh berbagai stigma tentang teroris, flu burung sampai gempa dan tsunami. Dunia luar terbukti bisa membedakan antara daya tarik dan citra sementara pada Indonesia."

Dia menambahkan prestasi tersebut harus mendorong Indonesia untuk mempercepat pemasaran pariwisata Tanah Air. Pemerintah, kata dia, akan mengembangkan isolated marketing bagi pemasaran pariwisata.

"Bukan pemerintah yang bilang Bali bagus, tapi pasar yang memilih. Bali tetap akan jadi lokomotif pariwisata. Ini harus jadi pemacu bagi industri pariwisata yang sedang terkena krisis citra."

Strategi isolasi sementara bagi daerah yang terkena dampak bencana, ujarnya, akan dilakukan untuk membangun citra pariwisata Indonesia secara keseluruhan. Isolasi sementara tersebut ditujukan agar citra Indonesia secara keseluruhan tidak terbawa oleh stigma tersebut.

"Tidak ada cara yang paling tepat, kecuali meningkatkan minat pasar dengan mengembalikan citra. Indonesia negara yang sangat besar. Bukan berarti bila di suatu wilayah terdapat bencana, maka daerah lain yang jaraknya ribuan kilo meter juga terkena dampak. Tapi, bukan berarti pemerintah akan menyinggalkan wilayah yang terkena bencana." (*Bisnis Indonesia*)



# **BALI TOURISM BOARD**

## **BALI TOURISM CAMPAIGN : BALI IS MY LIFE**

### **GUIDANCE DETAILS**

The ' Bali is my life ' campaign consists of essential elements that must be used to enforce brand recognition and consistency. Only by incorporating certain elements will we achieve the desired mass impact of the brand.

The introductory campaign is using the image of a young Balinese dancer and this will be followed later by a series of different advertisements focusing on different characters.

#### **THE CAMPAIGN**

The ' Bali is my life ' campaign consists of a series of advertisements that should always appear with our main ' Dancer ' advertisement as the launch if there are to be a series.

From the 8 different advertisements available the relevant advertisement subjects can be used to fit the relevant media and readership profiles.

**THE CAMPAIGN CONSISTS OF :**

- 1 : Dancer
- 2 : Chef
- 3 : Masseuse
- 4 : Painter
- 5 : Mask Sculptor
- 6 : Surfer
- 7 : School Girl
- 8 : Farmer

These advertisements can be adapted to a series of tactical promotional advertisements with the introduction of a special panel.



# THE ESSENTIAL ELEMENTS

The essential elements for the launch campaign will be :

## 1 : ' Bali is my life ' typographic logo

The ' Bali is my life ' typographic logo is specially produced and cannot be re-created in any other form. It must be used as supplied.

It must appear at the top of any material and is produced in a colour relevant to each particular layout colour scheme.

## 2 : Main headlines and sub-headlines and personal details

All must be set using Nuptial Script. Preferably using a colour relevant to each particular layout colour scheme.

## 3 : Body text and Signature slogan ( Welcome to Bali ... Welcome to my life )

All body text should be set in Univers light or bold. Preferably in black or reversed out white. However other colours relevant to each particular layout colour scheme are acceptable.

## 4 : Images

Each advertisement consists of three image elements :

- 1 : Main image located middle left of any layout : The portrait.
- 2 : First secondary image located top right of any layout : The task.
- 3 : Second secondary image located bottom right of any layout : The environment.

All three images must link together as a set to tell a visual story.

Whenever possible the image of the dancer should be incorporated into any material as a main image for any generic material that is used, such as promotional layouts.

Other image combinations can be used if they are relevant to specific subjects such as art, surfing, cuisine or spa promotions.

Never mix the images on one advertisement, they must all relate to one subject, except when talking about more than one subject.

## **5 : Background**

A striking orange graphic pattern is available for the introductory advertisement, to use as an overall background. Or it is possible to use strip elements of this to highlight specific information, images or act as borders.

Different coloured backgrounds are available for the different advertisements in the series which should always link to any elements that are based on each subject advertisement.

**COLOUR COMBINATIONS :**

- 1 : Dancer – Dark and light orange
- 2 : Chef – Light orange and yellow
- 3 : Masseuse – Green
- 4 : Painter – Blue and green and yellow
- 5 : Mask Sculptor – Light and dark brown
- 6 : Surfer – Light and dark blue
- 7 : School Girl – Light and dark purple
- 8 : Farmer - Light green

## **6 : ' Bali is my life ' check pattern**

The check pattern can be incorporated into any design layouts in the top and bottom, but only as diagonals. They must never appear in all four corners of any material.

## **7 : The story**

For the launch campaign there is introductory text that can be used introduced subsequent copy as a lead into special promotions, features, etc. This is intended as emotional copy to bring a personal and real touch to the campaign. The people are real and so the copy cannot be altered, as it is a true reflection of the person featured.

Subsequent advertisements feature specific copy relevant to each subject and should only be seen in relation to their relevant images.

## **8 : Promotional package panel**

This promotional panel is available to be used to highlight specific information that needs to be promoted above other information. It can be produced in the Bali Red colour with reversed out copy.

All text should be set in light or bold.

## 9 : Logo usage

As with most material there are a number of logos that need to be incorporated at the base of any material. There is a priority list as follows :

**Priority logo :** Ultimate in Diversity and ' Bali is my Life ' icon.

The ' Bali is my Life ' icon can appear with the Ultimate in Diversity logo if there is only limited room.

**Secondary logos :** If there is enough room for the full list of logos then the ' Bali is my Life ' logo will be dropped at the bottom ( as it already appears as a headline at the top ) and the following will appear : Ultimate in Diversity, Ministry of Culture and Tourism, Bali Tourism Board and Bali Government Tourist Office. They must appear in this order from left to right.

The ' **Bali is my Life** ' icon is a special icon in the form of a badge that can be used as an endorsement stamp at the bottom of advertisements with limited logo usage or to sign off other promotional material such as brochures, advertorials and even for POS usage as a graphic element.



