

Wow... Raja Ampat Dipromosikan di TV Perancis

Written by Rudy

Thursday, 22 December 2011 00:45 - Last Updated Thursday, 22 December 2011 00:49



Raja Ampat dipromosikan melalui program televisi asal Perancis berjudul "Koh-Lanta". Menurut Direktur Promosi Luar Negeri Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), Nia Nischa, Koh-Lanta merupakan acara reality show dengan konsep seperti program Survivor.

Syutingnya selama tiga bulan terhadap 20 kontestan yang bertanding di Raja Ampat.
-- Nia Nischa

"Syutingnya selama tiga bulan terhadap 20 kontestan yang bertanding di Raja Ampat," kata Nia di Gedung Sapta Pesona, Jakarta, Selasa (20/12/2011).

Nia menjelaskan program tersebut sudah ditayangkan di Perancis dan mendapatkan sambutan yang baik dari penonton. Menurut Nia, ratingnya tinggi dengan jumlah pemirsa hingga 7 juta per episode. Saat episode final, lanjutnya, penonton mencapai 8 juta. Angka ini, tambah Nia, merupakan rating yang tinggi dan dapat memberi efek promosi tak hanya sebatas di Perancis tetapi juga ke negara-negara Eropa lainnya, termasuk negara lain yang berbahasa Perancis seperti Kanada.

"Program ini ditayangkan di TF1 Perancis. Satu episodenya sekitar 60 menit, yang ditampilkan memang peserta yang lomba, tapi surrounding Raja Ampat pasti dapat," tutur Nia.

Wow... Raja Ampat Dipromosikan di TV Perancis

Written by Rudy

Thursday, 22 December 2011 00:45 - Last Updated Thursday, 22 December 2011 00:49

Saat episode final yaitu malam pengumuman pemenang, pihak Kemenparekraf diundang turut hadir dalam acara tersebut. Nia mengatakan saat malam final, pihak penyelenggara membuat pameran foto yang menampilkan keindahan Raja Ampat maupun ekspresi para peserta saat bertanding di program televisi tersebut. Tak hanya pameran foto, tutur Nia, malam final juga memberikan kesempatan untuk promosi Raja Ampat.

"Tapi fotografer mereka luar biasa. Menurut mereka, mereka sudah membuat Koh-Lanta di 13 negara yang berbeda-beda, kata mereka paling bagus yang di Raja Ampat," kata Nia.

Nia mengatakan dalam tayangan Koh-Lanta tersebut, judul yang ditampilkan adalah "Koh-Lanta: Raja Ampat", tanpa embel-embel Indonesia. Hal ini sengaja dilakukan untuk memancing rasa penasaran penonton. "Efeknya, langsung terasa," kata Nia.

"KBRI kita banyak terima pertanyaan mengenai Raja Ampat dan cara ke sana bagaimana," jelas Nia.

Sementara itu, Wakil Menteri Kemenparekraf Sapta Nirwandar menuturkan bahwa promosi destinasi melalui film seperti yang dilakukan Kohlata tidak mengeluarkan uang banyak namun efektif dalam segi pemasaran destinasi.

"Kita hanya bertindak sebagai fasilitator. Kita tidak keluar uang, mereka yang keluar uang. Tapi struggle juga karena izinnya sangat susah," tuturnya.

Selain itu, seperti yang diungkapkan Nia, proses shooting Koh-Lanta melibatkan orang lokal. Sehingga, saat shooting program televisi tersebut mampu menciptakan lapangan kerja bagi orang Indonesia.