BAB. II
PROMOSI PARIWISATA PROVINSI SULAWESI SELATAN

2.1. Provinsi Sulawesi Selatan

Sulawesi selatan adalah sebuah Provinsi yang terletak di bagian timur Indonesia, ber-ibu kota Makassar yang termasuk sebagai kota yang sangat berkembang dalam berbagai bidang tetapi di sisi pariwisata provinsi Sulawesi Selatan belum secara berkesinambungan mengelolanya.

Sulawesi Selatan terletak di jazirah Selatan Pulau Sulawesi. Propinsi yang Beribukota di Makassar ini, terletak antara :

- *0 °12‘ - 8 °Lintang Selatan*
- *116 °48‘ - 122 °36‘ Bujur Timur.*

Secara administratif berbatasan: Sebelah Utara dengan Provinsi Sulawesi Tengah Sebelah Barat dengan Selat Makassar Sebelah Timur dengan Teluk Bone Sebelah Selatan dengan Laut Flores Luas wilayahnya, 62.482,54 km2 (42 % dari luas seluruh pulau Sulawesi dan 4,1 % dari Luas seluruh Indonesia).Posisi yang strategis di Kawasan Timur Indonesia memungkinkan Sulawesi Selatan dapat berfungsi sebagai pusat pelayanan, baik bagi Kawasan Timur Indonesia maupun untuk skala internasional.

Makassar adalah ibukota dari Provinsi Sulawesi Selatan yang dulunya mempunyai nama Ujung Pandang, tetapi setelah 28 tahun dengan nama Ujung Pandang maka para tokoh-tokoh masyarakat sepakat untuk mengganti nama dari Ujung Pandang ke nama kota Makasar yang telah diketahui sebelum menerapkan nama Ujung Pandang terlebih dahulu Makasar. Berbagai macam kebudayaan terdapat dikota Makasar lebih tepatnya ada 4 suku,adat istiadat yang

sangat berpengaruh di kota ini, keempat suku ini adalah **Suku Bugis, Suku Makassar, Suku Mandar** dan **Suku Toraja,** keempat suku ini berperan penting sebagai penunjang dibidang pariwisata di kota Makassar, masing-masing suku mempunyai ciri khas tertentu dan sangat berpotensi untuk menarik para wisatawan baik domestik maupun mancanegara, sisi kebudayaan tidak akan bisa lepas dari Dunia Kepariwisataan dikarenakan kebudayaan salah satu penunjang selain dari faktor-faktor teknis yang bisa dibuat/direkayasa kapan saja.

2.1.1. Visi dan Misi Pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan

Misi sebenarnya adalah suatu pernyataan yang menyebutkan apa fungsi, tugas dan peran sektor pariwisata dalam kehidupan perekonomian dan pembangunan, khususnya di DTW (Daerah Tujuan Wisata) yang tengah mengembangkan pariwisata didaerahnya. Sebagai gambaran, dibawah ini diberikan rumusan misi pariwisata Indonesia secara nasional sebagai berikut :

Misi Pariwisata Indonesia:

"Mengembangkan pariwisata sebagai Agent of Development, untuk menunjang pembangunan sektor-sektor lainnya, sehingga pariwisata dapat dijadikan sebagai katalisator dalam pembangunan yang berkelanjutan."

Adapun pengertian pariwisata sebagai *Agent of Development* adalah pariwisata merupakan suatu industri yang diharapkan sebagai sumber perolehan devisa negara, dapat meningkatkan kesempatan berusaha, kesempatan kerja, mempercepat proses pemerataan pendapatan (*re-distribution of income*), meningkatkan pendapatan nasional (*national income),* memperkuat citra bangsa dimata Internasional.

Setiap Provinsi mempunyai misi dan visi untuk dijadikan sebagai landasan organisasi, dinas, lembaga atau DTW untuk penerapan strategi, Dinas kebudayaan dan pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan pun mempunyai misi yaitu sebagai berikut :

- Mengelola organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Sulawesi Selatan sesuai prinsip-prinsip managemen modern yang berdayaguna dan berhasil guna.
- Mendorong dan meningkatkan pelestarian kebudayaan dalam arti luas serta pengembangan kepariwisataan.
- Mendorong penguatan kelembagaan budaya, seni dan pariwisata menuju kemandirian masyarakat.

Visi adalah suatu pernyataan seperti apa suatu daerah tujuan (DTW) dalam suatu periode yang akan datang, suatu pengharapan, atau suatu impian 5, 8, 10 tahun yang akan datang.

Visi sangat penting peranannya bagi suatu daerah tujuan wisata (DTW) untuk menyusun Rencana Induk Pengembangam Pariwisata Daerah (RIPPDA), karena visi bagi suatu DTW akan dipedomani selama periode RIPPDA berlangsung

Manfaat visi dalam bidang pariwisata :

1. Dengan visi kita akan mengetahui secara jelas target yang akan dicapai dalam suatu periode tertentu.
2. Visi memberikan gambaran yang jelas tentang apa yang akan dicapai.
3. Dengan adanya visi dirasa perlu mengalokasikan semua sumber daya yang dimiliki.
4. Merumuskan visi harus diikuti dangan SWOT Analysis supaya diketahui kekuatan (*Strength),* kelemahan

(Weakness), peluang *(Opportunities)* yang akan diraih, dan ancaman *(Threats)* yang perlu diantisipasi.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan mempunyai visi yaitu :

" Mewujudkan pelayanan terbaik dalam pelestarian dan pengembangan kebudayaan serta pengembangan kepariwisataan."

Dengan ini diketahui bahwa pemerintah daerah Provinsi Sulawesi Selatan mempunyai visi dan misi yang telah dibuat sebagai landasan pencapaian target dibidang pariwisata.

Sedangkan misi dan visi dari promosi pariwisata Propinsi Sulawesi Selatan ialah meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara dengan harapan meningkatkan pendapatan asli dareah (PAD).

2.1.2. Pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan

Setiap Provinsi di Indonesia mempunyai ciri khas mulai dari suku, adat-istiadat, bahasa, sampai dengan masakan. Yang dimana diketahui bahwa keaneka ragaman budaya dapat menjadi investasi yang sangat besar guna mendatangkan para wisatawan baik domestik maupun mancanegara.

Provinsi Sulawesi Selatan mempunyai keaneka ragaman budaya, penduduk asli terbagi atas 4 suku, adat istiadat, bahasa dan juga jenis masakannya, 4 suku tersebut yaitu; Suku Bugis, Suku Makassar, Suku Mandar, dan Suku Toraja. Selain dari keempat suku asli ada juga komunitas Tiong-Hoa yang juga berperan penting untuk menarik minat berkunjung para

wisatawan. Ada beberapa aspek yang juga harus diperharikan dalam melakukan suatu promosi pariwisata.

2.1.2.1. Aspek Sosial Provinsi Sulawesi Selatan

Penduduk asli Provinsi Sulawesi Selatan mempunyai watak yang keras tetapi dalam artian para penduduk mempunyai disiplin dan prinsip yang teguh, ini disebabkan karena sudah tertanam dipengertian penduduk bahwa orang yang mempunyai keyakinan teguh akan memproleh jalan kehidupan yang lebih baik, yang selama ini disalah artikan oleh masyarakat luas yang belum mengetahui hal tersebut.

Penduduk asli Provinsi Sulawesi Selatan sebagian besar penghasilan dari laut atau dengan kata lain nelayan, dikarenakan Provinsi Sulawesi Selatan terdiri dari lautan, dan juga banyak penduduk mengelola hasil laut yang biasa disebut dengan tambak, selain dari hasil laut pendapatan asli daerah (PAD) Provinsi Sulawesi Selatan banyak juga dari hasil bumi salah satunya padi yang dimana salah satu kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan telah menjadi salah satu Lumbung Nasional negara Republik Indonesia.

Provinsi Sulawesi Selatan kaya akan kesenian dan kebudayaan mulai dari pesan-pesan moral para nenek moyang yang masih dijadikan sebagian besar penduduk asli sebagai pedoman hidup, bidang kesenian juga masih terpelihara keberadaannya, mulai dari seni tari sampai dengan seni pahat.

2.1.2.2. Aspek Seni dan Budaya Provinsi Sulawesi Selatan

Salah satu bentuk kesenian yang sering dijumpai yaitu seni tari *Anging Mammiri* yang dimana tari ini menceritakan seorang nelayan yang bertarung menantang ganasnya laut dan juga mencari nafkah sampai dinegeri seberang demi keluarga mereka. Tarian ini juga mempunyai lagu berbahasa makassar yaitu *Anging Mammiri Kupassang* yang biasa dinyanyikan oleh para keluarga yang ditinggalkan.



Marraga (salah satu permainan suku bugis)

Marraga (bahasa bugis)/*Akraga* (bahasa makassar) adalah salah satu seni budaya yang masih terpelihara keberadaannya. Marraga adalah sebuah permainan yang menyerupai olah raga Sepak Takraw, penamaannya berasal dari jenis peralatan yang digunakan yaitu *Raga*. Permainan ini dapat dilakukan kapan saja, permainan ini juga salah satu cara yang diadakan pada saat upacara-upacara resmi kerajaan, dan juga dapat digunakan untuk menyambut rombongan kunjungan para wisatawan baik domestik maupun mancanegara.

Ada dua unsur yang terpadu dalam jenis permainan ini, yaitu olah raga dan seni karena memerlukan ketangkasan, kecekatan, dan kelincahan. Pesertanya berjumlah 5-15 orang yang dimana nanti bola (raga) akan dioperkan kepada pemain ynag lain yang sebelumnya pemain tersebut mempertunjukkan kemahirannya memainkan bola, dan juga pada acara-acara tertentu bola yang digunakan sengaja dimainkan dengan api yang masih menyulut bola tersebut (*Makassar terkini, edisi 43 : 2007).*



Paqtanduk Reqpe (salah satu ukiran yang terdapat dirumah tradisional Tana Toraja / tongkonan)

Tongkonan adalah sebutan rumah trdisional penduduk asli Tana Toraja, yang dimana setiap rumah yang mempunyai ukiran yang berbeda, ini disebabkan setiap ukiran tersebut mempunyai makna dan arti yang berbeda-beda pula.

Paqtanduk Reqpe adalah salah satu ukiran dari sekian banyak jenis ukiran yang ada, yang dari visual ukirannya menyerupai tanduk kerbau dan mempunyai

makna yaitu ”*Diharapkan dalam perjuangan hidup ini dapat menemukan ketentraman dan dalam hasil jerih payah ada pula harta yang berharga seperti nilainya kerbau bagi masyarakat toraja”*. Kerbau di Toraja merupakan lambang kehidupan masyarakat. Ukiran ini ditempatkan disegala sisi rumah adat (Tongkonan) sebagai kenang-kenangan kepada binatang tersebut.

Ukiran juga berfungsi sebagai pengharapan penduduk asli Toraja yang dipercayai akan didengar oleh yang maha kuasa, selain itu juga ukiran yang dibuat juga sebagai pengingat dan pedoman dalam menjalani hidup.*(Toraja in Carving’s, Drs Sande JS, hal:12).*



Sinrilli’ (seni musik Makassar)

Sinrilli’ adalah seni musik khas suku Makassar yang dimana tersusun secara puisi atau prosa lirik. Diceritakan dengan cara bernyanyi oleh seorang ahli (Jawa; dalang) dengan iringan sebuah alat musik gesek

yang biasa disebut oleh penduduk asli yaitu *keso-keso'* (rebab).

Dalam *Sinrilli'* terdapat unsur-unsur yang bernilai keluhuran dan keindahan yang tinggi, kekuatan *Sinrilli'* tidak tercapai dengan keindahannya semata, namun muatan nilai-nilai luhur yang sarat petuah dan pelajaran berharga. Dengan irama yang mengalun dengan kata-kata yang indah saja, *Sinrilli'* belumlah dapat sebagai suatu alat untuk mencapai keluhuran dan keindahan apabila *'isinya'* kosong.

Sinrilli' hakikatnya dipakai sebagai alat yang membangkitkan semangat keberanian, mendidik agar berjiwa luhur dengan menceritakan sejarah perjuangan dan kepahlawanan dijaman dahulu kala.

Laksana biola yang sebentar digesek tinggi melengking, sebentar lemah merendah, *Sinrilli'* pun dimainkan dengan tinggi rendah lagu yang sepenuhnya bergantung pada *Pakeso'-keso'* (sang ahli), dinamisasi lagu sangat disesuaikan dengan irama cerita yang sedang dinyanyikan.*(Makassar Terkini, edisi 33:2006)*

2.2. Lokasi Pariwisata

Ada 42 obyek wisata yang dapat dikunjungi Propinsi Sulawesi Selatan dan 18 obyek wisata terletak di kota Makasar, namun yang terkenal di mancanegara dan bertaraf Internasional ialah budaya adat penduduk *Tana Toraja*, lokasi Permandian *Bantimurung* serta budidaya kupu-kupunya yang terletak dikabupaten Maros, obyek wisata Museum yang terletak sejajaran kota Makasar dan kabupaten Gowa.



Tongkonan (Rumah Adat Penduduk *Tana Toraja*)

Beberapa tempat yang berpotensi untuk di promosikan :

a). Pantai Losari: - Benteng Fort Rotterdam
- Jajanan terpanjang di Dunia (PantaiLosari)
- Café Terapung
- Taman Anggrek dan Budidaya Kerang
- Hotel bintang 5

b). Permandian Bantimurung : - Goa Mimpi
- Sungai Bantimurung (13,8 M)
- Lokasi Budidaya Kupu-kupu

c). Pulau : - Pulau Kayangan
- Pulau Lae-Lae
- Pulau Samalona, dll

d). Religius :- Mesjid Islamic Center salah satu mesjid terbesar diAsia.
- Mesjid Agung Katangka

e). Sejarah : - Makam Sultan Hasanuddin
- Makam Pangeran Diponegoro
- Makam Panglima Besar M. Jusuf

2.2.1. Lokasi Wisata Alam

Losari inilah salah satu andalan dari provinsi dan juga telah mendapat julukan dari dunia Internasional sebagai Meja

Makan Terpanjang di dunia di karenakan banyaknya para pedagang yang menjajakan dagangan dengan ciri khas masing-masing. Mulai dari pisang bakar yang dijepit dengan panggangan khusus lalu disajikan dengan saus durian nama makanan ini biasa disebut penduduk asli dengan *Pisang Epe' .*



Pantai Losari

Tak lupa juga salah satu potensi wisata mereka adalah kawasan ***Bantimurung*** yang didunia terkenal akan Kupu-Kupunya yang mempunya lebih dari 12000 jenis yang pasti akan sangat menarik untuk dikunjungi selain itu pula kawasan ini ditunjang dengan adanya aliran sungai yang mengalir dari ketinggian 13,8M. Goa Mimpi juga salah satu bagian dari kawasan permandian Bantimurung yang dimana mempunyai keunikan yang sangat menarik untuk dikunjungi.



Pulau Kayangan

Propinsi Sulawesi Selatan termasuk sebagai kota dataran rendah yaitu bersebelahan secara langsung dengan laut maka dengan itu pula Kota Makasar banyak mempunyai gugusan pulau-pulau yang bisa dijadikan penunjang dibidang pariwisata, ***Pulau Kayangan*** mempunyai fasilitas penginapan yang dilengkapi restoran dengan sajian khas masakan laut yang segar dari laut, ***Pulau Samalona*** yang terletak di sebelah barat kota Makasar ini juga mempunyai daya tarik yang khas selain penginapan yang disediakan oleh Pemda, ada juga disediakan fasilitas *Diving* bagi yang berkeinginan untuk menikmati keindahan bawah laut Sulawesi atau bersenang-senang bersama kerabat maupun keluarga dengan menggunakan *Banana Boat* (kapal karet yang berbentuk pisang yang dapat dinaiki 4-8 orang), selain itu juga adanya fasilitas *Jetski*

2.2.2. Lokasi Wisata Religius

Di bidang keagamaan kota Makasar juga mempunyai ***Mesjid Al Markaz-Al Islam*** yang didirikan pada tahun 1994 oleh *Alm Jenderal M. Jusuf* beserta para Ikatan Cendekiawan Islam Indonesia (ICMI), didirikan diatas tanah seluas 10 hekta are mempunyai beberapa fasilitas salah satunya fasilitas pendidikan keagamaan dan juga aula yang dapat digunakan sebagai tempat pertemuan atau acara perkawinan, di mesjid ini juga terdapat menara yang tingginya sama dengan mesjid yang berada di negara tetangga Malaysia. Segi desain mesjid ini juga sangat kental dengan sejarah masa lalu yaitu desain bangunan dari raja-raja majapahit, tetapi juga ada unsur modern yang diterapkan.

Terdapat pula bangunan yang sangat *Fenomenal* dikarenakan bangunan tersebut mempunyai kesamaan disisi

arsitekturnya dengan Mesjid Agung Demak, baik itu dari bahan bangunan untuk mendirikan bangunan tersebut, bangunan tersebut adalah ***Mesjid Agung Katangka*** yang terletak di kabupaten Gowa.

2.2.3. Lokasi Wisata Bersejarah

Sejarah juga berperan penting dibidang pariwisata, dikarenakan dari sejarah kita dapat mengetahui peristiwa apa saja yang terjadi saat itu dan juga dapat mengetahui mulai dari alat yang digunakan sampai dengan pejuang-pejuang daerah setempat.

Makassar mempunyai tempat-tempat sejarah yang dapat dikunjungi oleh para wisatawan, salah satunya ***Makam Sultan Hasanuddin*** yang bertempat di wilayah kabupaten Gowa, selain itu juga ada ***Makam Pangeran Diponegoro*** yang dikenal sebagai pahlawan yang tidak kenal menyerah sehingga pemerintah Belanda yang waktu itu berkuasa membuangnya ke kota Makassar hingga akhir hayatnya menetap dikota Makasar, sebuah benteng yang dulunya sebagai pusat pemerintah *Sultan Hasanuddin* yang lalu direbut oleh Belanda yang diberi nama ***Benteng Fort Rotterdam*** masih berdiri dengan kokoh dan terawat, benteng ini juga sering menarik perhatian para wisatawan baik domestik maupun mancanegara untuk dikunjungi.



Benteng Fort Rotterdam

Selain tempat-tempat sejarah yang telah ada pada zaman penjajahan, adapun tempat sejarah yang berperan penting yaitu ***Monumen Mandala,*** monumen ini didirikan pada tahun 1996 yang bertujuan mengenang pembebasan Irian Barat yang dimana saat itu pusat komando terpusat di Provinsi Sulawesi Selatan.

2.3. Akomodasi Pendukung Daerah Tujuan Wisata

Produk industri pariwisata adalah semua bentuk pelayanan yang dinikmati wisatawan, semenjak ia meninggalkan tempat dimana ia biasa berdia, selama berda di daerah tujuan wisata yang dikunjungi, hingga ia kembali pulang ke tempat asalnya semula. Produk industri pariwisata terdiri dari tiga komponen yang satu dengan lain sangat erat hubungannya, yaitu :

Accessibilities of tourist destination (Akses ke tempat tujuan)

Yaitu semua yang dapat memberi kemudahan kepada wisatawan yang berkunjung pada daerah tujuan wisata, yaitu :

- Infrastruktur : Bandara Sultan Hasanuddin (airport), Pelabuhan Makassar (seaport).
- Transportasi : Pesawat, Taxi, Bus Pariwisata, dll

- Peraturan pemerintah : peraturan visa, rute perjalanan, dll
- Prosedur operasional : penggantian harga, pemberlakuan tarif, dll

Facilities of tourist destination (Fasilitas di tempat tujuan)

Bila *accessibility* fungsinya memberikan kemudahan untuk berkunjung, maka dalam hal 'facilities' fungsinya adalah *memenuhi kebutuhan wisatawan* selama tinggal untuk sementara di daerah tempat wisata, dan termasuk dalam kelompok :

- Akomodasi : 47 Hotel, 386 Motel, 89 Villa, Restoran, Café, dll
- Transportasi ketempat tujuan : Taksi, mobil rental
- Olah raga dan aktifitas : Golf, Memancing, berburu
- Retail outlet : Travel, toko film dan kamera
- Servis lainnya : Tukang cukur, Salon, Kantor Polisi, Tourist Information Center, dll

Dari point-point diatas dapat dilihat bahwa suatu daerah tujuan wisata sangat bergantung dengan fasilitas dan akomodasinya, yang dimana berfungsi sebagai servis bagi para wisatawan yang mengunjungi ini dikarenakan produk industri pariwisata itu tidak berwujud (*intangible product*), karena tidak dapat dipindahkan, dicoba, ditabung atau ditumpuk digundang, ada 3 fasilitas yang wajib keberadaannya di daerah tujuan wisata Provinsi Sulawesi Selatan yaitu Penginapan (Hotel, Wisma, Villa, dsb), tempat hiburan dan restauran (café, bioskop, game center, dsb), tempat olah raga (billiard, surfing, fishing, dsb).

2.3.1. Perhotelan Provinsi Sulawesi Selatan

Hotel adalah suatu usaha yang menggunakan satu bangunan atau sebagian dari padanya yang khusus

disediakan, yang dimana setiap orang dapat menginap dan makan serta memperoleh pelayanan dan fasilitas lainnya dengan pembayaran (mempunyai restaurant yang berada dibawah manajemen hotel tersebut).

Selanjutnya Direktur Jenderal Pariwisata menetapkan klasifikasi hotel kedalam :

- Hotel Bintang
- Hotel Melati

Hotel Bintang adalah hotel-hotel yang berdasarkan penelitian team penilai Ditjen Pariwisata telaj memenuhi persayaratan yang telah ditentukan. Persayaratan tersebut antara lain :

- Persyaratan fisik, lokasi hotel, kondisi bangunan, dan sebagainya.
- Bentuk pelayanan yang diberikan.
- Kualifikasi tenaga kerja yang meliputi pendidikan, kesejahteraan karyawan dan sebagainya.
- Fasilitas tambahan yang disediakan seperti tempat untuk berolah raga, kolam renang, spa, sauna, serta fasilitas hiburan seperti diskotik, karaoke dan sebagainya.
- Jumlah kamar yang tersedia.



Salah satu hotel berbintang di Provinsi Sulawesi Selatan

Hotel dan akomodasi lainnya merupakan salah satu infrastruktur yang sangat penting bagi sektor pariwisata. Ketersediaan dan kualitas fasilitas menjadi salah satu faktor pendorong keinginan *wisman* ataupun *wisdom* untuk lebih lama tinggal pada lokasi-lokasi obyek wisata yang ada di Provinsi Sulawesi Selatan dan secara khusus disini yaitu kotamadya Makassar sebagai pusat pemerintahan provinsi.

Berbagai upaya pemerintah dalam rangka program peningkatan arus wisatawan mancanegara maupun domestik untuk datang ke Provinsi Sulawesi Selatan diharapkan akan meningkatkan Devisa Negara, khususnya pendapatan asli daerah (PAD).

Untuk melihat dan mengukur keberhasilan supaya pemerintah tersebut diatas maka Biro Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan setiap tahun menyajikan data karakteristik Hotel dan akomodasi lainnya dan juga dapat sebagai acuan kepada masyarakat membutuhkan stastik tersebut.

2.3.1.1. Jumlah Hotel Berbintang dan Melati

Jumlah usaha hotel dan akomodasi lainnya di Sulawesi Selatan dalam kurun waktu 2000-2004 menunjukan adanya kenaikan yang cukup berarti. Pada tahun 2000 jumlah hotel/akomodasi lainnya sebanyak 402, pada tahun 2004 meningkat menjadi 415 buah, atau meningkat sebesar 3,23%.

Tahun 2000-2004

TAHUN	JENIS HOTEL	BANYAKNYA		
		HOTEL	KAMAR	TEMPAT TIDUR
1	2	3	4	5
2000	Bintang	45	2.697	4.423
	lainnya	357	5.316	9.804
	jumlah	402	8.013	14.227
2001	Bintang	45	2.686	4.395
	Lainnya	358	5.295	9.727
	Jumlah	403	7.981	14.122
2002	Bintang	46	2.626	4.084
	Lainnya	360	5.262	9.001
	Jumlah	406	7.888	13.085
2003	Bintang	47	2606	3.974
	Lainnya	362	5360	9.537
	Jumlah	409	7.932	13.511
2004	Bintang	47	2.606	3.986
	Lainnya	368	5.525	9.553
	Jumlah	415	8.131	13.539

Tabel Jumlah Hotel, Kamar dan Tempat Tidur

Kenaikan jumlah hotel dan akomodasi lainnya selama kurun waktu tersebut, tidak dibarengi dengan peningkatan jumlah tempat tidur. Hal ini disebabkan karena adanya hotel bintang yang tutup, kamar yang tersedia yaitu sebanyak 8.013 kamar pada tahun 1994, pada tahun 2000 meningkat menjadi 8.131 kamar, atau hanya naik sebesar 1,47 persen. Untuk fasilitas tempat tidur yang pada tahun 2000 tersedia sebanyak 14,227 buah, pada tahun 2004 turun sebesar 4,84 persen atau menjadi 13.539 buah.

Perkembangan jumlah fasilitas hotel dan akomodasi lainnya di Sulawesi Selatan secara kuantitas

didominasi oleh penambahan jumlah hotel jenis melati, yaitu dari 402 unit pada tahun 2000 meningkat sebanyak 415 unit pada tahun 2004, naik sekitar 3,23 persen. Sedangkan peningkatan jumlah hotel bintang, yaitu dari 45 unit pada tahun 2000 naik menjadi 47 unit pada tahun 2004, atau naik 4,44 persen.

Untuk hotel berbintang pada tahun 2000 jumlah kamar yang tersedia sebanyak 2.697 turun menjadi 2.606 pada tahun 2004, dan untuk jenis hotel melati yang pada tahun 2000 sebanyak 5.316 menjadi 5.525 pada tahun 2004. Fasilias tempat tidur untuk hotel berbintang pada tahun 2000 tersedia sebanyak 4.423 menurun menjadi 3.986 pada tahun 2004. Dan hotel melati yang pada tahun pada tahun 2000 tersedia sebanyak 9.804 pada tahun 2004 menurun menjadi 9.553 buah.

2.3.1.2. Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik

Jumlah wisatawan mancanegara maupun domestik bisa dijadikan salah satu faktor untuk menilai tempat pariwisata tersebut berkembang, meningkat maupun mengalami kesurutan dibidang pariwisata.

Pada tabel ini dipaparkan banyaknya wisatawan mancanegara dan domestik pada priode 2000-2004 secara total *berfluktuatif* . akibat terjadinya instabilitas keamanan, jumlah wisatawan yang datang untuk berkunjung dengan menginap dihotel dan akomodasi lainnya selama tahun 2004 sebesar 1.392.252 orang. Jumlah ini mengalami kenaikan

79.792 orang (6.05 %) dibandingkan keadaan tahun 2003 yang hanya mencapai 1.312.760 orang.

ASAL TAMU	TAHUN	JENIS HOTEL	
		BINTANG	AKOMODASI LAIN
1	2	3	4
MANCANEGARA	2000	2.47	1.72
	2001	3.45	2.17
	2002	2.77	2.13
	2003	3.07	1.89
	2004*)	2.74	3.13
DOMESTIK	2000	1.76	1.87
	2001	1.96	1.63
	2002	2.03	1.56
	2003	1.84	1.3
	2004*)	1.77	1.33
MANCANEGARA+ DOMESTIK	2000	1.89	1.29
	2001	2.19	1.65
	2002	2.11	1.56
	2003	1.94	1.31
	2004*)	1.84	1.34

*) Angka sementara

Tabel jumlah wisatawan menurut akomodasi Hotel

2.4. Unique Selling Preposition (USP)

Ketua agen periklanan Rosser Reeves pada tahun 1960 memperkenalkan dan mendefinisikan sebuah konsep bernama USP (*Unique Selling Preposition*)dalam sebuah buku berjudul *Reality in Advertising*. Bagi Rosser *(Jack Trout,2001:11)* USP merupakan nama yang paling tepat, yang dibagi dalam tiga definisi :

1. Setiap iklan harus berisi ‘pernyataan’ yang ditujukan kepada konsumen. Tidak hanya kata-kata, tidak hanya berupa sanjungan, atau merupakan sebuah etalase. Setiap iklan haruslah ‘berkata’ kepada setiap pembacanya : “Beli produk ini, dan Anda akan mendapatkan keuntungan.”
2. *‘Pernyataan’* tersebut harus merupakan sesuatu yang tidak ada atau tidak mampu ditawarkan oleh pesaing. ‘pernyataan’ harus dibuat unik, baik keunikan merek atau suatu kalim yang belum pernah dibuat dikancah periklanan.
3. *‘pernyataan’* harus kuat sehingga dapat menggerakkan jutaan orang.

USP dalam perancangan promosi pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan adalah keunikan beraneka macam kupu-kupu yang ada di permandian *Bantimurung* utama momentum disaat melihat kupu-kupu yang hanya ada di *Bantimurung* dan tidak ada belahan dunia manapun yang menurut para wisatawan domestik maupun mancanegara merupakan suatu fenomena alam yang menakjubkan yang dimana kupu-kupu yang ada sangatlah beragam dan juga dapat hidup diiklim yang tropis. Fenomena alam ini merupakan ciri khas Provinsi Sulawesi Selatan disamping keragaman seni dan budaya yang ada dan dapat dijadikan pendukung dalam perencanaan promosi.

2.5. Objek Permasalahan

Di tinjau dari permasalahannya maka dapat disimpulkan beberapa pokok-pokok permasalahan yang ada di bidang pariwisata Propinsi Sulawesi Selatan diantaranya :

1. Perlunya sebuah program promosi yang akan didukung oleh beberapa media yang effektif dan langsung tepat pada sasaran.
2. Untuk memberikan kesan profesional perlu adanya sebuah media yang menginformasikan kepada wisatawan tentang lokasi-lokasi pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan beserta keunggulannya.

3. Pemanfaatan media promosi untuk mengubah citra negatif yang selama ini ada dibenak masyarakat luar tentang keramah-tamahan penduduk asli setempat.
4. Bagaimana bentuk strategi promosi yang akan digunakan dan seberapa besar efektifitasnya guna menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung.

2.6. Analisa Permasalahan

2.6.1. Analisa SWOT

S strong >>>>> *Kekuatan*	**W** weakness >>>>> *Kelemahan*
▪ Mempunyai Lokasi wisata bertaraf Internasional. ▪ Lokasi yang cukup stategis. ▪ Memiliki semua aspek yang mendukung wisatawan untuk berkunjung ▪ Obyek wisata laut yang terjaga dan masih terawat	▪ Belum gencar dalam berpromosi ▪ Masih identik dengan promosi yang kecil ▪ Sarana dan Prasarana yang kurang memadai. ▪ Adanya pendapat bahwa penduduk asli terkesan kurang ramah.
O opportunity >>>>> *Peluang*	**T** threat >>>>> *Ancaman*
▪ Mulai dikenal oleh para wisatawan mancanegara. ▪ Dapat diakses melalui jalur laut maupun jalur udara. ▪ Obyek wisata kupu-kupu yang bertaraf International. ▪ Keseriusan pihak swata untuk mendatangkan lebih banyak wisatawan berkunjung kedaerah tujuan wisata. ▪ Adanya beberapa event/kegiatan yang dapat mendatangkan wisatawan mancanegara	▪ Akan semakin banyaknya lokasi-lokasi wisata yang terus berkembang ▪ Tidak adanya pengembangan untuk lokasi-lokasi wisata yang mempunyai potensi wisata ▪ Citra negatif yang terus berkembang dimasyarakat luar.

2.6.2. Matrik Pascal

INTERNAL

	Kekuatan	**Kelemahan**
	• Mempunyai lokasi wisata yang bertaraf Internasional. • Lokasi yang cukup stategis • Adat-istiadat yang masih kental • Sudah banyak event / kegiatan yang mendatangkan Wisatawan Mancanegara • Mempunyai Bandara bertaraf Internasional • Tempat-tempat bersejarah yang terkenal didunia	• Belum gencar dalam berpromosi • Masih identik dengan promosi yang kecil. • Lokasi-lokasi wisata yang masih bertaraf lokal • Image masyarakat luar pulau masih mengindentikkan orang-orang Makasar keras.
Peluang	**Strategi PEKU**	**Strategi PELEM**
• Akses bisa melalui jalur laut dan udara. • Adanya keinginan pihak pemerintah dan swasta untuk meningkatkan bidang pariwisata • Mendukungnya pihak swasta • Stabilitas perekonomian yang kian membaik • Dapat mendatangkan investor asing.	• Melakukan promosi yang gencar baik melalui media *atl* ataupun *btl* • Memberikan sign system yang tepat guna dan dapat dengan cepat dimengerti • Memanfaatkan kesempatan dan kelebihan yang dimiliki sebagai sebuah daya jual bagi pihak pemerintah dan swasta. • Pemanfaatan maskapai penerbangan untuk secara tidak langsung memberikan informasi.	• Semakin gencar dalam promosi kepihak klien untuk menarik kepercayaan mereka. • Mencari dan menawarkan kepada klien yang melakukan kerjasama baik dari segi konsep atau hasil akhirnya. • Menjaga rasa aman dan tentram bagi para wisatawan baik nusantara maupun mancanegara. • Memberikan servis yang lebih kepada wisatawan.
Ancaman	**Strategi AKU**	**Strategi ALEM**

• Akan semakin berkurangnya minat wisatawan yang berkunjung • Kurangnya respon wisatawan mancanegara dan nusantara akan lokais-lokasi pariwisata Propinsi Sulawesi Selatan	• Melakukan antisipasi dengan cara memberikan yang terbaik bagi para wisatawan • Memberikan informasi kepada wisatawan akan motto dan keseriusan Pemda dalam bidang pariwisata dan menginformasikan kegiatannya. • Melakukan promosi untuk bisa memperluas pangsa pasar.	• Melakukan promosi dan memberikan informasi tentang bahwa Pemda, swasta, dan masyarakat Propinsi Sulawesi Selatan telah siap memberikan rasa aman dan nyaman bagi para wisatawan. • Melakukan Direct Mail kepada calon wisatawan dengan memanfaatkan perwakilan-perwakilan biro wisata

2.6.3. Target Audience

Sebelumnya kita harus mengetahui bahwa ada tiga alasan mengapa *Target Audience* dianggap sangat vital :

1. Audience yang beragam (heterogenitas).
2. Untuk menentukan potensi penjualan dan efektifnya promosi.
3. Untuk menentukan intensitas persaingan.

Penulis menentukan ada tiga kategori *Target Audience* yang penting untuk promosi Provinsi Sulawesi Selatan yang dimana berfungsi sebagai penentu arah strategi kreatif, tiga kategori tersebut:

2.6.3.1. Aspek Geografis

Dalam penentuan aspek geografis target audience diambil dari negara-negara (wisatawan mancanegara) yang memiliki hubungan kerja sama dengan Republik Indonesia baik secara langsung maupn tidak langsung, dan juga negara-negara yang mempunyai kedutaan Republik Indonesia. dan negara-negara tersebut :

1. Australia

2. Benua Eropa (Belanda, Jerman, Portugal, Inggris,dll)
3. Amerika Serikat
4. Jepang
5. Malaysia
6. Singapura
7. Negara-negara yang mempunyai kedutaan besar Republik Indonesia.

Untuk wisatawan domestik tidak dilakukan *Target Audience* ini disebabkan wisatawan domestik dapat langsung memperoleh keterangan dan informasi di travel agent terdekat.

2.6.3.2. Aspek Demografis

Aspek demografis (Risniati dan Suratno, 2001:49) merupakan studi tentang kependudukan beserta karakteristik distribusinya. Ada beberapa hal yang berkaitan dengan aspek demografi, diantaranya adalah pertumbuhan jumlah penduduk, komposisi usia, variasi etnik dan tingkat pendidikan, serta pola rumah tangga.

Batasan usia *target audience* dalam perancangan promosi pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan ini adalah usia pra-dewasa hingga dewasa atau berkisar antara **25-65 tahun**. Batasan usia tersebut merupakan usia ***produktif*** bagi mayoritas penduduk Eropa, dimana pada usia tersebut mereka telah menyelesaikan pendidikannya dan telah bekerja. Para pekerja di Eropa memperoleh masa cuti kerja yang relatif panjang dan umumnya mereka menggunakan masa cuti tersebut untuk mengadakan suatu perjalanan wisata.

Tingkat pendidikan dan standar pemenuhan kebutuhan hidup yang relatif tinggi membuat mayoritas penduduk Eropa lebih memilih membentuk keluarga dalam jumlah kecil. Kondisi tersebut memungkinkan bagi penduduk Eropa untuk melakukan perjalanan wisata keluarga ke luar negeri utamanya ke kawasan Asia dengan pertimbangan efisiensi biaya.

2.6.3.3. Aspek Psikografis

Aspek psikografis merupakan cara pandang *target audience* berdasarkan kelompok sosial (*social-class*), karakteristik kepribadian (*personality characteristic*) dan atau gaya hidup (*lifestyle*). Aspek psikologis dapat digunakan dalam menentukan alasan wisatawan utnuk mengujungi sebuah objek wisata.

Hampir tujuh puluh persen para pekerja di Eropa dan negara-negara maju dapat dikategorikan sebagai kalangan menengah ke atas *(Holland Horizon, 1998)* hal tersebut diakibatkan oleh peraturan sistim kerja yang efektif dan efisien yang ditandai pula dengan meningkatnya *personal disposable income* masyarakatnya. Persaingan kerja yang sangat kompetitif dinegara-negara Eropa telah membentuk karakteristik kepribadian pada mayoritas penduduknya sebagai orang-orang yang ambisius dan menyukai tantangan atau pengalaman-pengalaman baru. Hal ini ditandai dengan meningkatnya permintaan terhadap produk-produk pariwisata khusus utamanya permintaan untuk menyaksikan *ethnic tourism* dan *ecotourism*.

2.6.4. Strategi Positioning

Kotler (1982 : 106) memberikan suatu batasan bagi *positioning* seperti yang dikutip oleh Davies (Cravens dan Wooddruff 1986 : 227) sebagai berikut :

> *"At the bottom line, positioning is really a state of mind, aperfectual set in the minds of the cuctomers (tourists). Ideally, this "perfectual" positioning (over which a regional tourism organization and tourism business units have a little control is a direct result of actions is support of the positioning strategy.*
> *But…this is not necessarily so. This is because strategy goes through many filters before it is perceived. This includes the tourism product offering, the price structure, the promotion mix and importantly advertising. In effect, the consumers (tourist) is like a 'sponge', soaking up information from all much communication sources and generating his or her own perceptions". (Ernie Heath, 1991 : 115)*

Disebutkan bahwa *positioning* hanyalah suatu pernyataan pikiran, suatu bentuk daya tangkap dalam alam pikiran konsumen atau wisatawan. Idealnya, persepsi tentang *positioning* adalah hasil kegiatan langsung dalam membantu strategi *positioning*. Kotler juga menekankan bahwa kunci untuk strategi *positioning* adalah mengenali atribut-atribut utama yang digunakan target pasar untuk mengevaluasi di antara pasar yang sangat kompetitif.

Strategi *positioning* yang digunakan oleh Provinsi Sulawesi Selatan dalam promosi pariwisatanya adalah dengan menggunakan karakteristik produk beserta simbol-simbol budaya yang terdapat di kawasan Provinsi Sulawesi Selatan. Hal ini dikarenakan kedua unsur tersebut merupakan nilai jual utama disamping pertimbangan nilai ekslusivitasnya.

2.7. Pemecahan Masalah

Setelah melakukan analisa, survey, dan penilitian masalah yang timbul maka penulis melakukan perancangan dan pemilihan media yang tepat guna, yang dalam hal ini perancangan tersebut berguna untuk Promosi Provinsi Sulawesi Selatan, dengan berdasarkan dengan teori-teori yang akan digunakan, namun sebelumnya penulis akan menguraikan secara detail mengenai strategi yang akan dipakai dalam masalah ini.

Strategi yang diperlukan dalam upaya proses perancangan secara kreatif dan inovatif untuk Promosi Provinsi Sulawesi Selatan, adapun strategi yang dipergunakan yaitu :

1. Merancang Strategi Komunikasi, yaitu pemahaman produk atau jasa yang akan dikomunikasikan, memahami proses kerja perancangan dan produksi / pemasangan, menguasai pemasaran serta ketajaman sasaran, sehingga dapat disimpulkan bentuk pendekatan yang mudah dipahami dan komunikatif.
2. Menyusun Strategi Kreatif, yaitu untuk mengoptimalisasi dan memaksimalisasi, tata kerja pengumpulan data, analisa dan perumusan masalah, menyusun proses perancangan kreatif dengan mempertimbangkan banyak aspek yang terkait, sehingga pesan dapat atraktif, kreatif dan istimewa.
3. Menguasai Strategi media Promosi Provinsi Sulawesi Selatan, sehingga pesan dan gagasan dapat langsung mendekati sasaran melalui medium yang efektif serta mudah dipahami oleh sasaran / target audience.