

Industri Kreatif untuk Memajukan Pariwisata

Hubungan industri pariwisata dan industri kreatif saat ini semakin erat. Pariwisata telah menjadi salah satu obyek vital atau katalis dalam pertumbuhan ekonomi di dunia. Dalam beberapa dekade terakhir, banyak negara yang memanfaatkan sektor pariwisata sebagai *soft-marketing* untuk mempromosikan negaranya. Salah satu cara agar *soft-marketing* itu menarik hati adalah memanfaatkan industri kreatif yang saat ini berkembang pesat.

Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi, dan daya cipta individu. Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia dalam buku *Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif 2025*, musik dan film termasuk 4 subsektor industri kreatif.

Dalam hal pariwisata, musik misalnya mampu membawa nama Liverpool menjadi salah satu Kota Musik yang banyak didatangi wisatawan lokal maupun mancanegara tiap tahunnya. Selain itu, konser Coldplay yang akan berlangsung di Thailand pada 7 April mendatang tentu mampu meningkatkan devisa negara itu dari sisi pariwisata.

Film pun tak jauh berbeda. Setelah Bali dijadikan latar tempat dalam film *Eat, Pray, Love* yang dibintangi Julia Robert, banyak agen tur yang kemudian memanfaatkan kesempatan itu dengan membuat paket perjalanan sesuai dengan tempat-tempat di film itu. Hal ini membuat turis yang datang ke Bali semakin banyak.

Begitu juga dengan Korea Selatan. Semenjak Pulau Nami dijadikan lokasi syuting film drama *Winter Sonata*, banyak orang yang ingin menjejakkan kaki secara langsung di sana. Agen

perjalanan pun sering memasukkan pulau ini menjadi salah satu destinasi wisata ketika mengunjungi Korea Selatan. Karena musik dan film, penjualan tiket transportasi, akomodasi, dan segala hal yang berhubungan dengan kebutuhan wisata dapat mengalami peningkatan signifikan.

Ajang pameran wisata pun masih menjadi tujuan utama bagi calon wisatawan untuk mendapat beragam promo wisata yang bisa semakin memudahkan mereka untuk "mendekati" artis idola, baik musik maupun film. Salah satu contohnya, pameran wisata Astindo pada 24-26 Maret 2017 di Plenary & Assembly Hall, Jakarta Convention Center (JCC), Jakarta.

Kemudahan berwisata

Ketua Astindo Elly Hutabarat menyampaikan, sejak penyelenggaraan Astindo Fair pertama kali pada 2011, industri pariwisata telah mengalami perkembangan yang cukup pesat.

Di antaranya destinasi yang semakin beragam, obyek pariwisata dan sarana pendukungnya, serta pertumbuhan hotel dan resor, maskapai penerbangan, dan *cruise line* yang mampu menarik pengunjung datang ke Astindo Fair.

Memasuki penyelenggaraan ke-7, Astindo Fair di JCC menggunakan area pameran dua kali lebih luas dibanding

tahun lalu. Ketua Panitia Pelaksana Astindo Fair 2017 Rudiana mengatakan, lahan pameran kali ini seluas 11.463 meter persegi dan akan diisi 150 booth.

Maskapai penerbangan ternama juga hadir pada Astindo Fair untuk menawarkan harga tiket kompetitif dengan destinasi populer mancanegara dan domestik. Mereka, yakni Air New Zealand, All Nippon Airlines (ANA), Cathay Pacific, China Airlines, Emirates, Ethiopian Airlines, Etihad Airways, Eva Air, Garuda Indonesia, Nam Air, Philippines Airlines, Qantas Airways, Qatar Airways, Singapore Airlines, Sriwijaya Air, dan Thai Airways.

Selama Astindo Fair, sejumlah badan promosi pariwisata (NTO) internasional dan domestik akan hadir untuk berpromosi dan memberi informasi terbaru tentang destinasi pariwisatanya kepada seluruh pengunjung. Pameran tahun ini juga kembali didukung BCA sebagai *official bank* dan Zurich Insurance Indonesia sebagai *insurance partner*.

Lewat pameran seperti ini, calon turis baik perorangan maupun rom-

bongan bisa bernegosiasi langsung dengan peserta pameran. Apalagi musim liburan pertengahan tahun sebentar lagi tiba yang tentunya akan lebih baik jika jalan-jalan nanti sudah disiapkan sejak sekarang. Wisatawan bisa menghemat dana untuk tiket pesawat dan akomodasi.

Astindo Fair 2017 menggandeng Kementerian Pariwisata, Kementerian Perhubungan, anggota Astindo, serta industri pendukung lain, yaitu Klaxon sebagai *official transportation*, MNC Play sebagai *official broadband*, dan Coca-Cola Amatil. Adapun bertindak sebagai *event organizer* adalah Pacto Convex. Untuk informasi selanjutnya, kunjungi www.astindofair.com. [ACH]



Penawaran Menarik

- Diskon untuk semua penerbangan domestik dan internasional.
- Undian tiket pesawat ke mancanegara.
- BCA sebagai *official bank* memberikan penawaran menarik bagi pemegang kartu kredit BCA: *cashback*, Flazz, voucher belanja, cicilan BCA 0 persen 6 bulan, 2 kali KrisFlyer miles untuk pembelian tiket Singapore Airlines dengan kartu kredit BCA Visa Singapore Airlines, gratis 1 tiket masuk khusus untuk pemegang kartu kredit BCA (1 kartu berlaku untuk 1 orang).
- Zurich Insurance Indonesia sebagai *insurance partner* memberikan asuransi perjalanan gratis bagi pengunjung yang membeli tiket pesawat untuk perjalanan internasional dan domestik.
- Hong Kong Disneyland memberikan hadiah bertema Disney untuk pembelian produk Hong Kong Disneyland termasuk hotel bertema Disney dan tiket masuk ke Hong Kong Disneyland.
- Tourism Authority of Thailand (TAT) menyediakan beragam hadiah untuk pembelian tiket/paket tur ke Thailand selama Astindo Fair: tiket Dino Planet, tiket Alkazar Show (minimal 2 orang), kartu BTS, voucher shopping Platinum, spa Divana senilai Rp 880 ribu (syarat 5 perempuan dalam 1 booking code), atau souvenir.
- Japan National Tourism Organization (JNTO) menyediakan beragam hadiah untuk pembelian produk wisata Jepang apa saja di Astindo Fair: SIM card/Wi-Fi, JR Pass, tiket theme park, hotel, tiket pesawat, atau paket tur.

wonderful indonesia

Ministry of Transportation Republic of Indonesia

www.astindofair.com

Wisata Hemat Kemana Saja

Astindo Fair 2017

INDONESIA'S BEST & MOST COMPREHENSIVE TRAVEL FAIR!

24-26 Maret 2017

PLENARY & ASSEMBLY HALL, JAKARTA CONVENTION CENTER

HARGA MULAI:

SINGAPORE	IDR 1,695
BANGKOK	IDR 2,750
HONG KONG	IDR 3,155
TAIWAN	IDR 3,660
JAPAN (TYO/OSA)	IDR 4,635
EUROPE (AMS)	IDR 6,890
USA (LAX/SFO)	IDR 8,835

TICKET

Diskon untuk SEMUA PENERBANGAN Domestik & International*

HONG KONG 3D/2N	IDR 1,890
BELITUNG 3D/2N	IDR 2,000
KOMODO 3D/2N	IDR 3,600
TAIWAN 5D/4N	IDR 4,000
JAPAN 7D/5N	IDR 10,800

Belum termasuk tiket pesawat

DANAU TOBA 3D/2N	IDR 4,410
BANGKOK-PATTAYA 4D/3N	IDR 4,900
KOREA 5D/3N	IDR 7,500
EUROPE 7D/4N	IDR 16,500

TOUR

Dapatkan Voucher Belanja, Undian TIKET PESAWAT ke mancanegara

Free Travel Insurance

Dapatkan hadiah menarik setiap pembelian produk wisata Jepang apa saja

Dapatkan CASHBACK, FLAZZ & CICILAN 0% untuk pemegang kartu kredit BCA*

Beli tiket/paket Thailand dan dapatkan: Tiket Dino Planet atau voucher shopping Platinum (selama persediaan masih ada)

*syarat dan ketentuan berlaku

Travel Agents:

Abbey Travel | ABU Tours | AntaVaya | Angkor Orchid | Apple Vacation Indonesia | Arrayan Al Mubarak | Asosiasi Pelaku Pariwisata Indonesia | Astrindo Travel Service | Avia Tour | Bayu Buana | Best Tour | Bet Obaja Internasional | BMW Tour | Bulan Madu.com | Chan Brother | Chandra Universal Tour | Daya Patal, PT. | Dwidaya Tour | Elang Rajawali | Elok Tour | Esa Tour | Garuda Abadi Tour | Girnar Tour | Graha Menara Tour | Golden Rama | Happy Tour | HIS Travel | Jalan Tour | Jatra Tour | Jendela Tours | K.I.A Tour | Kanomas Arci Wisata. PT | KESATUAN Tour Travel Haji Umrah Republik Indonesia | Maritour | Megatara | Mutiara Tour | Pacto Ltd | Paguntaka Jaya | Panen Tour | Panorama Tour | Railworld Pan Travel | Redlink | Rotama Tour | Sejati Tours | Smiling Tour | Tara Tour | Tiara Sentosa Tours | Trasindo Tour | Wahana Tour | Wita Tour

Supporting Airlines:



Insurance Partner:



Supporting GDS:



Supported by:



Official Transportation:



Official Broadband:



Organized by:





MELIS/SHUTTERSTOCK

Musik di Nordik

Robin Malau berbagi cerita tentang bagaimana negara-negara Nordik yang bertetangga dengan Eslandia telah memiliki peta industri kreatif yang jelas. Pertama, industri kreatif di Swedia menghasilkan 5 persen dari *gross domestic product* (GDP) dan mempekerjakan 280.000 penduduk di negara maju itu. Kedua, di Denmark, sektor desain, *fashion*, film, dan musik mengandalkan ekspor karena konsumen industri kreatif negara itu kebanyakan justru berada di luar negeri. Ketiga, Norwegia. Di sini, industri kreatif menghasilkan 3,5 persen dari total GDP.

Keempat, Finlandia yang menghasilkan nilai mencapai 1,5 persen GDP atau 7 miliar euro. Eslandia telah memiliki perhelatan musik yang masuk jajaran elite festival musik dunia, yaitu *Airwaves Festival*. Saat penjualan musik rekaman turun di seluruh penjuru dunia, Eslandia tidak mengalaminya. Bahkan saat tersengat krisis finansial 2008, penjualan album musik tidak terpengaruh. [*/ACH]

INFO PRODUK



DOK ATS VACATIONS

Petualangan di Balkan

Balkan adalah sisi lain Eropa yang memeram banyak cerita. Sudah banyak ditapaki wisatawan, tapi masih menyisakan misteri untuk disingkap sendiri. Perjalanan di wilayah Balkan menawarkan kombinasi rasa Eropa abad pertengahan dengan kastel dan bangunan-bangunan tua bersejarah, pusat-pusat kota dengan *landmark* yang ikonik, pedesaan dengan suasana yang hidup, serta lanskap yang menggoda untuk dijelajahi.

Kunjungi Biara Fransiskan dengan arsitekturnya yang khas di Dubrovnik dan Diocletian Palace, benteng peninggalan Romawi yang masih utuh di Split Kroasia. Sempatkan ke Sarajevo, Ibu Kota Bosnia dan Herzegovina yang menyisakan jejak peperangan. Jangan lupakan alamnya yang mengagumkan. Plitvice National Park di Kroasia layaknya hutan para peri yang memukau dengan air terjunnya dan Plitvice Lake yang terdiri atas 16 danau yang saling terhubung.

Melawat negara-negara Balkan, memilih destinasi-destinasi yang kaya akan kisah menjadi kuncinya. Percayakan perjalanan Anda pada ATS Vacations untuk pengalaman yang lebih membekas. [*/NOV]

Geliat Pariwisata Musik

Abbey Road hanyalah ruas jalan kecil yang berada di London bagian utara. Namun, ketika pada 1969 The Beatles memilihnya sebagai latar foto untuk album ke-11 mereka, Abbey Road menjadi amat terkenal. Foto album ini menjadi ikonik. Lebih dari 40 tahun kemudian, Abbey Road tetap menjadi magnet bagi para pencinta The Beatles.

Jalan ini menjadi salah satu tujuan utama wisatawan yang berkunjung ke London. Wisatawan lokal dan mancanegara mengunjungi jalan ini hanya untuk berfoto. Abbey Road terletak di pertigaan jalan yang sibuk. Namun, banyak wisatawan tidak segan menghentikan arus lalu lintas hanya untuk menyeberangi jalan itu sambil berpose ala sampul album The Beatles.

Ini baru salah satu dari pengaruh The Beatles. Yang terbesar adalah dinobatkannya Liverpool—dikenal sebagai kota kelahiran The Beatles—sebagai World Capital City of Pop alias Ibu Kota Musik Pop Dunia oleh Guinness World Records. Selain itu, pada 2015, kota ini telah ditetapkan sebagai Kota Musik oleh UNESCO. Liverpool akhirnya menjadi salah satu kawasan yang dikembangkan sebagai tujuan wisata berdasarkan budaya dan sejarah musiknya yang ternama.

CEO Musikator, agensi musik di Indonesia, Robin Malau, yang juga Technical Advisor Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) menjelaskan, Kota Musik adalah tempat untuk ekonomi musik dapat hidup dan berkembang.

"Untuk menjadi Kota Musik dibutuhkan lima pilar, yaitu musisi dan komunitas itu sendiri; tanpa musisi, tidak ada musik. Kedua, infrastruktur termasuk di dalamnya gedung, *sponsorship*, teknologi, dan sebagainya. Ketiga, proses belajar termasuk pendidikan musik, kurikulum, dan perpustakaan. Keempat, pengembangan industri, ini termasuk pengembangan bisnis, cara-cara monetisasi, dan distribusi. Terakhir, sosial dan budaya, yaitu toleransi, *attitude*, sejarah, dan karakter," terang Robin.

Di Inggris, pariwisata musik telah terbentuk dan menjadi hal yang digarap secara serius. Tengok saja, negeri ini secara khusus membentuk lembaga bernama UK Music. Tugasnya mencatat segala statistik terkait pariwisata musik. Mulai jumlah

konser dan festival musik, jumlah wisatawan, jumlah pekerjaan, pendapatan, pengeluaran, hingga sumbangan pajak untuk negara. Inggris kini juga terkenal sebagai negara yang mengadakan banyak festival musik dunia yang ditunggu-tunggu, terutama oleh wisatawan muda.

"Bukan hanya terkait pariwisata, di bidang pendidikan misalnya, Pemerintah Inggris kini gencar mempromosikan ke Indonesia bahwa dengan kuliah di Inggris kita juga bisa menonton beragam konser dan festival musik dunia," papar Robin.

Jumlah wisatawan festival musik di Inggris sangat menggiurkan. Pada 2014, terdapat 9,5 juta wisatawan musik yang menonton konser dan festival di Inggris. Turis domestik mendominasi dengan jumlah sekitar 8,9 juta orang. Sisanya turis mancanegara. Turis sebanyak itu kemudian membelanjakan sekitar 1,9 miliar poundsterling atau sekitar Rp 37 triliun. Ini jelas pemasukan yang tak sedikit. Apalagi festival musik dan konser juga memberi lapangan pekerjaan penuh waktu bagi 38.000 orang.

Selain Liverpool, kota Glasgow pada 2008 terlebih dulu dinobatkan sebagai Kota Musik. Tampaknya, musik tak lepas dari sejarah perkembangan kota ini. Beberapa *venue* pernah menjadi pijakan awal kejayaan *band-band* Skotlandia dan Inggris untuk merajai tangga-tangga lagu dunia. Seperti klub malam King Tut's Wah Wah Hut. Di *pub* inilah band asal Manchester aliran *britpop* di era 90-an, Oasis, berhasil mendapat kontrak album perdananya setelah menggelar satu konser kecil. Sejak itu, *pub* dengan nama beraroma Mesir itu menjadi legenda di kalangan musisi dan *band indie*.

Pindah ke negara lain, Kanada, tepatnya di kota Edmonton. Kota ini juga dikenal sebagai kota festival musik. Setiap musim panas, ada 18 festival yang diadakan di sini. Festival itu berhasil mendatangkan sekitar

2,7 juta turis dan menghasilkan 65 juta dollar AS setiap tahun. Sementara itu, di Warsawa, Polandia, wisata Chopin mampu menghasilkan kunjungan sebanyak 3 juta turis.

Robin melanjutkan, butuh kesadaran seluruh *stakeholder* di sebuah negara untuk menjadikan sebuah kota menjadi Kota Musik dan mengembangkan pariwisata musik agar hal ini berjalan secara optimal, seperti yang dilakukan Inggris.

Potensi Indonesia

Bagaimana dengan Tanah Air? Indonesia memamerkan potensi besar untuk konser dan festival musik. Tak hanya di Jakarta, festival musik juga banyak digelar di wilayah lain, seperti Kalimantan, Sulawesi, Sumatera, Bali, dan Nusa Tenggara.

Salah satu festival musik terbesar di Indonesia adalah Java Jazz. Festival yang diadakan oleh PT Java Festival Production ini sudah diselenggarakan sejak 2005. Dari tahun ke tahun, Java Jazz selalu sukses mendulang penonton. Bukan hanya penonton lokal, tetapi juga mancanegara, baik dari Asia Tenggara dan Timur maupun turis Eropa dan Amerika Serikat. Acara ini telah lama menjadi ikon dan barometer *entertainment* bertaraf internasional. Java Jazz mampu melambungkan nama Indonesia di jagat musik dunia.

Java Jazz juga memberi pengaruh positif pada dunia pariwisata. Gelaran ini terbukti mampu mendorong kunjungan wisatawan mancanegara. Tingkat hunian hotel di Jakarta meningkat. Java Jazz bukan sekadar pergelaran musik, tapi juga salah satu portofolio produk pariwisata. Kita memang harus memperbanyak jenis-jenis model pariwisata, bukan sekadar budaya dan keindahan alam.

Sementara itu, untuk Kota Musik, Indonesia memang belum memiliki. Namun, kabar baik berembus pada akhir tahun lalu tentang Ambon yang sedang mempersiapkan diri untuk menjadi Kota Musik. Pemerintah Kota (Pemkot) Ambon tengah fokus pada pencapaian rencana aksi Ambon menuju kota musik dunia pada 2017.

Kalender kegiatan 2017 difokuskan pada pengembangan pencapaian rencana aksi dalam upaya membangun, mempersiapkan, mengembangkan, dan memfasilitasi semua hal terkait kegiatan Ambon menuju kota musik dunia. Dalam mewujudkan rencana aksi itu, Pemkot Ambon berkoordinasi dengan Bekraf dan Kementerian Pariwisata.

"Kami sangat berharap rencana aksi ini mendapat dukungan dari berbagai pihak sehingga upaya untuk mewujudkan Ambon sebagai kota musik dunia dapat berjalan dengan baik. Konsepnya harus benar-benar dipikirkan secara matang. Kriteria apa saja yang harus dipenuhi dan dimiliki oleh Ambon agar dapat dinobatkan sebagai Kota Musik oleh UNESCO. Yang jelas, tak sekadar memiliki musisi berdarah Ambon yang ternama di Tanah Air, tetapi juga ekosistem musik di kota itu sendiri harus kuat terbentuk," terang Robin.

Bila kita serius untuk menajal tampil sebagai salah satu destinasi wisata musik, jangan lupakan salah satu "infrastruktur" penting, yakni keamanan. Negara harus bisa menjamin rasa aman para penikmat musik yang datang dari berbagai kalangan. [ACH]

IRON MAN EXPERIENCE

DISNEY PARKS' FIRST MARVEL THEMED RIDE ONLY AT HONG KONG DISNEYLAND

Tony Stark membuka Stark Expo yang sangat dinanti-nantikan ini untuk memamerkan kemajuan terhebatnya dalam inovasi Stark Industries di Hong Kong Disneyland. Anda bisa menaiki Iron Wing untuk merasakan petualangan epik dan terbang bersama Iron Man di seluruh kota Hong Kong, dan bahkan bertemu Iron Man yang sebenarnya!

JANGAN LEWATKAN PAKET PENAWARAN SPESIAL YANG SEMPURNA BAGI ANDA!

4D3N HONG KONG DISNEYLAND FUN

- Hong Kong Disneyland Tour termasuk antar & jemput
- BONUS: Tiket masuk Disneyland & 1x kupon makan**
- 3 malam di hotel dalam kota termasuk makan pagi
- City tour pagi termasuk makan siang
- Menikmati pemandangan Victoria Harbour dari gedung tertinggi
- Antar & jemput airport-hotel-airport

FROM IDR 6,846,000

4D3N HONG KONG DISNEYLAND OVERNIGHT FUN

- Hong Kong Disneyland Tour termasuk antar & jemput
- BONUS: Special upgrade ke Tiket 2 Hari Hong Kong Disneyland**
- 1 malam di Disneyland Hotel sesuai pilihan termasuk makan pagi
- BONUS: Tiket Masuk Prioritas Iron Man Experience***
- 2 malam di hotel dalam kota termasuk makan pagi
- City Tour pagi termasuk makan siang
- Menikmati pemandangan Victoria Harbour dari gedung tertinggi
- Antar & jemput airport-hotel-airport

FROM IDR 8,414,000

DUHA WISATA (021) 22741757

PADI TOUR (021) 29238848

SUPER HOLIDAY (021) 83708686

FULLMOON (031) 8432220

SIKAS TOUR (021) 79195276

INDAH WISATA (021) 83787733

SMS TOUR (021) 79170440

The tours and travel services in this advertisement are offered by the East and West Travel Ltd Hong Kong. Use of Disney licensed materials is permitted by Hong Kong Disneyland under its agreement with Gray Line Tours of Hong Kong Limited. *Selama persediaan masih ada

www.hongkongdisneyland.com/id

KUNJUNGI PAMERAN KAMI PURI INDAH MALL KELAPA GADING MALL 23 MAR - 2 APR 2017

HARGA NETT UP TO IDR 2JT DISCOUNT PER ORANG

HARGA TERMASUK AIRPORT TAX, FUEL SURCHARGE, PPN 1% & ASURANSI PERJALANAN

PROMO TK UPGRADE BUSINESS CLASS FROM IDR 9.990.000 KE EUROPA

TOUR HOTLINE: 021 5695 1666 • 0816 1700 1666 | TICKET HOTLINE: 0815 891 3525

TIKET PULANG PERGI KEBERANGKATAN DARI JAKARTA	DESTINASI INTERNASIONAL	DESTINASI DOMESTIK
→ SINGAPORE	1,840 JT → TOKYO	5,910 JT → BELITUNG
→ BANGKOK	3,745 JT → SYDNEY	7,240 JT → YOGYAKARTA
→ HONG KONG	3,280 JT → AMSTERDAM	10,160 JT → SURABAYA
→ BEIJING	5,605 JT → PARIS	10,180 JT → BALI
→ SEOUL	6,330 JT → LOS ANGELES	13,940 JT

EUROPE SUPER DEAL PROMO

<h4>KEUKENHOF FESTIVAL</h4> <p>07D/ MINI EUROPE & BRUGES + OBD FACTORY OUTLET / LA VALLEE VILLAGE OUTLET + KEUKENHOF / BRUGES</p> <p>Apr 14-22 • May 11-22 16.88.28 • Jun 413.20.25.27 10.30.20 by TK</p> <p>Best Seller FROM IDR 16.880JT NETT</p>	<h4>15D 100 YEARS HOLY FATIMA + LOURDES & PARIS</h4> <p>Lisbon - Fatima - Santarem - Bevilin - Corcoba - Granada - Toledo - Madrid - Avila - Salamanca - Burgos - San Sebastian - Pamplona - Lourdes - Paris</p> <p>May 10-18 • Jun 11 • Jul 6-18 Aug 6-20 • Sep 18-19 by TK</p> <p>Best Seller FROM IDR 37.880JT NETT</p>	<h4>12D/ EXPLORE SPAIN - PORTUGAL + 16D FLAMENCO SHOW / MOROCCO & CHRISTO RE</h4> <p>Apr 14-27 • May 13-26, 19-24 Jun 13-21, 19-22, 22-23 24-29 by TK/QR/EV</p> <p>Best Seller FROM IDR 24.980JT NETT</p>
<h4>10D SUPER SALE WEST EUROPE HIGHLIGHT / KEUKENHOF</h4> <p>Apr 23 • May 11-22, 27 • Jun 5-13, 20-30 by TK/EV/KL</p> <p>Best Seller FROM IDR 19.880JT NETT</p>	<h4>13D EASTERN EUROPE POLAND + NEUSCHWASTEN CASTLE / PANDORF OUTLET</h4> <p>Apr 21 • May 7-18, 20-26 Jun 13-21, 13-14, 22-25, 28 by TK/KL/EV</p> <p>Best Seller FROM IDR 22.880JT NETT</p>	<h4>10D/ BEAUTIFUL BALKAN + MONTENEGRO 13D & BURANO ISLAND / BLED & DUBROVNIK</h4> <p>Apr 14-23 • May 11-22, 15-22 Jun 13-21, 19-22, 22-23 24-29 by TK/QR/EV</p> <p>Best Seller FROM IDR 25.880JT NETT</p>
<h4>12D BEST OF EUROPE + MILAN + PARIS RIVER CRUISE / KEUKENHOF</h4> <p>Apr 14-24 • May 11-22, 15-18 Jun 13-14, 15-18, 22-26, 29 by TK/EV/KL/QR</p> <p>Best Seller FROM IDR 23.200JT NETT</p>	<h4>10D ITALY CINQUE TERRE + SAN MARINO & AMALFI COAST</h4> <p>Milan - Genoa - Cinque Terre - Portofino - Florence - San Gimignano - Assisi - Napoli - Pompeii - Sorrento - Capri - Amalfi Coast - Rome - TK</p> <p>Apr 15-23 • May 11-25 Jun 3-27, 30 • Jul 13-20, 27 by TK</p> <p>Best Seller FROM IDR 23.880JT NETT</p>	<h4>13D ENGLAND SCOTLAND + IRELAND</h4> <p>Apr 21 • May 7-15, 24-25 Jun 7-15, 16-20, 24-27, 28</p> <p>Best Seller FROM IDR 32.880JT NETT</p>
<h4>13D SUPER SALE EUROPE HOLIDAY MILAN & ROERMOND OUTLET / KEUKENHOF</h4> <p>Bonus: Paris River Cruise* May 18-19, 25-26, 31 • Jun 12-21, 01, 14-17, 20-21, 22, 23, 24, 25 by TK/EV/QR/SQ</p> <p>Best Seller FROM IDR 24.880JT NETT</p>	<h4>10D RUSSIA WHITE NIGHT</h4> <p>Apr 14-23 • May 12-29 Jun 4-23, 24-25 • Jul 10-18 by TK</p> <p>Best Seller FROM IDR 28.880JT NETT</p>	<h4>14D/ LONDON OXFORD + BEST OF 15D EUROPE / MILAN</h4> <p>Apr 21 • May 7-18 Jun 6-12, 18-22, 26 by EV/TK</p> <p>Best Seller FROM IDR 34.880JT NETT</p>
<h4>12D ICELAND NORTHERN LIGHT & GLACIER LAGOON</h4> <p>Apr 15-27 • May 13-25 Jun 13 • Jul 6-13, 20 by TK/SQ/QR/KL</p> <p>Best Seller FROM IDR 64.880JT NETT</p>	<h4>15D/ RUSSIA SCANDINAVIA / 16D GERANGER</h4> <p>Apr 23 • May 10-12, 21-24, 26 • Jun 13-21, 19-22, 22-23, 24-29 by TK/SQ/QR/KL</p> <p>Best Seller FROM IDR 47.880JT NETT</p>	<h4>10D/ BEST OF VIETNAM + HALONG BAY CRUISE / MY THO</h4> <p>Apr 13-21, 22 • May 7-15, 24-25 Jun 4-13, 13-19 • Aug 15-19 by SU/ML/TO</p> <p>Best Seller FROM IDR 5.880JT NETT</p>

AMERICA & CANADA

17D ALASKA CRUISE & CANADIAN ROCKIES + BUTCHART GARDENS

Vancouver - Whistler - Kamloops - Lake Louise - Banff - Revelstoke - Kelowna - Seattle - Coaling

May 19 • Jun 21

Best Seller
FROM IDR 68.880JT NETT

ASIA

06D HANOK - KOREA CHERRY BLOSSOM / NAMI ISLAND - EVERLAND

BONUS: ENJOY GYOROKBO PALACE TOUR WITH TRADITIONAL HANOK DRESS

Apr 13-20, 27-28
May 11-18, 25-26, 30 • Jun 7-14, 21 • Jul 5-12, 19, 26-27, 30
by GA/QR/TK

Best Seller
FROM IDR 8.880JT NETT

JAPAN CITY TOUR WITH KIMONO

07D/ KIMONO - TOKYO - OSAKA OBD SHIRAKAWA GO KOBE / HANAMI SAKURA*

Apr 28-30 • May 5-7, 12-14, 19-21, 26-28, 30 • Jun 2-4, 9-11, 16-18, 23-25, 27-29
by AL/BA/DA/QR/TK/RS

Best Seller
FROM IDR 20.880JT NETT

USA WEST COAST HIGHLIGHT + 11D HONOLULU

Apr 14-22 • May 6-13, 18-20
21-22, 24-29 by QR/SR/QR/TK

Best Seller
FROM IDR 24.880JT NETT

07D SEUL - BUSAN GAMCHEON VILLAGE + JINHAE CHERRY BLOSSOM / EVERLAND

Apr 15-22, 29-31 • May 10-17, 24-31
by QR/TK

Best Seller
FROM IDR 10.880JT NETT

07D/ KIMONO - JAPAN ALPINE SUMMER OBD SNOW SHIRAKAWAGO / SHIRAKAWAGO

Apr 28-30 • May 5-7, 12-14, 19-21, 26-28, 30 • Jun 2-4, 9-11, 16-18, 23-25, 27-29
by AL/BA/DA/QR/TK/RS

Best Seller
FROM IDR 19.880JT NETT

USA WEST COAST + BEAUTIFUL 12D NATIONAL PARK / HONOLULU

Apr 14-22 • May 6-13, 18-20
21-22, 24-29 by QR/SR/QR/TK

Best Seller
FROM IDR 33.880JT NETT

07D KOREA JKJU RAIL BIKE / HELLO OTTY LAND + CHERRY BLOSSOM - EVERLAND

Apr 15-22, 29-31 • May 10-17, 24-31
by QR/TK

Best Seller
FROM IDR 11.880JT NETT

07D/ JAPAN IMPRESSION - TUNNEL OF OBD LIGHT EXPERIMENTATION / HANAMI SAKURA*

Apr 28-30 • May 5-7, 12-14, 19-21, 26-28, 30 • Jun 2-4, 9-11, 16-18, 23-25, 27-29
by QR/TK/RS

Best Seller
FROM IDR 21.880JT NETT

USA EAST COAST HIGHLIGHT 12D PROMD + WOODBURY OUTLET / CANADA

Apr 16-21 • May 13-20, 27-29 • Jun 10-13, 18-21, 24-27 • Jul 1-4, 11-14, 19-22, 25-28, 31 by QR/SR/OV/OV/QR

Best Seller
FROM IDR 32.880JT NETT

07D FUKUOKA - LUMINOUS HUS TEN BOSCH + NISIA

May 3 by QR

Best Seller
FROM IDR 22.880JT NETT

07D/ JAPAN IMPRESSION - TUNNEL OF OBD LIGHT EXPERIMENTATION / HANAMI SAKURA*

Apr 28-30 • May 5-7, 12-14, 19-21, 26-28, 30 • Jun 2-4, 9-11, 16-18, 23-25, 27-29
by QR/TK/RS

Best Seller
FROM IDR 21.880JT NETT

HONG KONG & CHINA

05D/ BEIJING - SHANGHAI + NANJING / 10D HUANGSHI - DISNEYLAND

Apr 15-22, 29-31 • May 6-13, 18-20
21-22, 24-29 by QR/SR/QR/TK

Best Seller
FROM IDR 8.880JT NETT

07D/ NORTH & SOUTH NEW ZEALAND + OBD MILFORDIA & ARROWTOWN / FOX GLACIER

Apr 13-20, 27-28 • May 5-12, 19-26
by QR/TK/RS

Best Seller
FROM IDR 32.880JT NETT

05D/ MELBOURNE + PHILIP ISLAND / SOVEREIGN HILL

Apr 13-20, 27-28 • May 5-12, 19-26
by QR/TK/RS

Best Seller
FROM IDR 14.880JT NETT

05/06D BEAUTIFUL HAINAN ISLAND

Haikou - Xinglong - Sanya

Apr 22-29 • May 6-13, 20-27 • Jun 3-10, 17-24, 31 by QR/TK/RS

Best Seller
FROM IDR 7.990JT NETT

07D/ SYDNEY - MELBOURNE + HUNTER VALLEY & SOVEREIGN HILL / PHILIP ISLAND

Sydney - Hunter Valley - Melbourne - Ripper Outback - Geelong Hill / Philip Island

Apr 13-20, 27-28 • May 5-12, 19-26
by QR/TK/RS

Best Seller
FROM IDR 19.880JT NETT

07D/ SOUTH AFRICA / 11D SUN CITY & VICTORIA FALLS + GARDEN ROUTE

*JOHANNESBURG - SUN CITY - VICTORIA FALLS - KANYSA - GEORGE - CAPE TOWN

Apr 15-29 • May 6-20 • Jun 20

Best Seller
FROM IDR 24.880JT NETT

07D/ SOUTH AFRICA / 11D SUN CITY & VICTORIA FALLS + GARDEN ROUTE

*JOHANNESBURG - SUN CITY - VICTORIA FALLS - KANYSA - GEORGE - CAPE TOWN

Apr 15-29 • May 6-20 • Jun 20

Best Seller
FROM IDR 24.880JT NETT

07D/ SOUTH AFRICA / 11D SUN CITY & VICTORIA FALLS + GARDEN ROUTE

*JOHANNESBURG - SUN CITY - VICTORIA FALLS - KANYSA - GEORGE - CAPE TOWN

Apr 15-29 • May 6-20 • Jun 20

Best Seller
FROM IDR 24.880JT NETT

07D/ SOUTH AFRICA / 11D SUN CITY & VICTORIA FALLS + GARDEN ROUTE

*JOHANNESBURG - SUN CITY - VICTORIA FALLS - KANYSA - GEORGE - CAPE TOWN

Apr 15-29 • May 6-20 • Jun 20

Best Seller
FROM IDR 24.880JT NETT

07D/ SOUTH AFRICA / 11D SUN CITY & VICTORIA FALLS + GARDEN ROUTE

*JOHANNESBURG - SUN CITY - VICTORIA FALLS - KANYSA - GEORGE - CAPE TOWN

Apr 15-29 • May 6-20 • Jun 20

Best Seller
FROM IDR 24.880JT NETT

07D/ SOUTH AFRICA / 11D SUN CITY & VICTORIA FALLS + GARDEN ROUTE

*JOHANNESBURG - SUN CITY - VICTORIA FALLS - KANYSA - GEORGE - CAPE TOWN

Apr 15-29 • May 6-20 • Jun 20

Best Seller
FROM IDR 24.880JT NETT

07D/ SOUTH AFRICA / 11D SUN CITY & VICTORIA FALLS + GARDEN ROUTE

*JOHANNESBURG - SUN CITY - VICTORIA FALLS - KANYSA - GEORGE - CAPE TOWN

Apr 15-29 • May 6-20 • Jun 20

Best Seller
FROM IDR 24.880JT NETT

HUBANGI TRAVEL AGENT REKANAN KAMI

HEMAKA TRAVEL TANGERANG 0817 673 3824 • CONTINENTAL TRAVEL 634 1303 • GIDE TRAVEL TANGERANG 553 5101 • SETA TOUR 751 3080 • JETA TRAVEL SERPONG 2923 8842 • RAMANTHA TRAVEL 420 5555 • MULTI CONTINENT TRAVEL (MCT) 532 6020 • KYAKYA INDONESIA 0815 687 2135 • DITA TOUR 6660 3000 • AIRNOAH WISATA INDAH 2933 7991

Indonesia dan Minat Industri Musik-Film Mancanegara

Dalam 10 tahun belakangan ini, Indonesia kembali ramai diminati sebagai *venue* konser para musisi mancanegara. Untuk konser musik, tak tanggung-tanggung, harga tiket yang ditawarkan mencapai jutaan rupiah. Meski demikian, tiket-tiket ini laris manis.



Selain sebagai tempat konser para musisi mancanegara, Indonesia juga diminati sebagai lokasi syuting film. Berikut ini beberapa film asing yang pernah syuting di Indonesia.



- 1. Eat, Pray, Love (2010)**
Lokasi: Bali
Negara pembuat: Amerika Serikat
- 2. The Act of Killing (2012)**
Lokasi: Medan
Negara pembuat: Norwegia, Denmark, Inggris
- 3. Savages (2012)**
Lokasi: Pulau Moyo, Sumbawa Besar
Negara pembuat: Amerika Serikat
- 4. Alex Cross (2012)**
Lokasi: Karang Asem dan Nusa Lembongan, Bali.
Negara pembuat: Amerika Serikat
- 5. Java Heat (2013)**
Lokasi: Magelang, Yogyakarta
Negara pembuat: Amerika Serikat
- 6. The Look of Silence (2014)**
Lokasi: Medan
Negara pembuat: Norwegia, Denmark, Inggris
- 7. Blackhat (2015)**
Lokasi: Jakarta
Negara pembuat: Amerika Serikat



2012 • David Foster and Friends
Harga tiket:
• Termurah **Rp 800 ribu**
• Termahal **Rp 5 juta**

2013 • Alicia Keys
Harga tiket:
• Termurah **Rp 1,35 juta**
• Termahal **Rp 3,5 juta**

2014 • Taylor Swift
Harga tiket:
• Termurah **Rp 800 ribu**
• Termahal **Rp 4 juta**

2015 • Bon Jovi
Harga tiket:
• Termurah **Rp 500 ribu**
• Termahal **Rp 3,5 juta**

Katy Perry
Harga tiket:
• Termurah **Rp 900 ribu**
• Termahal **Rp 5 juta**

Michael Buble
Harga tiket:
• Termurah **Rp 850 ribu**
• Termahal **Rp 6 juta**

Big Bang
Harga tiket:
• Termurah **Rp 850.000**
• Termahal **Rp 3,5 juta**

Super Junior
Harga tiket:
• Termurah **Rp 1,4 juta**
• Termahal **Rp 2,7 juta**

FOTO-FOTO DOK: PINTEREST.COM; TICKETPRO.PL; BILLBOARD.COM; PRESS.WBR.COM; SPORCLE.COM; SHUTTERSTOCK.COM
SUMBER: TIM INFOGRAFIS KLASIKA & TIRTO.ID

INFO PRODUK

ANA Tambah Frekuensi Penerbangan Jakarta-Haneda

Jika berkunjung ke Jepang, salah satu bandara pilihannya adalah Haneda. Bandara ini menarik karena mudah diakses dari dan menuju Tokyo. Untuk itu, demi meningkatkan kenyamanan dan kemudahan bagi tiap penumpang, ANA akan menambah jumlah frekuensi penerbangan antara Bandara Haneda dan Jakarta, dari 1 penerbangan per hari menjadi 2 penerbangan per hari.



Salah satu maskapai penerbangan terbesar di Jepang ini total melayani 3 penerbangan per hari antara Tokyo dan Jakarta. Selain 2 penerbangan per hari dengan tujuan Haneda, ANA telah melayani 1 penerbangan per hari menuju Bandara Narita. Penerbangan baru ini akan melayani keberangkatan dari Haneda pukul 23.30 waktu setempat dan tiba di Jakarta pukul 05.05 pada hari berikutnya. Penerbangan berikutnya berangkat dari Jakarta pukul 06.55 dan tiba di Haneda pukul 16.30 waktu setempat.

ANA telah melayani penerbangan dari Haneda menuju 6 kota di Asia Tenggara. Kota tersebut adalah Singapura, Bangkok, Jakarta, Hanoi, Manila, dan Kuala Lumpur. Selain Jakarta, baru Singapura dan Bangkok yang mengalami penambahan frekuensi penerbangan. Dengan tambahan jam penerbangan ini, pelanggan memiliki lebih banyak pilihan untuk memilih jadwal penerbangan. [*/MIL]

Indahnya Musim Semi Negeri Sakura



Jepang menjadi salah satu negara yang menjadi idaman para wisatawan, termasuk asal Indonesia. Selain teknologi, layanan publik, dan lanskapnya yang menarik, pemandangan mekarnya bunga sakura di musim semi menjadi magnet tersendiri.

Biasanya kita melihat bunga sakura pada akhir Maret dan menikmati salju pada Desember-Februari. Namun, bukan berarti di luar waktu tersebut Anda tidak bisa melihat warnawarni bunga dan serunya berwisata di musim salju. Di sejumlah pedesaan, wisatawan tetap bisa mencicipi sensasi yang tak terlupakan.

Di Hokkaido, misalnya, Anda bisa melihat indahnya sakura pada April hingga Mei. Di waktu yang bersamaan, daerah Tohoku juga dipenuhi pemandangan bunga sakura yang elok.

Tak hanya dua daerah itu yang dipenuhi bunga-bunga cantik, Goryokaku dan Kitakami juga dikenal sebagai tempat untuk menikmati indahnya sakura. Namun, jika Anda berkunjung ke Jepang pada akhir Maret hingga minggu pertama April, bunga-bunga itu bisa di jumpai di Tokyo, Choshi, Yokohama, Utsunomiya, Maebashi, Kumagaya, Kofu, Nagoya, Gifu, Tsu, Osaka, dan sejumlah daerah lainnya.

Tak cuma bunga yang bisa kita nikmati. Pada akhir April hingga Juni, Anda bisa merasakan sensasi musim salju Tateyama Kurobe di lembah besar Otani. Di jalan Yuki no Otani, Anda bisa turun dari bus dan berjalan di tengah-tengah tembok salju yang di belakangnya terdapat pemandangan elok pegunungan Tateyama. Jangan lewatkan untuk berfoto di tempat ini. [*/BYU]



KUNJUNGI JAPAN BOOTH DI ASTINDO FAIR

JAKARTA CONVENTION CENTER
24 - 26 MARET 2017

Dapatkan informasi destinasi Jepang terbaru di Booth :

- EAST JAPAN RAILWAY COMPANY
- FUKUOKA
- HOSHINO RESORTS TOMAMU (HOKKAIDO)
- JAPAN PANORAMIC TOURS
- JR-EAST HOTELS / GALA YUZAWA
- OSAKA CONVENTION & TOURISM BUREAU
- PREMIUM OUTLETS JAPAN
- SHINJUKU/HAKONE/ENOSHIMA ~ODAKYU GROUP~
- TELECOM SQUARE
- THE FOUNDATION FOR KANSAI REGION PROMOTION
- TOBU TOP TOURS CO.,LTD.
- UNION OF KANSAI GOVERNMENTS
- WAKAYAMA / NARA / MIE



Menangkan hadiah langsung dengan membeli produk wisata Jepang!



*Selama Persediaan Masih Ada

Supported by: CUP NOODLES, CHOCOPIE

Menghubungkan Setiap Sudut Dunia

Terbang bersama ANA ke banyak kota di Jepang, Amerika, Kanada dan Meksiko.



www.anaskyweb.com



GOLDEN RAMA
07 Days
FAVORITE JAPAN ALPINE ROUTE + SHIBAZAJURA & WISTERIA FESTIVAL
21.388.000
HOTLINE 021 - 2963 1888 / 231 1123

K.I.A. Tours & Travel
JAPAN YOKOSO 7D/5N
OSAKA, KIUSU, NARA, KYOTO, KANAZAWA, SHIRAKAWAGO, TAKAYAMA, SHIRANAKA, MATSUYAMA, YUASA, INUYAMA, TOKYO
2017 JUN 16, 17, 18, 19, 21, 22, 23
multi IDR 21.4 JT-an

WITA TOUR
Japan Kyushu
Fukuoka, Fukuoka, Fukuoka, Nagasaki, Kumamoto, Amakusa, Itozaki, Kagoshima, Mt. Aso, Beppu
CALL US NOW +62 21 231 2338



DOK PRIBADI

Robin Malau: Festival Musik Mengubah Hidup Saya

Robin bercerita, Download Festival membuka matanya tentang bagaimana musik berpengaruh besar bukan hanya terhadap musisi dan penggemarnya, tetapi juga ekosistem di lingkungan itu.

Nama Robin Malau tak terdengar asing bagi para penikmat musik "keras" era '90-an. Dialah gitaris dan pendiri band Puppen. Meski kini tak lagi tampil sebagai musisi, Robin masih giat di dunia musik melalui Musikator. Ini adalah agensi musik yang memiliki *music aggregator* dan *musicator foundation* untuk membawa musisi Indonesia ke panggung internasional.

Kecintaannya terhadap musik tak sebatas memainkan alat musik. Setelah 10 tahun *ngeband*, Robin merasa *passion* dirinya bukan jadi musisinya, tapi tetap di musik. Oleh karena itu, ia mendirikan Musikator. Kecintaannya untuk mengembangkan musik semakin dalam setelah menghadiri salah satu festival metal ternama dunia, Download Festival, di Donington Park, Inggris, pada 2013.

"Semua dipersiapkan secara serius dan matang. Orang-orang yang datang dapat menjadi apa yang mereka inginkan, dalam artian mengekspresikan diri mereka apa adanya. Festival musik juga memberikan kesempatan untuk menjalin sebuah koneksi untuk mengembangkan *passion* yang sama. Kemudian, dalam pariwisata, festival musik juga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke suatu negara. Ini tentu sangat bagus bagi kemajuan ekonomi suatu negara," papar Robin yang saat ini juga mengajar di bidang bisnis musik di Institut Teknologi Bandung, Universitas Pelita Harapan, dan Universitas Binus Internasional.

Festival musik yang bagus, lanjut Robin, adalah yang hasil akhirnya dapat memberikan manfaat, baik itu untuk penyelenggara, musisi, dan penggemarnya, serta *stakeholder* lainnya. Bukan sekadar hiburan.

Setahun berselang, ia kembali mendapat kesempatan menikmati *curated travel* ke negara yang sama pada program Young Creative Entrepreneur dari British Council. "Pengalaman berkemah di festival musik, bertemu dan bertukar pikiran dengan para ahli, dan mengikuti seminar sangat membuka mata saya. Karenanya saya ingin banyak orang Indonesia juga bisa mendapat pengalaman serupa," jelas Robin.

Sejak 2014, Robin menjalani *startup* berupa *music tourism agency*, yakni Konserama. Konserama memberi kesempatan bagi wisatawan Indonesia yang ingin menonton pertunjukan musik tertentu di sebuah negara. Salah satu destinasi adalah Inggris.

"Saya mendirikan Konserama dengan mimpi bisa membawa banyak orang Indonesia mengunjungi Inggris untuk menikmati musik. Inggris memiliki ekosistem musik sangat sehat, yang tidak hanya didukung oleh artis-artis kelas dunia, tapi juga para pemikir dan inovator di belakang layar. Saya percaya bahwa Indonesia, yang juga memiliki masyarakat pencinta musik, dapat belajar banyak dari sana," ungkapnya. [ACH]



SHUTTERSTOCK

Indahnya Hubungan Industri Film dengan Pariwisata

Keterkaitan antara industri perfilman dan perkembangan pariwisata sangat erat. Keduanya dapat dikategorikan sebagai produk, dan bisa pula disebut *supporting facilities*. Keduanya dapat saling mendukung dalam perkembangan pariwisata atau dalam industri perfilman itu sendiri.

Salah satu bukti nyata adalah kawasan Matamata. Sebuah desa kecil terencil di Selandia Baru yang hanya berpenduduk sekitar 7.500 orang. Desa ini mendapat berkah dari film karangan JRR Tolkien, *The Lord of The Rings* (LoTR). Tempat yang dijadikan *setting* *Hobbiton*—tempat tinggal para *hobbit* dalam film itu—kini tiap tahun kedatangan wisatawan. Mereka berasal dari Australia, Jerman, Inggris, dan Amerika Utara. Para turis ini pun royal membelanjakan uangnya untuk penginapan, tur, atau membeli souvenir.

Berdasarkan Nuran Wibisono dalam Tirto.id, dari Maret 2013 hingga Maret 2014, turis Australia yang datang ke Matamata adalah yang paling royal. Mereka menghabiskan sekitar 11,3 juta dolar AS, disusul turis Eropa yang menghabiskan 4,3 juta dolar AS, kemudian wisatawan Amerika Serikat dengan 3,8 juta dolar AS. Pengeluaran

paling besar dicatat oleh wisatawan domestik. Wisatawan dari Waikato menghabiskan uang sebesar 67,1 juta dolar AS, diikuti oleh pelancong Auckland yang menghamburkan 18,8 juta dolar AS.

Karena itu, Pemerintah Selandia Baru berupaya keras agar industri film tetap langgeng di negara berpenduduk 4,4 juta orang itu. Salah satu caranya, memberikan keringanan pajak ataupun insentif untuk film-film produksi skala besar. Selain itu, salah satu kunci keberhasilan pariwisata film adalah menghadirkan suasana yang sama dengan yang dilihat dalam film. Selandia Baru berhasil mengemas pariwisata film karena menghadirkan pemandangan dan suasana yang identik dengan film *LoTR* maupun *The Hobbit*.

Di negara lain, film juga memberikan efek besar terhadap pariwisata. Contohnya Turki, tepatnya di Canakkale.

Pariwisata di sana meningkat 73 persen karena film *Troy* yang dibintangi Brad Pitt. Selanjutnya, hutan wisata DuPont State di Karolina Selatan, AS, mengalami peningkatan jumlah pelancong 31 persen dari tahun ke tahun sejak 2012 karena film *The Hunger Games*.

Ada juga film seri *The Walking Dead* yang membuat kota Grantville di Georgia, AS, disinggahi 3.600 pelancong sejak 2012. Sementara itu, di Indonesia, film *Laskar Pelangi* yang syutingnya berlokasi di Belitung membuat daerah ini mengalami peningkatan kunjungan sebanyak 300 persen pada 2011.

Promosi destinasi

Melihat perfilman cukup memengaruhi kegiatan pariwisata, sudah seharusnya Indonesia melalui Kementerian Pariwisata, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, serta instansi terkait mendorong industri

perfilman untuk turut memajukan pariwisata. Dalam hal ini sebagai media penyampaian promosi.

Indra Pongo Ramadhan dalam *Tourism Movie* menulis bahwa sesuai fenomena dari keterkaitan industri perfilman dan kegiatan pariwisata, terbuka peluang untuk lebih memfokuskan film sebagai media promosi destinasi. Hal ini didorong dari keinginan wisatawan akan alternatif tujuan berlibur dan niat untuk menengok lebih jauh lokasi pembuatan suatu film. Kegiatan ini dapat dikategorikan dalam *special interest tourism* atau *creative tourism*.

Peran film sebagai alat promosi juga sangat efektif karena lebih atraktif, *colorful*, dan lebih menggambarkan kesan positif sebab didukung suatu alur cerita. Beberapa daerah tujuan wisata baru akan lahir dan dikenal dengan meningkatnya industri perfilman. [*ACH]

MEMANGGIL SEMUA SUPER HERO
HANYA DI HONG KONG DISNEYLAND

Iron Man Experience, wahana bertema Marvel yang dibangun untuk pertama kalinya di Disney Theme Park, kini dibuka di Hong Kong Disneyland. Pelajari lebih lanjut, kunjungi www.hongkongdisneyland.com/id

The Iron Wing

Naiki mahakarya teknologi terkini dari Stark Industries dan nikmati tur udara berkeliling Hong Kong yang menegangkan.

Become Iron Man at The Stark Expo

Anda bisa mencoba baju besi Iron Man yang dilengkapi teknologi gerakan yang canggih

Temui Iron Man

Temui langsung Iron Man di Iron Man Tech Showcase presented by Stark Industries.

The Stark Expo

Masuki keajaiban teknologi Stark Industries. Saksikan dengan mata kepala anda sendiri inovasi terbaru yang akan meningkatkan rumah anda hari ini dan pemikiran visioner yang akan mentransformasikan seluruh dunia anda esok hari.

Tiket taman

- Diskon Tiket 2-Hari
- BONUS: Disney PhotoPass - HK\$68

Payung "Iron Man Experience" Edisi Terbatas#

Foto hanya untuk referensi #Selama persediaan masih ada.

Datang dan kunjungi ASTINDO Fair 2017! Tawaran Eksklusif* di Travel Fair! Pesan Sekarang!

*Syarat dan Ketentuan berlaku.

INFO PRODUK



DOK QANTAS AIRWAYS

Nyamannya Kursi Kelas Bisnis dan Ekonomi "The New A330"

Saat melakukan perjalanan jauh menggunakan pesawat, salah satu yang terpenting adalah kenyamanan kursi. Terlebih jika Anda memiliki tubuh yang tinggi besar, pastikan jarak antara kursi memberikan ruang yang cukup pada kaki Anda. Qantas Airways dengan pesawat seri A330 yang interiornya dirancang Marc Newson tidak hanya

memberikan ruang yang lebih lapang, tetapi juga bantal dengan generasi terbaru. Selain itu, *world-first gate-to-gate seat* pada kabinnya memberikan kemampuan berbaring hingga 7 inci atau 25 derajat dari posisi tegak untuk penerbangan internasional dan 5 inci atau 21 derajat untuk penerbangan domestik. [AYA]

Qantas sale

Sale ends 26 March 2017, unless sold out prior

Sydney from IDR 6,730,000*	Los Angeles from IDR 18,600,000*	Wellington from IDR 8,200,000*
Brisbane from IDR 7,080,000*	Dallas from IDR 23,300,000*	Christchurch from IDR 8,130,000*
Melbourne from IDR 7,030,000*	New York from IDR 23,380,000*	Auckland from IDR 8,240,000*
	Santiago from IDR 32,660,000*	

Fares are return Economy from Jakarta and include taxes, fees and carrier charges

Book now at qantas.com or visit ASTINDO Travel Fair at Jakarta Convention Center from 24-26 March 2017



Terms and conditions: *Flights to Australia and New Zealand depart on 17 July - 31 August 2017 or 1 February 2018 - 31 March 2018. Blackout 21 June - 16 July 2017 and 1 January - 31 January 2018. Flights to North/South America depart from 24 March 2017 - 31 March 2018. Prices are return in economy from Jakarta via Sydney and are inclusive of taxes, carrier charges, and departure airport tax. Prices are correct as at 20 March 2017 but may fluctuate if carrier charges, fees, taxes or currency change. Some flight to New Zealand operated by Jetstar. Cancellation and some changes are permitted at a charge. Fare difference and service fees apply. Prices based on payment on Qantas.com. Other terms and conditions apply. **Add your domestic Australia sector from IDR 669,000**one way. Qantas domestic offer must be booked and ticketed with Qantas return international fare to Australia and it has the same validity as the international ticket. Sale ends 26 March 2017. Other terms & conditions apply.