

BAB V

PEMBAHASAN

Pemaparan pembahasan bersumber dari hasil penelitian pada Bab IV yang didapatkan dengan melakukan wawancara pada Kantor Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta dan penelitian langsung pada objek wisata Monas sebagai unit pelaksana teknis yang mengetahui langsung keadaan Monas. Dengan mewawancarai sembilan orang sebagai informan yang dianggap dapat mewakili dan mengetahui, serta dapat memberikan data atau informasi pada proses Strategi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta dalam promosi pariwisata saat pandemi covid-19.

Keberhasilan pariwisata bergantung pada keunggulan daya tarik wisata, kualitas sarana dan prasarana di destinasi wisata, dan keberadaan industri wisata, sehingga sebagai Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta dituntut untuk dapat meningkatkan potensi pariwisata yang ada. Berdasarkan pencapaian kinerja, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta harus mulai tanggap terhadap keinginan masyarakat dengan banyak sosialisasi dan workshop, kegiatan promosi, pembenahan infrastruktur penunjang. Untuk segi tanggung jawab pelaksanaan kebijakan yang telah dikeluarkan dipandang perlu untuk lebih optimal, sehingga nantinya penerapan kebijakan dapat berdampak positif guna pengembangan pariwisata, dan juga diperlukan pengawasan dari semua pihak dalam pelaksanaan kebijakan dilapangan. Kegiatan yang dilaksanakan secara berkala atau rutin akan lebih mudah dinikmati oleh wisatawan.

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta sejak tahun 2017 dan 2019 mampu menorehkan prestasi-prestasi yang patut dibanggakan dalam perencanaan pembangunan kepariwisataan, baik itu dilingkup nasional maupun internasional, yaitu:

1. Best Festival and Event (October 2017) Tourism Promotion Organization for Asia Pacific Cities
2. Penampilan terbaik pada Konser Karawitan Muda Indonesia di Cilegon

3. Majapahit International Travel Fair (April 2017) Juara III Stand Terbaik
4. Majapahit International Travel Fair (2018 dan 2019) Juara I Stand Terbaik
5. Sumsel Expo di Palembang (Mei 2017) Juara III Stand Terbaik
6. Pekan Raya Jakarta Fair 2017 di Ji Expo Juara I Stand Terinteraktif
7. Inafact di Bandung (September 2017) Juara I Stand Terbaik
8. PPI Expo di Manado (September 2017) Juara I Stand Terbaik
9. Kalimantan Timur Expo 2018 Juara I Stand Terbaik
10. Nusa Dua Fiesta 2018 Juara I Stand Terbaik
11. Semarang PUKD Expo 2018 Juara I Stand Terbaik
12. Pontianak Expo 2018 Juara I Stand Terbaik
13. Balikpapan Fair 2019 Juara I Stand Terbaik
14. Bali ITT Expo 2019 Juara I Stand Terbaik
15. Lombok PPUN Expo 2019 Juara I Stand Terbaik
16. MTQ (Taaruf Kendaraan Hias pada Seleksi Tilawatil AlQuran dan Hadist Tingkat Nasional XXV Tahun 2019) Juara I Stand Terbaik
17. Pameran Produk Unggulan Daerah 2019 (Manado) Juara I Stand Terbaik
18. Jogja Expo 2019 Juara I Stand Terbaik
19. Pesona Nusa Dua Fiesta 2019 Juara I Stand Terbaik
20. West Java Festival 2019 Juara I Stand Terbaik

Pembahasan hasil analisis dan penelitian ini merupakan informasi dan data fakta langsung yang terdapat di lapangan. serta disesuaikan dengan penggunaan teori yang dikemukakan oleh Wheelen Hunger (2010) yang menetapkan enam indikator sebagai unsur yang terpenting dalam mempengaruhi strategi yaitu misi yang berasal dari suatu rangkaian tahapan yang harus dilalui oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta yang bertujuan untuk mencapai suatu visi utama. Tujuan organisasi dapat berupa penjabaran dari visi dan misi dan juga merupakan hal yang akan dicapai oleh organisasi.

Strategi Organisasi dapat berupa rencana yang mengintegrasikan tujuan utama atau kebijakan organisasi dengan rangkaian tindakan dalam sebuah pernyataan yang saling mengikat yang berkaitan dengan prinsip-prinsip umum untuk mencapai misi organisasi. Lingkungan dapat berupa lingkungan eksternal

dan lingkungan internal. Lingkungan eksternal terkait dengan dinamika nasional, provinsi, Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD), dan lembaga atau instansi di luar organisasi. Sedangkan lingkungan internal terkait dengan dinamika di dalam organisasi itu sendiri. Strategi dan kebijakan fungsional dapat berupa strategi fungsional mengidentifikasi kegiatan-kegiatan spesifik yang akan dilaksanakan di setiap bidang fungsional. Strategi fungsional perlu dikoordinasikan satu sama lain untuk menghindari terjadinya konflik kepentingan dalam organisasi. Evaluasi dan pengendalian dapat berupa beberapa langkah yaitu menentukan suatu standar untuk mengukur kinerja perusahaan dan membuat batas toleransi yang dapat diterima untuk tujuan, sasaran dan strategi.

1.1 Hasil Analisis

Penyusunan Rencana Strategis (Renstra) adalah kewajiban setiap Perangkat Daerah. Dalam hal ini yang melakukan penyusunan Renstra adalah Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta sesuai dengan Undang-Undang No.23 Tahun 2014, sebagai acuan penyelenggaraan layanan sesuai dengan tugas dan fungsinya. Mengacu kepada ketentuan tersebut maka Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta yang merupakan Perangkat Daerah baru sesuai dengan Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 151 Tahun 2019 melakukan Perubahan Renstra Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta Tahun 2018-2022. Perubahan tersebut sebagai panduan pelaksanaan tugas dan fungsi untuk 2 tahun ke depan. Terdapat 3 hal mendasar dilakukannya perubahan, selain perubahan Perangkat Daerah yang terjadi, juga diterbitkannya Permendagri Nomor 90 Tahun 2019, serta terjadinya pandemi covid-19 sejak awal tahun 2020 yang berdampak pada penyesuaian target pencapaian yang telah ditetapkan pada RPJMD Provinsi DKI Jakarta Tahun 2018-2022. Setiap program dan kegiatan yang disusun dalam Renstra ini didasarkan kepada prioritas dan disandingkan dengan sumber daya yang tersedia untuk pelaksanaannya. Dengan menjalankan manajemen yang berorientasi pada hasil (*result oriented*), perencanaan strategis Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta mendefinisikan sasaran yang akan dicapai.

Mengingat peran dan fungsi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta memiliki posisi yang strategis untuk memajukan kepariwistaan dan ekonomi kreatif di Provinsi DKI Jakarta, agar mampu menjadi salah satu penopang pertumbuhan ekonomi kota Jakarta. Maka semua unit kerja Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta harus melaksanakan Renstra tersebut secara akuntabel dengan berorientasi pada peningkatan kinerja (*better performance*). Untuk menjamin keberhasilan pelaksanaan dan mewujudkan pencapaian tujuan dan sasaran Renstra Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta ini maka akan dilakukan evaluasi terhadap kinerja Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta setiap tahun.

Mewabahnya pandemi covid-19 di Indonesia membuat destinasi wisata populer MONAS ditutup sementara. Penutupan sementara itu membuat destinasi wisata yang dulunya ramai, kini mendadak sepi dari hiruk pikuk wisatawan. Tapi beberapa bulan kemudian Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Disparekraf) mengizinkan sejumlah destinasi wisata untuk dibuka selama libur Lebaran 2021. Izin tersebut juga berdasarkan keputusan pemerintah melalui satgas covid-19 dimana destinasi wisata yang berada di daerah zona merah (risiko tinggi) dan zona orange (risiko sedang) harus ditutup selama libur Lebaran. Sedangkan destinasi wisata di zona kuning (risiko rendah) dan zona hijau (tidak terdampak) boleh beroperasi dengan menjaga jarak dan selalu memakai masker. Oleh karena itu, Dinas Pariwisata memiliki strategi, diantaranya sebagai berikut :

1. Pengelolaan kualitas SDM, kelembagaan pariwisata dan Ekonomi Kreatif berdaya saing.

Upaya untuk mendorong pengembangan sektor pariwisata salah satunya adalah dengan pelayanan pariwisata yang tentunya berhubungan dengan SDM, pendidikan dan pelatihan yang dilakukan akan mampu menghasilkan SDM yang siap bekerja sesuai bidang keahliannya. Strategi ini menitikberatkan pada optimasi pendidikan dan pelatihan pariwisata dan ekonomi kreatif dengan tenaga pengajar atau pelatih kompeten dan profesional, serta pada akhirnya dibutuhkan

sertifikasi kompetensi SDM yang dilakukan secara akuntabel dan sesuai kebutuhan.

1. Pengembangan Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Peningkatan pemasaran dan promosi sektor pariwisata secara sinergis, terpadu, intensif, inovatif dan interaktif berbasis teknologi diharapkan dapat mempercepat penerimaan pendapatan asli daerah yang pada devisa yang pada gilirannya dapat memperbaiki defisit transaksi berjalan serta berdampak positif pada penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif. Keberhasilan pembangunan kepariwisataan nasional merupakan hasil kerja dan instansi pemerintah pusat dan daerah serta instansi swasta, dengan dukungan masyarakat dan media massa. Upaya menyebarluaskan obyek dan daya tarik wisata perlu terus ditingkatkan dengan mengajak serta keterlibatan masyarakat dalam kegiatan promosi dan pemasaran kepada masyarakat. Serta pemanfaatan teknologi serta media sebagai sarana pemasaran pariwisata dan ekonomi kreatif. Selain itu, orientasi hasil pada kegiatan pemasaran serta perluasan pasar potensial.

2. Pengembangan daya tarik Destinasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Strategi ini menekankan kepada pengembangan dan pengelolaan destinasi pariwisata nasional dalam menarik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Pengembangan dan pengelolaan destinasi pariwisata dilakukan secara komprehensif, terintegrasi dan berkelanjutan yang dilakukan berdasarkan prioritas sesuai permintaan pasar. Kondisi pasca pandemi covid-19, diperlukan kesiapan destinasi wisata untuk memperhatikan aspek kebersihan, keselamatan, keamanan dan implementasi protokol kesehatan. Selain itu, peningkatan jumlah event, serta optimalisasi kolaborasi dengan industri kreatif untuk sebagai daya tarik destinasi pariwisata dan pengembangan jumlah obyek wisata, baik yang sudah eksisting maupun baru sebagai destinasi wisata unggulan.

3. Pengembangan Produk Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Produk pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan hal yang sangat penting dikarenakan menjadi hal yang dinikmati langsung oleh wisatawan. Strategi ini merupakan pengembangan industri pariwisata dan ekonomi kreatif.

Pertumbuhan pariwisata dan ekonomi kreatif akan sulit terwujud jika industri tidak terbangun dan berdaya saing. Pertumbuhan industri pariwisata mencakup 13 bidang usaha pariwisata sedangkan industri ekonomi kreatif mencakup 16 sub sektor ekonomi kreatif, dimana paradigma pertumbuhan mengacu pada pengembangan industri di Indonesia.

Strategi ini menitikberatkan pada pengembangan produk pariwisata yang mempunyai nilai tambah tinggi serta unik, sehingga menarik minat wisatawan. Selain itu pengembangan produk wisata tersebut harus mendukung pelestarian lingkungan, pelestarian budaya, serta melibatkan masyarakat lokal.

Monas yang memiliki tanah seluas 724.483 m² ini dimiliki Sekretaris Negara RI dan bangunannya ini dimiliki PEMDA Provinsi DKI Jakarta, selain itu kewenangan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta hanya sekedar mengelola kawasan Monas.

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta memiliki area kewenangan terhadap Monas yaitu sebagai berikut :

1. Menggunakan, memanfaatkan, mengamankan, merawat dan memelihara kebutuhan objek perjanjian serta menjaga kebersihan lingkungan sekitar
2. Menganggarkan segala biaya pengamanan, perawatan, pemeliharaan dan fasilitas lainnya yang berada pada objek perjanjian
3. Membuat laporan secara tertulis tentang pelaksanaan pemanfaatan objek perjanjian tersebut kepada Sekretaris Negara RI secara berkala setiap 1 tahun sekali pada akhir tahun
4. Menyerahkan objek perjanjian dalam keadaan baik dan layak digunakan secara optimal sesuai fungsi dan peruntukannya. Apabila jangka waktu perjanjian berakhir dan tidak diperpanjang paling lambat 14 hari kalender terhitung sejak berakhirnya perjanjian
5. Memberikan prioritas pelaksanaan kegiatan atau acara yang menjadi agenda Sekretaris Negara RI

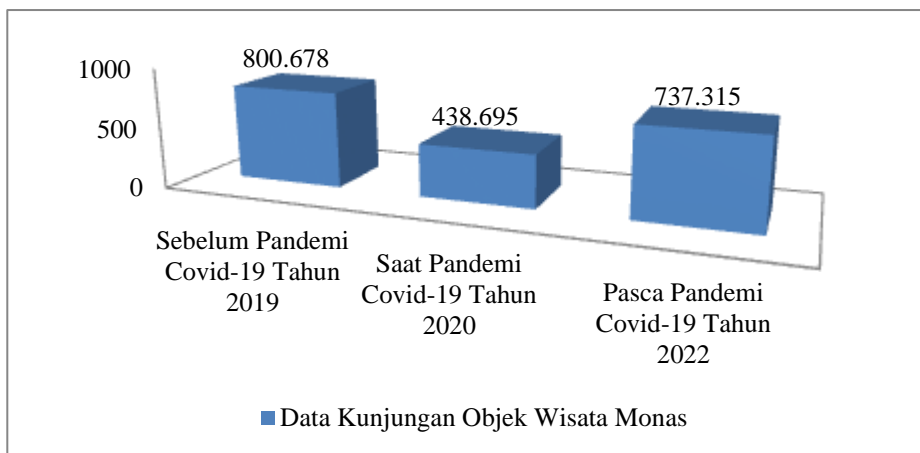
Selain itu ada hal yang tidak boleh dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta, yaitu sebagai berikut :

1. Merubah fungsi pemanfaatan objek perjanjian

2. Bekerja sama dengan pihak lain untuk penyelenggaraan kegiatan diluar fungsi pemanfaatan objek perjanjian
3. Menjaminakan atau membebankan hak tanggungan dalam bentuk apapun atas objek perjanjian tersebut

Gambar 5.1

Data Kunjungan Objek Wisata Monas



Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta

Berdasarkan hasil grafik diatas menunjukkan bahwa data kunjungan objek wisata Monas sebelum pandemi covid-19 Tahun 2019, masyarakat merasa sangat antusias sehingga mencapai 800.678 orang, tentunya hal ini lebih tinggi daripada saat pandemi covid-19 Tahun 2020 hanya 438.695 orang. Serta pasca pandemi covid-19 Tahun 2022 sebanyak 737.315 orang.

Sedangkan dalam tahap pelaksanaan program, kegiatan, sub kegiatan pada aktivitasnya masih terpengaruh dengan adanya pandemi covid-19 yang belum selesai meskipun pandemi covid-19 sudah terkendali dan masih diberlakukannya penerapan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) skala mikro, sehingga kegiatan-kegiatan masih menyesuaikan dengan kebijakan PPKM (baik secara *internal* maupun *external* atau pihak penyelenggara) serta terdapat beberapa kegiatan mengalami gagal tender atau tender ulang sehingga dilakukan penjadwalan ulang pelaksanaan kegiatan. Dari segi pendapatan sebelum pandemi covid-19 objek wisata Monas mencapai Rp.228.000.000, dan pada saat

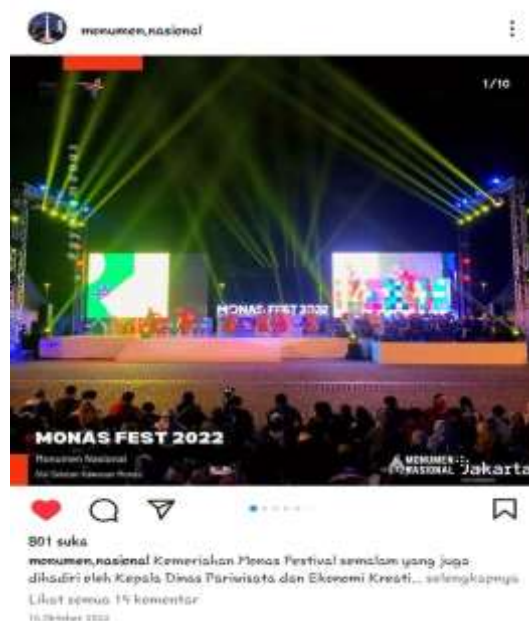
pandemi covid-19 Rp.40.250.000 serta pasca pandemi covid-19 sebesar Rp.61.750.000

Berikut ini analisa data realisasi program, kegiatan dan subkegiatan triwulan II tahun 2022 :

1. Rata-rata pencapaian kinerja program triwulan II adalah 100%, hanya indikator kinerja program pengembangan sumber daya pariwisata dan ekonomi kreatif tidak ada target di triwulan II, merupakan target tahunan (triwulan IV).
2. Program peningkatan daya tarik destinasi pariwisata, indikator kinerja :
 - a. Persentase industri pariwisata yang memiliki Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) target 100%, realisasi 100%, terkait Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) pada triwulan II Tahun 2022 pencapaian menggunakan data dari *Online Single Submission Risk-Based Approach* (OSS-RBA) Kementerian Investasi atau Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) Republik Indonesia, target tahun 2022 adalah 80 usaha baru, realisasi 558 usaha baru.
 - b. Jumlah wisatawan nusantara, target TW II : 1.277.552 orang, realisasi TW II 3.957.739 orang, realisasi melebihi target, dikarenakan penurunan kasus pandemi covid-19, pelonggaran aktivitas masyarakat, tingkat vaksinasi masyarakat yang cukup tinggi, serta kesadaran masyarakat terhadap protokol kesehatan menjadi salah satu faktor utama peningkatan kegiatan sektor pariwisata DKI Jakarta.
 - c. Jumlah objek wisata baru, tidak ada target di triwulan 1 (N/A), target kinerja ada di triwulan 4 (target tahunan)
3. Program pemasaran pariwisata, indikator kinerja :
 - a. Jumlah wisatawan mancanegara, target TW II 60.752 orang, realisasi 93.905 orang, realisasi melebihi target, dikarenakan penurunan kasus pandemi covid-19, pelonggaran aktivitas masyarakat, tingkat vaksinasi masyarakat yang cukup tinggi, serta kesadaran masyarakat terhadap protokol kesehatan menjadi salah satu faktor utama peningkatan kegiatan sektor pariwisata DKI Jakarta.

- b. Jumlah E-Tourism, target TW II : 375.000 pengunjung halaman website, realisasi 642.765 pengunjung halaman website, realisasi melebihi target, publikasi media yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta beserta jajarannya mampu menjadi salah satu alat promosi yang strategis untuk membangun keinginan masyarakat pengguna media online untuk berwisata di Jakarta. Jenis media yang dilakukan untuk promosi antara lain :
- Instagram Jakarta Tourism, Instagram monumen.nasional
 - Website Jakarta Tourism dan Website Disparekraf
 - TikTok Jakarta Tourism
 - Youtube Jakarta Tourism

Gambar 5.2
Kegiatan Monas Fest Tahun 2022



Sumber : Instagram monumen.nasional

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa kemeriahan Monas Fest tahun 2022 di hadiri oleh Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta yang bernama Andika Permata dan kalangan masyarakat biasa.

Respon masyarakat terhadap pelaksanaan program ini sangat baik dan berharap program tersebut tetap berjalan dengan lancar sehingga masyarakat tidak merasa bosan untuk berwisata ke Monas. Selain itu, dampak program terhadap pengunjung tentunya membawa dampak positif, terutama jika ada hal yang menguntungkan, salah satunya dengan adanya perlombaan, masyarakat senantiasa akan mendapatkan *reward* dan wawasan, baik perlombaan yang berkaitan dengan pendidikan, kesehatan dan hal lainnya yang dapat bermanfaat untuk masyarakat. Dan hal ini juga akan berdampak peningkatan data jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Monas.

5.2 Dampak Dari Strategi-Strategi Yang Sudah Dilakukan

Sektor Pariwisata hingga saat ini masih menjadi sektor prioritas pemerintah karena dinilai mampu menjadi lokomotif pergerakan perekonomian bangsa. Pengelolaan sektor pariwisata pun terus dikembangkan oleh pemerintah, melalui berbagai kebijakan dilakukan pemerintah untuk membuat pariwisata Indonesia lebih maju dan dikenal di mata dunia. Memasuki akhir tahun 2019, dunia diguncang dengan pandemi covid-19, termasuk Indonesia yang sangat berdampak pada sektor perekonomian negara di dunia dalam sektor pariwisata. Pemerintah telah memberikan kebijakan khusus dalam rangka meningkatkan sektor pariwisata, dan berbagai daerah destinasi wisata juga telah menerapkan strategi dan program yang mampu beradaptasi dengan kondisi saat pandemi covid-19 sehingga dampak dari strategi-strategi yang dilakukan adalah :

1. Kunjungan wisatawan mengalami peningkatan, terutama pada waktu libur.
2. Pendapatan Daerah Provinsi DKI Jakarta ikut mengalami peningkatan
3. Kawasan Monas sering dijadikan tempat untuk *shooting* film
4. Mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja.
5. Perilaku wisatawan memiliki ciri baru. Wisatawan akan lebih memilih keamanan dan kebersihan menjadi faktor utama yang menentukan pemilihan destinasi wisata.

Keberhasilan pariwisata bergantung pada keunggulan Daya Tarik Wisata (DTW), kualitas sarana dan prasarana di destinasi wisata, dan keberadaan

industri wisata, sehingga sebagai Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta dituntut untuk dapat meningkatkan potensi pariwisata yang ada. Berdasarkan pencapaian kinerja, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta harus mulai tanggap terhadap keinginan masyarakat dengan banyak sosialisasi dan workshop, kegiatan promosi, serta pembenahan infrastruktur penunjang. Untuk segi responsibilitas pelaksanaan kebijakan yang telah dikeluarkan dipandang perlu untuk lebih optimal, sehingga nantinya penerapan kebijakan dapat berdampak positif guna pengembangan pariwisata, dan diperlukan pengawasan dari semua pihak dalam pelaksanaan kebijakan dilapangan.

Namun ada beberapa program yang memperlihatkan pencapaian kinerja kurang optimal, bahkan jauh di bawah target yang ditetapkan. Ketidakberhasilan pencapaian target kinerja program tersebut disebabkan karena berbagai faktor sebagai berikut :

1. Porsi anggaran tahun 2019 untuk urusan pariwisata sebesar 40,16% dan urusan kebudayaan sebesar 59,84% dari total seluruh anggaran Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta, hal ini tentu mempengaruhi kinerja pemajuan ekonomi dan pencapaian target program pengembangan pariwisata yang telah ditetapkan.
2. Fungsi dalam penyusunan kebijakan, pedoman dan standar teknis pelaksanaan urusan kepariwisataan dan ekonomi kreatif. Contohnya adalah penyusunan dan sosialisasi pedoman penerapan Standar Nasional Indonesia (SNI) usaha jasa dan usaha sarana pariwisata.
3. Fungsi pembangunan, pengembangan dan pembinaan industri pariwisata, misalnya, yang cakupannya sangat luas, tetapi kegiatan yang dilaksanakan yaitu pengawasan khusus penyelenggaraan industri pariwisata pada Bulan Suci Ramadhan 1438 H/2017 M, Komisi Penilaian Kegiatan Hiburan Daerah (KPKHD) serta pembinaan dan pengawasan industri pariwisata. Ketiga kegiatan tersebut hanya sebagian dari lingkup pembinaan industri pariwisata, sementara kegiatan pembangunan dan pengembangan industri pariwisata dalam rangka meningkatkan daya saing industri pariwisata Provinsi DKI Jakarta belum

terlihat, misalnya pengembangan investasi pariwisata, pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pariwisata dan usaha pendukungnya dalam rangka pemberdayaan masyarakat dan memupuk partisipasi masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan.

4. Fungsi pengkajian kegiatan kepariwisataan dan Ekonomi Kreatif juga belum tampak dalam kegiatan yang ada, sementara di Provinsi DKI Jakarta banyak objek pemajuan Ekonomi Kreatif yang memerlukan pengkajian, terutama terkait dengan upaya pengembangan dan pemanfaatannya.

5. Fungsi pengembangan kawasan destinasi pariwisata dan perkampungan budaya lokal juga sangat terbatas dalam kegiatan yang dilakukan. Pengembangan kawasan destinasi pariwisata memiliki cakupan yang sangat luas, baik kegiatan maupun objek pengembangan destinasi wisata di Provinsi DKI Jakarta, termasuk pengembangan atraksi daya tarik wisata, baik wisata alam, budaya, maupun wisata buatan.

6. Fungsi promosi dan pemasaran kepariwisataan dan Ekonomi Kreatif, baik di dalam maupun di luar negeri telah ada dalam kegiatan yang ada, antara lain pengadaan bahan dan fasilitasi pendukung promosi, tetapi tidak tampak bagaimana strategi pemasaran dan promosi yang dilaksanakan. Misalnya adalah promosi pariwisata Provinsi DKI Jakarta dengan pendekatan BAS (*Branding, Advertising and Selling*). *Publication* dan *brand activation* untuk mengoptimalkan *branding* “Enjoy Jakarta” ke target pasar mancanegara dalam rangka membangkitkan *awareness* dan *intrest*. *Branding* dilakukan dalam rangka memenangkan pertarungan persepsi target pasar dengan pesaing. *Advertising* dengan *marketing communication* portfolio yang efektif untuk membangkitkan dan menguatkan *desire* (keinginan) mengunjungi destinasi wisata Provinsi DKI Jakarta.