

EDISI DESA WISATA

Istilah Geo-Wisata Jepang - Indonesia



DESA WISATA Jeneponto

Penulis
Anda Prasetyo Ery, Renold, Masri Ridwan

Penyunting
Dr. Muh.Yahya, M.Pd

Istilah Geo Wisata
Jepang-Indonesia
(Desa Wisata Kabupaten Jeneponto)

**Anda Prasetyo Ery
Renold
Masri Ridwan**



Politeknik Pariwisata Makassar

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 28 TAHUN 2014
TENTANG
HAK CIPTA

Pasal 1

Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan:

1. Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. Pencipta adalah seorang atau beberapa orang yang secara sendiri-sendiri atau bersama-sama menghasilkan suatu ciptaan yang bersifat khas dan pribadi.
3. Ciptaan adalah setiap hasil karya cipta di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang dihasilkan atas inspirasi, kemampuan, pikiran, imajinasi, kecekatan, keterampilan, atau keahlian yang diekspresikan dalam bentuk nyata.
4. Pemegang Hak Cipta adalah Pencipta sebagai pemilik Hak Cipta, pihak yang menerima hak tersebut secara sah dari Pencipta, atau pihak lain yang menerima lebih lanjut hak dari pihak yang menerima hak tersebut secara sah.

BAB XVII

KETENTUAN PIDANA

Pasal 112

Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (3) dan/atau Pasal 52 untuk Penggunaan Secara Komersial, dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).



KETERANGAN PUBLIKASI (IMPRINT)
Istilah Geo-Wisata dalam Bahasa Jepang-Indonesia
(Kajian Desa Wisata Kabupaten Jeneponto)

Diterbitkan oleh
Politeknik Pariwisata Makassar
Cetak Edisi ke 1, April 2022
ISBN : 978-623-99486-5-8

ISBN 978-623-99486-5-8



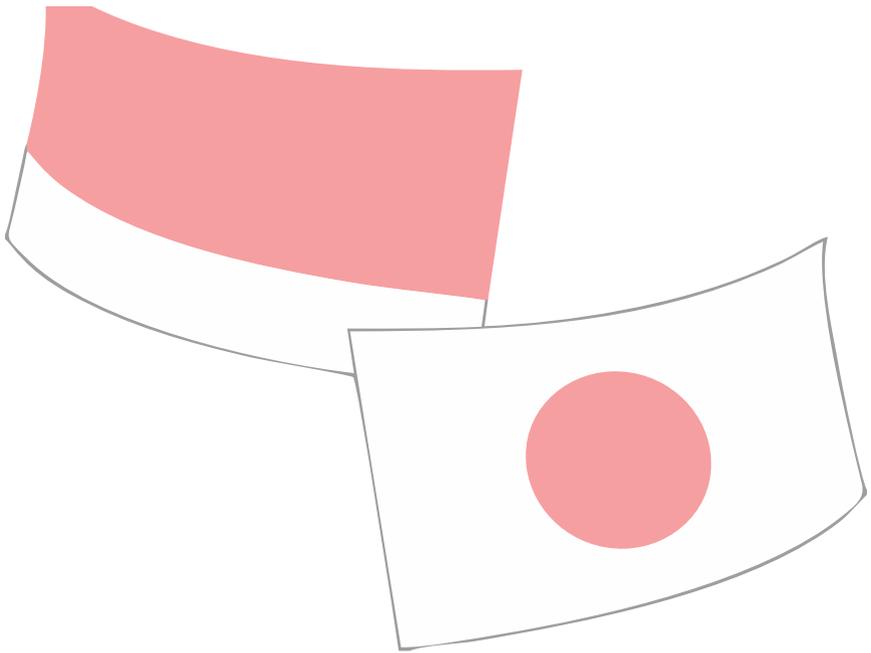
Penyusun
Anda Prasetyo Ery / Dosen Mata Kuliah Bahasa Jepang
Renold / Dosen Mata Kuliah Bahasa Jepang
Masri Ridwan/ Dosen Mata Kuliah Geografi Pariwisata

Disunting oleh
Dr. Muh. Yahya, M. Pd

Desain Layout
Masri Ridwan



Politeknik Pariwisata Makassar
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia/ Badan
Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia
Kampus Poltekpar Makassar, Jl Gunung Rinjani Metro Tanung Bunga Makassar
No.1, Tj. Merdeka, Kec. Tamalate, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 9022



Buku Panduan Berwisata di Kabupaten Jeneponto berbahasa Jepang - Indonesia ini disusun oleh dosen pengajar mata kuliah Bahasa Jepang dan Pengajar Geografi Pariwisata di Politeknik Pariwisata Makassar. Buku ini merupakan pengembangan Penelitian Mandiri para dosen Politeknik Pariwisata Makassar tahun ajar 2021.

Daftar Pustaka

	Halaman
Halaman isi	i
Hak Cipta	ii
Daftar Isi	3
Daftar Tabel dan Gambar	4
Kata Sambutan	5
Kata Pengantar	7
Bab 1 Pendahuluan	9
Bab 2 Geowisata & Jeneponto	21
Bab 3 Analisis Pasar Wisatawan	31
Bab 4 Paket Wisata Jeneponto	38
Bab 5 Istilah Jepang pada Geowisata Jeneponto	48
Lampiran	66
Daftar Pustaka	71
Riwayat Penulis	72

Daftar gambar dan tabel

Gambar	Halaman
Air Terjun Tamalulua	9
Gunung Fuji	10
Festival Balap Kuda di Pantai Karsut Jeneponto	12
Air Terjun Tamalulua	14
Batu Siping Jeneponto	17
Nirwana Golf Club Bali	18
Lembah Hijau Rumbia	21
Spktrum Geowisata	23
Batu Siping Jeneponto	24
Karaktersitik Milenial	31
Pertunjukkan Noh dan kyogen jepang	36
Kitesurfing Jeneponto	37
Brandbook Kabupaten Jeneponto	38
Peta Pulau Jepang	48

Gambar	Halaman
Potensi Wisata Alam Kabupaten Jeneponto Tahun 2018	25
Potensi Wisata Sejarah dan Budaya Kabupaten Jeneponto Tahun 2018	27
Potensi Wisata Buatan Manusia dan Minat Khusus Kabupaten Jeneponto Tahun 2018	30
Kegiatan Wisata Yang Dapat Dikembangkan di Desa Wisata Kabupaten Jeneponto	42
Pulau di Jepang	48

Kata Sambutan

**Bismillahirrohmanirrohim
AssalamualaikumWarrahmatull
ahi Wabarakatuh....**

Puji dan Syukur, selalu terlimpahkan kepada Allah SWT, atas berkah dan Karunia-Nya, Buku: Istilah Geo-Wisata dalam Bahasa Jepang-Indonesia (Kajian Desa Wisata Kabupaten Jeneponto) dapat tersusun sesuai dengan rencana. Buku ini digarapkan menjadi bahan materi bagi seluruh civitas akademika Politeknik Pariwisata Makassar dalam meningkatkan pengetahuan tentang kemampuan berbahasa asing dalam hal ini Bahasa Jepang untuk menjadi panduan dan pedoman berwisata di Sulawesi-Selatan khususnya di Kabupaten Jeneponto.

Bahan ajar merupakan salah satu perangkat yang penting karena sebagai acuan dalam pembelajaran. Pada umumnya setiap pembelajaran menggunakan bahan ajar yang memungkinkan mahasiswa dapat mempelajari suatu kegiatan atau kompetensi dasar secara runtut. Tenaga pendidik dan peserta didik akan mengalami kesulitan dalam pembelajaran apabila tidak dibantu dengan bahan ajar. Tujuan pembelajaran dan kompetensi dasar tidak dapat tercapai apabila tidak adanya bahan ajar yang dibutuhkan. Pengembangan Pada dasarnya bahan ajar itu sangat membantu untuk tercapainya tujuan pembelajaran. Bentuk bahan ajar baik yang tertulis maupun tidak tertulis sebagai representasi yang digunakan dalam membantu pendidik dalam pembelajaran. Hal itu merupakan wujud dari pelayanan pendidikan terhadap peserta didik yang membutuhkan informasi relevan antara teori dengan kebutuhan di lapangan (Imam dalam Iksan, 2009). Visi dan misi kurikulum pembelajaran harus dilaksanakan secara kontekstual serta dinamis, maka bahan ajar harus selaras dengan hal tersebut Instansi pendidikan wajib memiliki bahan ajar yang inovatif dan kontekstual dalam menciptakan generasi yang dipersiapkan untuk menghadapi permasalahan di masa yang akan

datang. Bahan ajar yang kontekstual dan efisien sangat dibutuhkan di masa kini dengan semakin jauhnya masyarakat dengan kebudayaannya sendiri.

Mata kuliah di perguruan tinggi harus memiliki bahan ajar yang memadai baik berbentuk tulisan maupun non-tulisan yang kontekstual. Hadirnya Buku ini, diharapkan sebagai salah satu model Politeknik Pariwisata Makassar dalam upaya menginternalisasikan ilmu pariwisata sebagai bagian tidak terpisahkan dari tugas dan tanggung jawab dosen di Politeknik Pariwisata Makassar yang termaktub dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2016 Tentang Statuta Politeknik Pariwisata Makassar dan Visi Misi

Politeknik Pariwisata Makassar serta pengabdian kepada masyarakat sebagai perwujudan Tri Darma Perguruan Tinggi. Pada kondisi ini Politeknik Pariwisata Makassar sangat meyakini peran penting Kesiapan Sumber Daya Manusia yang adaptif dan bagi perkembangan pariwisata Indonesia yang inovatif. Secara umum buku ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan tentang kemampuan berbahasa asing dalam hal ini Bahasa Jepang untuk menjadi panduan

dan pedoman berwisata di Sulawesi-Selatan khususnya di Kabupaten Jeneponto. Selain itu, Politeknik Pariwisata Makassar sebagai salah satu Pendidikan tinggi di Indonesia, memiliki peran strategis dalam upaya menghasilkan manusia Indonesia berilmu sekaligus memiliki peran aktif dalam pembangunan bangsa dan negara dalam menyikapi dan menjawab perubahan serta tantangan global yang terus berjalan. Semoga Buku ini selalu menjadi pegangan bagi seluruh civitas akademika dan pihak lain sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati. Sekian, terima kasih Wassalamulaikum Warahmatullahi Wabarrakatuh




Dr. Muhammad Arifin, MSd
Direktur Politeknik Pariwisata Makassar

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, Buku Istilah Geo-Wisata dalam Bahasa Jepang-Indonesia (Kajian Desa Wisata Kabupaten Jeneponto) dapat diterbitkan. Sektor pariwisata saat ini menjadi sektor prioritas pembangunan nasional 2015-2019, dan mendapat dukungan penuh lintas sektor/lintas program. Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkah dan karunia-Nya. Buku Istilah Geo-Wisata dalam Bahasa Jepang-Indonesia (Kajian Desa Wisata Kabupaten Jeneponto) dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini meliputi Istilah Geo-Wisata dalam Bahasa Jepang-Indonesia, Desa Wisata dan Kabupaten Jeneponto. Sejalan dengan visi dan misi Politeknik Pariwisata Makassar, yaitu menghasilkan SDM Pariwisata yang mempunyai daya saing Internasional dan berkepribadian Indonesia. Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) Politeknik Pariwisata Makassar menerbitkan Buku ini sebagai pedoman dalam menumbuhkan semangat melakukan penelitian dan pengembangan bagi para dosen dan civitas akademika lainnya dalam upaya mewujudkan Visi dan Misi Politeknik Pariwisata Makassar secara nyata, guna mendukung peningkatan mutu pendidikan tinggi, penelitian dan keunggulan Politeknik Pariwisata Makassar. Buku ini merupakan

dokumen formal untuk bahan materi pembelajaran mengacu pada Statuta dan Rencana Strategis Politeknik Pariwisata Makassar. Terkait dengan bahan materi pembelajaran, Buku ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi seluruh civitas akademika dalam melaksanakan kegiatan pembelajaran guna mengembangkan keunggulan Politeknik Pariwisata Makassar.

Buku ini disusun dengan sungguh - sungguh serta melibatkan komponen-komponen civitas akademika Pariwisata Politeknik Pariwisata Makassar. Namun demikian, sangat diyakini bila masih terdapat kekurangan dan kelemahan dalam Buku ini, untuk dilakukan perbaikan. Oleh karena itu, masukan, sumbang saran serta kritikan dari berbagai pihak sangat diharapkan untuk sempurnanya Buku ini. Semoga

Buku ini dapat bermanfaat bagi upaya pengembangan ilmu pengetahuan, peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan penelitian di Politeknik Pariwisata Makassar. Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabbarrakatuh...

Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Pariwisata Makassar



Drs. Darmayasa, M.Pd

Dr.Muh. Yahya, M.Pd
Kepala Pusat Bahasa Politeknik Pariwisata
Makassar
Dosen Program Studi Destinasi Pariwisata

Bahan ajar merupakan salah satu perangkat yang penting karena sebagai acuan dalam pembelajaran. Pada umumnya setiap pembelajaran menggunakan bahan ajar yang memungkinkan mahasiswa dapat mempelajari suatu kegiatan atau kompetensi dasar secara runtut. Tenaga pendidik dan peserta didik akan mengalami kesulitan dalam pembelajaran apabila tidak dibantu dengan bahan ajar. Tujuan pembelajaran dan kompetensi dasar tidak dapat tercapai apabila tidak adanya bahan ajar yang dibutuhkan. Pada dasarnya bahan ajar itu sangat membantu untuk tercapainya tujuan pembelajaran. Bentuk bahan ajar baik yang tertulis maupun tidak tertulis sebagai representasi yang digunakan dalam membantu pendidik dalam pembelajaran. Hal itu merupakan wujud dari pelayanan pendidikan terhadap peserta didik yang membutuhkan informasi relevan antara teori dengan kebutuhan di lapangan (Imam dalam Iksan, 2009). Visi dan misi kurikulum pembelajaran harus dilaksanakan secara kontekstual serta dinamis, maka bahan ajar harus selaras dengan hal tersebut.

Bahan ajar sebaiknya mengikuti perkembangan kebutuhan dari kurikulum serta peserta didik sebagai pembelajar. Kurikulum di perguruan tinggi yang berkaitan dengan pembelajaran menuntut beberapa pencapaian tujuan pembelajaran diantaranya: (1) menuntut pembelajaran yang kontekstual; (2) mahasiswa untuk lebih aktif; (3) bahan ajar dirancang untuk mengaitkan isi mata kuliah dengan situasi nyata dalam kehidupan sehari-hari; dan (4) dosen dituntut mampu memotivasi mahasiswa untuk membuat keterhubungan antara pengetahuan dan aplikasinya dalam kehidupan sehari-hari (Kemendikbud, 2012). Kondisi bahan ajar yang dapat mengikuti perkembangan kebutuhan peserta didik seharusnya dimiliki berbagai instansi pendidikan. Widyartono (2010) bahwa "bahan ajar yang belum dikembangkan perlu mendapat perhatian khusus". Hal itu sangat

penting karena pola dari kebutuhan dan kemampuan peserta didik terus berkembang setiap waktu. Bentuk Instansi pendidikan wajib memiliki bahan ajar yang inovatif dan kontekstual dalam menciptakan generasi yang dipersiapkan untuk menghadapi permasalahan di masa yang akan datang. Bahan ajar yang kontekstual dan efisien sangat dibutuhkan di masa kini dengan semakin jauhnya masyarakat dengan kebudayaannya sendiri. Perangkat pembelajaran terdapat di setiap jenjang pendidikan tidak terkecuali tingkat Perguruan Tinggi. Kebutuhan terkait bahan ajar kontekstual yang diharapkan ada di setiap mata kuliah yang tersedia pada masing-masing instansi. Mata kuliah di perguruan tinggi harus memiliki bahan ajar yang memadai baik berbentuk tulisan maupun non-tulisan yang kontekstual. Mata kuliah yang membutuhkan bahan ajar yang kontekstual yaitu Bahasa. Salah satu mata kuliah Bahasa yang ada di Politeknik Pariwisata Makassar yaitu Bahasa Jepang. Bahasa Jepang merupakan mata kuliah yang membutuhkan informasi dinamis terkait perkembangan kebutuhan penggunaan Bahasa dalam pelaksanaan di masa yang sekarang dan akan datang. Tujuan dari mata kuliah ini yaitu Mahasiswa yang telah selesai mengikuti perkuliahan diharapkan mampu memahami dan mengaplikasikan penggunaan Bahasa Jepang dalam pelaksanaan aktivitas pariwisata, baik di bidang perhotelan, usaha jasa perjalanan maupun pengembangan keparwisataan. Kebutuhan informasi tidak hanya sebatas teori yang telah ada, melainkan informasi mengenai kondisi di lapangan yang membutuhkan teori dengan aplikatif yang dibutuhkan. Pada dasarnya, mata kuliah ini bersifat aplikatif dalam merespon kebutuhan masyarakat. Semua hal yang terkait seperti bahan ajar dalam pembelajaran diharuskan bersifat dinamis dan kontekstual.

Analisis masalah dan kebutuhan yang dilakukan di Program Studi di Politeknik Pariwisata Makassar didapatkan informasi terkait bahan ajar yang tersedia untuk mahasiswa masih belum kontekstual. Hal ini didasarkan kepada analisis terhadap RPP dan silabus serta wawancara dengan dosen pengampu dan mahasiswa.

Tujuan pembelajaran yang termuat dalam RPP dan silabus tidak sesuai dengan pembelajaran yang berlangsung. Mahasiswa berpendapat bahwa pembelajaran yang berlangsung dan informasi yang didapatkan dari dosen pengampu belum memberikan pemahaman yang detail terkait praktik di lapangan. Kondisi tersebut didukung dengan didapatkannya data terkait pembelajaran di kelas melalui observasi yang dilakukan peneliti. Peneliti mendapatkan gambaran pembelajaran di kelas yang berpusat pada dosen dan tidak adanya bahan ajar yang memberikan informasi yang mendetail terkait aktualisasi di lapangan. Pada penyusunan kurikulum mata kuliah Bahasa Jepang terdapat salah satu capaian yang sangat penting dalam kurikulum terkait menghadapi kebutuhan masyarakat. Materi potensi wisata lokal di Sulawesi-Selatan menjadi penting sejalan dengan kebutuhan industri pariwisata di Sulawesi Selatan yang mengalami perkembangan yang pesat, salah satunya di Kabupaten Jeneponto. Spesifikasi produk yang dihasilkan dalam buku ini adalah bahan ajar sebagai suplemen mata kuliah Bahasa Jepang. Produk yang dihasilkan berupa buku referensi cetak yang bermuatan kontekstual. Bahan ajar tersebut memuat tentang potensi lokal yang ada di Kabuapten Jeneponto. Bahan ajar yang dihasilkan berupa suplemen terdiri atas spesifikasi teknis dan isi. Spesifikasi teknis secara umum berupa buku referensi mata kuliah Bahasa Jepang yang memberikan gambaran tentang pengelolaan potensi yang ada pada lingkungan sekitar mahasiswa. Konten yang diusung dalam buku ini spesifik pada istilah-istilah Bahasa Jepang dan Bahasa Indonesia yang ada di lokasi wisata, Tim penulis mengklasifikasi karakteristik wilayah di Kabupaten Jeneponto berdasarkan potensi dan sumber daya pariwisata yang dimiliki. Oleh karena itu, pendekatan Geo-Wisata digunakan sebagai pisau analisis untuk mengungkap fenomena yang terdapat pada wilayah kajian. Dengan hadirnya buku ajar ini memberi referensi kepada pembaca tentang penggunaan istilah Bahasa Jepang dan Bahasa Indonesia dalam menyelenggarakan aktivitas wisata di Kabupaten Jeneponto. Menurut hemat saya, relevansi dari buku yang ada di tangan pembaca ini menjadi sedemikian besar manakala dilihat dalam



konteks ini. Buku ini jelas turut memperkuat gugusan referensi di bidang pariwisata di Sulawesi-Selatan. Sebagai sebuah karya publikasi oleh **Dra. Anda Ery Prasetyo, M.Pd, Renold, M.Pd dan Masri Ridwan, M.Pd**, buku ini bagi saya mencerminkan sebuah endapan potensi akademis. Sembari menanti karya-karya selanjutnya, saya ingin mengajak para pembaca mengucapkan selamat atas kehadiran karya ini di hadapan kita semua. *“Saya menyakini buku ini mampu memberi kontribusi nyata bagi pengembangan Sumber daya Manusia Pariwisata di Politeknik Pariwisata Makassar”*.

Semoga.....

Makassar, 12 April 2022

Dr. Muh. Yahya, M. Pd

BAB 1 PENDAHULUAN



Gambar 1. Air Terjun Tama'Lulua

Sumber: <https://akbarpost.com/2018/12/air-terjun-tamalulua-dari-jeneponto-di.html>

Buku ini, terdiri dari 5 Bab yang masing-masing mempunyai pembahasan yang berbeda namun dalam bingkai yang terstruktur. Bab satu penulis memberikan pengantar tentang perkembangan pariwisata di Indonesia kemudian pariwisata di lokasi kajian yaitu Kabupaten Jeneponto. Batasan tentang pemanfaatan Bahasa Jepang dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Jeneponto. Pada bab 2, penulis secara spesifik mendeskripsikan tentang konsep dan teori dari Geowisata serta sebaran desa wisata dan sumber daya pariwisata di Kabupaten Jeneponto yang terdiri dari lanskap dan pesisir. Bab 3 penulis menguraikan tentang model dan karakteristik wisatawan mancanegara yang berada di Indonesia secara umum dan di provinsi Sulawesi-Selatan secara khusus. Selanjutnya di Bab 4 berisi tentang pembahasan wisatawan asal Jepang yang meliputi tipologi, motivasi serta strategi komunikasi dan pemasaran untuk wisatawan asal Jepang. Sementara pada Bab 5 secara spesifik menguraikan tentang istilah dan terjemahan kata benda-sifat ke dalam bahasa Jepang. Penulis juga memberikan contoh penggunaan kata Jepang dengan huruf "Roma ji". Penjelasan tentang istilah dibagi menjadi dua sesuai tema dan potensi Geowisata yang melatarbelakangi desa-desa wisata di Jeneponto, seperti desa wisata di bagian timur yang karakteristiknya adalah Alam, Lanskap dan dataran tinggi dan desa wisata di bagian barat yang memiliki potensi pesisir dan budaya. Setiap subbab dilengkapi dengan gambar agar mudah dipahami para pembaca.

1. Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta. Secara etymology (asal kata) pariwisata terdiri dari pari dan wisata. Pari berarti banyak, berkali-kali, berulang kali, sedangkan wisata adalah perjalanan (Travel). Pariwisata adalah perjalanan (tour) dari daerah asal ke daerah tujuan yang dilakukan seara berulang atau seringkali (Yoeti, 19830. Kata pariwisata dapat dipadankan dengan tourism dalam bahasa Inggris. Beberapa istilah terkait yang ada dalam undang-undang Kepariwisataan, yaitu (1) Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek atau daya tarik wisata. (2) Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. (3) Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha - usaha yang terkait di bidang tersebut. (4) Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. (5) Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa.

Banyak definisi tentang pariwisata yang dikemukakan oleh pakar pariwisata. Dari definisi tersebut terdapat persamaan yaitu (a) perjalanan dilakukan untuk sementara waktu (b) perjalanan dilakukan dari suatu tempat (origin) ke tempat lainnya (destination), (c) perjalanan selalu dikaitkan dengan dengan pertamasyaan atau rekreasi, dan (d) orang yang melakukan perjalanan tidak mencari nafkah di daerah yang dikunjunginya dan semata-mata sebagai konsumen di tempat tersebut.



Gambar 2. Gunung Fuji

Sumber: www.booking.com/Hotels/Mount-Fuji

Menurut International Union of Official Travel Organizations (IUOTO), para wisatawan diartikan sebagai orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dalam jangka waktu minimal 24 jam dan maksimal 3 bulan di dalam suatu negeri yang bukan merupakan negeri dimana biasanya ia tinggal. Mereka yang termasuk kategori wisata meliputi:

1. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang, untuk keperluan pribadi, kesehatan dan sebagainya,
2. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk maksud menghadiri pertemuan, mengikuti konferensi atau sebagai utusan berbagai macam badan atau organisasi
3. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk kegiatan bisnis.

Definisi tentang pariwisata mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan pariwisata itu sendiri. Perubahan tersebut terkait dengan aktivitas di daerah tujuan wisata. Pada awalnya, berwisata hanya semata-mata untuk menikmati perjalanan dan hanya sebagai konsumen.

Kemudian hal ini berkembang menjadi wisata dan berbisnis atau berdagang termasuk pula melakukan konferensi. Menurut Saleh Wahab (1989), dalam kegiatan pariwisata terdiri dari tiga unsur yaitu manusia, tempat atau ruang dan waktu. Manusia yang melakukan kegiatan pariwisata, ruang/tempat kegiatan pariwisata berlangsung atau daerah tujuan wisata dan waktu yaitu unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan dan selama berdiam di daerah tujuan dalam kegiatan pariwisata.

Beberapa istilah yang terkait dengan wisata yaitu :

1. Picnic: suatu perjalanan bertujuan untuk rekreasi yang, dilakukan tidak jauh dari tempat kediaman, direncanakan dan diorganisasikan secara sendiri atau bersama-sama dan perjalanan dilakukan kurang dari 12 jam
2. Tour: yaitu perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain dengan suatu maksud, tetapi selalu mengandalkan perjalanan itu untuk tujuan bersenang-senang (pleasure) dan perjalanan dilakukan lebih dari 24 jam.
3. Trip, excursion, Trip yaitu perjalanan yang dilakukan dalam rangka perjalanan wisata (tours) yang sedang dilaksanakan. Exursion yaitu perjalanan dalam rangka studi atau studi lapangan mempelajari fenomena alam dan social di lapangan (study excursion), setelah memperoleh teori di kampus atau sekolah.

Pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan untuk bersenang - senang mengunjungi objek/atraksi wisata, menasikkan secara langsung adat budaya setempat, dan tujuan lainnya dengan durasi waktu lebih dari 24 jam. Pariwisata merupakan salah satu industri model baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal penyediaan lapangan kerja, pendapatan, taraf hidup, mengaktifkan sektor

produksi lain di dalam wilayah atau negara penerima wisatawan, dan terlebih khusus dalam hal pendapatan devisa negara.

Dalam kegiatan pariwisata terdapat penawaran wisata meliputi produk dan jasa wisata. Produk wisata adalah semua produk yang diperuntukan atau dikonsumsi seseorang selama melakukan kegiatan wisata. Jasa wisata adalah gabungan produk yang terangkum dalam atraksi, transportasi, akomodasi, dan hiburan (Damanik dan Weber, 2006). Potensi wisata adalah semua objek (alam, budaya, dan buatan) yang memerlukan banyak penanganan dan pengembangan agar dapat memberikan nilai daya tarik bagi wisatawan (Damanik dan Weber, 2006). Objek dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan dan atau hubungan aktivitas dan fasilitas yang dapat menarik pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu (Marpaung, 2000).

2. Karakteristik Pariwisata

Menurut World Tourism Organization (WTO), wisatawan merupakan pengunjung sementara yang tinggal sekurang- kurangnya 24 jam di negara tujuan atau yang dikunjungi. Tujuan perjalanan wisatawan dapat digolongkan dalam dua bagian yaitu (1) Pesiar yaitu untuk keperluan rekreasi, kesehatan, studi. keagamaan, olah raga dan kunjungan keluarga. (2) Bukan pesiar, yaitu untuk keperluan bisnis serta menghadiri konferensi, seminar atau pertemuan lainnya, termasuk pula melakukan perjalanan bisnis.

Menurut Salah Wahab (1992), pariwisata adalah salah satu dari industri gaya baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan. Pariwisata merupakan sektor yang kompleks, meliputi industri-industri dalam arti yang klasik, seperti misalnya industri kerajinan tangan dan cinderamata. Industri pariwisata merupakan gabungan dari berbagai produk jasa yang

dihasilkan oleh pelbagai pihak dalam rangka memenuhi kebutuhan wisatawan. Karakteristik pariwisata sebagai industri jasa berbeda dengan produk industri atau jasa lainnya. Karakteristik tersebut yaitu (1) Tak berwujud (intangible), yaitu orang tidak dapat melihat bentuk jasa pariwisata Indonesia seperti apa?, sebelum wisatawan merasakan atau membelinya, atau datang sendiri ke daerah tujuan pariwisata. Wisatawan harus dating ke daerah tujuan wisata, agar dapat merasakan sendiri, seperti apa pelayanan industry jasa wisata tersebut. (2) Sulit diatur standar kualitasnya, dalam jasa terjadi hubungan langsung antara pemberi dan pengguna jasa. Kualitas pelayanan dituntut selalu prima dalam melayani wisatawan dan terus dioptimalkan. (3) Simultan antara proses produksi dan konsumsi, jasa baru diproduksi apabila memang sudah dibeli oleh pengguna jasa. Terjadi proses yang bersamaan antara proses produksi dan konsumsi. (4) Tidak dapat disimpan sebagai persediaan, misalnya kamar hotel yang kosong seminggu yang lalu akan hilang dan tidak dapat di jual pada hari ini atau hari berikutnya. Keramah-tamahan pelayanan pariwisata pada saat ini adalah untuk saat ini, tidak bias digunakan untuk wisata pada hari lainnya. (5) Tidak dapat dimiliki, karena tidak berwujud, maka tidak ada suatu yang kemudian dimiliki oleh seorang yang telah membeli jasa tersebut. Untuk mewujudkan jasa tersebut wisatawan membeli cinderamata sebagai kenang-kenangan kalau ia pernah pergi atau terkesan dengan daerah tujuan wisata tersebut.

Kebijakan yang dianjurkan dalam pengembangan pariwisata yaitu bagaimana membuat jasa tersebut dari yang “tidak terlihat atau terwujud” menjadi “terlihat atau terwujud” sehingga dapat dilakukan dievaluasi. Pembangunan sarana fisik, seperti bangunan, infrastruktur jalan, dan sarana fisik lainnya dikaitkan dengan jasa yang diberikan, selanjutnya akan dipakai sebagai bahan bagi pengguna jasa untuk mengevaluasi kualitas jasa. Jadi semakin baik sarana fisik, akan dihubungkan dengan kualitas pelayanan jasa pariwisata yang baik atau meningkat. Dalam pengembangan pariwisata peningkatan prasarana dan sarana fisik mutlak dibutuhkan. yang kemudian diharapkan diiringi dengan peningkatan kualitas pelayanan jasa pariwisata. Peningkatan sumberdaya manusia yang berkaitan dengan pariwisata perlu ditingkatkan kualitasnya. Kualitas orang yang memberikan jasa, diterima oleh pengguna jasa sebagai kualitas jasa itu sendiri. Misalnya keluhan mengenai buruknya tingkah laku pelayan hotel, pemandu wisata atau oknum penduduk di daerah tujuan wisata, sudah tentu akan dihubungkan dengan buruknya kualitas jasa pariwisata.

Berdasarkan hal tersebut, maka pengembangan dan peningkatan kualitas pemberi jasa merupakan salah satu faktor bagi keberhasilan dalam memasarkan jasa pariwisata. Salah satu usaha yang dilakukan adalah peningkatan sumberdaya manusia dalam bidang pariwisata melalui pendidikan formal dan non formal. Disamping itu perlu ditumbuhkan kesadaran masyarakat mengenai pariwisata yaitu sebagai tuan rumah yang baik yaitu melalui program "sadar wisata". Produksi jasa pariwisata adalah seluruh masyarakat Indonesia.

Karakteristik lain dari pariwisata yaitu (1) Merupakan sektor yang peka, kegiatan pariwisata adalah kegiatan "menjual Indonesia". Hal ini berarti mempertaruhkan citra dan harga diri serta martabat bangsa. Misalnya ketidak puasan wisatawan terhadap pelayanan hotel, maka akan dikaitkan dengan kualitas semua aspek hotel di Indonesia, kesalahan salah satu aspek kecil dapat mengakibatkan seluruh pelayanan dianggap kurang baik, dan seterusnya. (2) Pariwisata terdiri dari banyak sub sektor, seperti: hotel, restoran, agen perjalanan, transportasi, pusat-pusat kegiatan wisata dan pusat-pusat cinderamata. Disamping itu sektor pariwisata melibatkan sektor-sektor lainnya, seperti pertanian, perhubungan, industri, kesehatan, perdagangan, hukum, administrasi pemerintahan dan lainnya.

Gambar 3 Festival Balap Kuda di Pantai Karsut Jeneponto

Sumber: <https://cdn.idntimes.com/content-images/community/2018>

3. Daerah Tujuan Wisata dan Aspek Keruangan

Daerah tujuan wisata (tourist destination area) atau sering disingkat dengan DTW adalah daerah atau tempat yang memiliki atraksi, situasi dalam hubungan lalu lintas dan fasilitas penunjangnya, menyebabkan wilayah tersebut menjadi obyek kebutuhan wisatawan. Tiga syarat utama yang harus dipenuhi bagi daerah tujuan wisata yaitu (1) daerah tersebut memiliki atraksi atau obyek yang menarik, (2) terdapat aksesibilitas untuk menapai daerah tersebut. Seperti mudah dicapai dengan berbagai sasaran transportasi, dan (3) menyediakan tempat untuk tinggal sementara. Persyaratan yang 1 dan 2 harus terpenuhi, sedangkan yang ke tiga, bias disediakan di tempat tersebut atau di tempat lain yang relative tidak jauh. Wilayah pariwisata (WTW), suatu wilayah yang terdiri dari beberapa daerah tujuan wisata (DTW) yang ralatif berdekatan, serta daerah yang bukan daerah tujuan wisata. Penggolongan daerah tujuan wisata (seperti yang berlaku di negara maju, khususnya Eropa), didasarkan pada faktor-faktor tertentu. Daerah Tujuan atau Obyek Wisata

1. Daerah Tujuan Wisata (DTW) Alam

Daerah tujuan wisata ini mengandalkan lingkungan alam dan bentang alam sebagai daya tarik wisata. Daerah tujuan wisata dengan obyek alam meliputi gunung, pantai, laut, hutan, danau, sungai, dan lainnya. Obyek wisata alam ini merupakan tempat-tempat libur pada musim tertentu, seperti musim panas, gugur, musim dingin dan musim untuk negara-negara yang mengalami empat musim. Obyek wisata alam juga merupakan tempat beristirahat untuk tujuan kesehatan, seperti sumber air panas/mineral di kawasan pegunungan, pantai.

2. Daerah Tujuan Wisata (DTW) Kebudayaan

Daerah tujuan wisata ini terdiri dari (a) kota-kota bersejarah dengan arsitektur unik, monumen, dan lainnya, (b) pusat-pusat pendidikan, seperti universitas, pusat penelitian, (c) tempat-tempat dengan acara khusus, seperti pesta kesenian rakyat, upacara-upacara adat (kelahiran, kematian, pernikahan), kegiatan olah raga pada

pelbagai tingkatan mulai dunia, benua, regional dan nasional yang diselenggarakan negara-negara maupun yang diselenggarakan oleh organisasi dan perusahaan, dan lainnya, (d) tempat-tempat ibadah seperti masjid, gereja, kuil, pura, dan lainnya sebagai wisata sejarah dan yang terkait dengan peristiwa peribadatnya. Kegiatan atau event budaya di suatu kota atau daerah tertentu merupakan daya tarik bagi wisata, seperti parade bunga mawar di Pasadena AS, carnival mode di Jember.

3. Daerah tujuan wisata Transportasi

Daerah tujuan wisata ini terdiri: pelabuhan laut tempat pertemuan lalulintas kereta api, persimpangan lalulintas kendaraan bermotor (stop over), bandara, dan pelabuhan penyeberangan. Pelabuhan Sunda Kelapa yang merupakan pelabuhan kapal-kapal tradisional, Kota Semarang, Surabaya, Ampenan (Lombok) dan Banyuwangi sebagai kota pelabuhan pada waktu jaman Belanda, dengan peninggalan bangunan dan gudang-gudang kuno dan fasilitas lainnya yang menarik sebagai obyek wisata. Stasiun kereta api dengan bangunan atau arsitektur kunonya, kereta api dan gerbongnya yang sudah tidak beroperasi lagi, termasuk pula bekas reruntuhannya (ruinning) merupakan daya tarik tersendiri terutama bagi wisata minat khusus. Pelbagai sarana transportasi darat, seperti sepeda, sepeda motor, mobil angkutan penumpang dan pribadi yang ditempatkan dalam suatu area atau bangunan (museum transportasi). Kapal laut dan pesawat udara pelbagai jenis dijadikan pula museum, baik yang dikelola oleh pemerintah, perusahaan yang memproduksi maupun swasta merupakan salah satu obyek wisata yang menarik.

4. Daerah tujuan wisata ekonomi

Terdiri dari pusat-pusat perdagangan dan perindustrian, pusat-pusat bursa dan pekan raya, serta tempat-tempat pameran perdagangan. Kota-kota besar dunia dan regional sering menyelenggarakan pameran-pameran, seperti pesawat, otomotif, elektronik, sebagai ajang pengenalan produk, perdagangan dan juga pariwisata. Demikian pula kota-kota melengkapi dirinya dengan pusat perbelanjaan, seperti Jakarta, Surabaya, Denpasar, Singapura dan Abudabi.

Pusat - pusat perbelanjaan tersebut merupakan salah satu tujuan atau obyek wisata berbelanja. Pusat-pusat industri "kecil" atau industri rumah tangga dengan sentra-sentra industrinya merupakan salah satu dari bentuk wisata ekonomi. seperti pusat kerajinan kulit, ukiran dll.

5. Daerah Tujuan Wisata Konferensi

Daerah tujuan wisata tergantung pada kegiatan politik, seperti ibukota atau pusat pemerintahan, tempat-tempat dilangsungkannya konferensi. Contoh kota atau tempat untuk kegiatan konferensi internasional yaitu Swis, Singapura, Putrajaya (Malaysia) Nusadua Bali, dan lainnya. Wisata konferensi merupakan salah satu penganekaragaman bidang pariwisata. Melakukan kegiatan konferensi dan sekaligus dapat melakukan wisata pada suatu wilayah atau Negara yang dijadikan sebagai tempat penyelenggaraan konferensi. Persyaratan daerah tujuan wisata untuk kegiatan konferensi, antara lain: mudah dijangkau dengan sarana dan prasarana transportasi yang ada, berbagai fasilitas penunjang kegiatan konferensi, seperti akomodasi, serta menjamin keamanan bagi terselenggaranya kegiatan tersebut.

Berdasarkan potensi alam dan budaya yang dimiliki, maka semua daerah atau propinsi di Indonesia dapat dijadikan sebagai daerah tujuan wisata. Pariwisata tidak saja menyangkut obyek wisata saja, melainkan banyak aspek yang terkait, maka pengembangan atau pembangunan di bidang pariwisata berdasarkan skala prioritas dan bertahap. Pada awalnya dikembangkan 10 daerah tujuan wisata (DTW). Daerah tujuan wisata tersebut : DKI Jakarta, Bali, DI Yogyakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Sumatera Barat, Sumatera Utara, Sulawesi Utara, dan Sulawesi Selatan. Bali. DKI Jakarta dan DI Yogyakarta sudah berkembang dan menjadi daerah tujuan wisata, maka prioritas pembangunan dan pengembangan pariwisata dilanjutkan ke daerah lain terutama daerah wisata bahari yaitu Maluku dan Nusa Tenggara, dengan andalan daya tariknya adalah wisata bahari.

Pada saat ini semua propinsi di Indonesia mengembangkan daerah tujuan wisata. Hal ini karena pada dasarnya semua propinsi memiliki potensi pariwisata baik untuk wisatawan dalam dan luar negeri. Semua DTW tersebut

pengembangnya didasarkan pada (1) tersedianya prasarana, sarana, dan fasilitas penunjang lainnya, serta memperhatikan besarnya potensi kepariwisataan daerah yang bersangkutan, (2) azas pemerataan pembangunan. Daerah-daerah tujuan wisata pada masing-masing wilayah mempunyai potensi yang berbeda, sehingga pengelompokan wilayah belum dapat dijadikan sebagai cara untuk mengoptimalkan potensi masing-masing.

Gambar 4. Air Terjun Tamalulua
Sumber: <https://www.hipwee.com/travel/destinasi-wisata-di-jeneponto>

4. Siklus Daerah Tujuan Wisata

Setiap daerah tujuan wisata mempunyai memiliki proses perkembangan dari awal sejak dijadikan sebagai obyek untuk rekreasi dan wisata sampai pada proses kemundurannya. Suatu bentang alam atau aktivitas budaya harus memiliki daya tarik sebagai obyek wisata. Daya tarik ini diawali dari daya tarik terhadap penduduk lokal, sekitar obyek, kemudian meluas ke daerah dan wilayah lain sampai ke manca Negara. Tahap perkembangan suatu obyek wisata dimulai dari ditemukan sebagai obyek, keterlibatan penduduk setempat untuk mengelolanya, pengunjung meningkat dengan diiringi dengan kerusakan lingkungan, kemudian pengunjung mengalami penurunan. Tahapan perkembangan daerah tujuan wisata terbagai dalam tujuh tahapan.

1. Tahap eksplorasi (exploration)

Tahap ini diawali dengan “penemuan” (discovery) suatu tempat dengan bentang alam (natural landscape) sebagai potensi wisata, baik oleh penduduk setempat, wisatawan, pelaku pariwisata, maupun pemerintah. Pada tahapan ini keadaan alam daerah tujuan wisata masih sangat alami (natural) dan belum tersentuh dengan teknologi modern. Keterjangkauan atau aksesibilitas daerah tujuan wisata sangat terbatas hanya mampu dilalui oleh jenis-jenis kendaraan tertentu saja. Jumlah fasilitas atau sarana penunjang pariwisata, seperti akomodasi dan restoran masih kurang dan belum memadai. Pada tahap ini, daerah tujuan wisata hanya akan dikunjungi oleh wisatawan tertentu saja seperti wisatawan petualang (adventurer), penjelajah (explorer) dan peneliti (researcher).

Jumlah pengunjung pada awalnya sedikit, kemudian semakin meningkat. Hal ini karena informasi dari orang ke orang seara langsung ataupun melalui media social, termasuk surat kabar, mulai memperkenalkan obyek wisata tersebut. Banyak pengunjung lokal nusantara maupun wisatawan manca Negara tertarik pada daerah dengan lingkungan alam yang belum tercemar dan relative sepi pengunjung, serta bentang alam yang belum banyak diubah. Suatu lokasi dari obyek wisata dengan medan yang sulit diminati oleh sejumlah wisatawan. Hal ini karena dan belum banyak wisatawan yang datang dan lingkungan alam dan bentang alamnya masih terjaga.

2. Tahap keterlibatan (involvement) dan kontrol lokal (local control) oleh masyarakat sekitar obyek.

Pada tahapan ini terdapat inisiatif dari masyarakat lokal, karena disadari bahwa

teempatnya menarik untuk dikunjungi karena ada informasi dan “promosi” oleh pengunjung daerah sekitar dan wisatawan. Keterlibatan masyarakat lokal, baik seara langsung maupun tidak langsung, karena merasa diuntungkan dengan keberadaan obyek wisata yang dimiliki. Obyek wisata ini membuka kesempatan usaha, seperti berjualan makanan, minuman, tukang parkir, dan lainnya. Hal ini merupakan awal dari berdirinya kafe, restoran bahkan hotel. Wisatawan dapat menikmati produk-produk wisata dengan harga yang murah. Produk-produk kerajinan dari masyarakat sekitar yang dijual kepada wisatawan harganya murah. Hal ini selanjutnya akan memunculkann art gallery, penjualan cinder mata, Biro perjalanan wisata belum begitu tampak pada tahapan ini karena umumnya wisatawan datang dan menjelajah sendiri tanpa menggunakan agen-agen perjalanan. Dalam kegiatan berwisatanya, wisatawan biasanya berkomunikasi langsung dengan masyarakat lokal dengan bahasa seadanya. Masyarakat lokalpun berusaha untuk mempelajari bahasa para wisatawan sesuai dengan proses pemerolehan bahasa (language acquisition) yaitu hal yang bersifat incidental yang selalu dipraktekkan kemudian terbiasa untuk menggunakannya. Pada tahapan ini masyarakat lokal sudah mulai bisa berbicara bahasa asing walaupun hanya bahasa pasaran. Pada tahapan ini belum ada peran Pemerintah membuat dan mengeluarkan peraturan-peraturan dalam bentuk peraturan pemerintah, peraturan daerah dan yang mengatur segala kegiatan dan legalitas kepariwisataan. Kerjasama yang erat antara masyarakat dan pemerintah yang diwujudkan dengan penciptaan situasi yang harmonis dan kondusif. Hal ini memotivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata karena

karena wisatawan memiliki rasa yang tenang, aman dan nyaman berada di daerah tujuan wisata tersebut.

Daerah tujuan wisata memerlukan promosi agar lebih dikenal seara lebih luas, dengan harapan orang tahu dan ada keinginan untuk mengunjunginya. Sistem promosi yang ada adalah promosi dari mulut ke mulut atau dari orang ke orang lain. Bagi wisatawan yang mendapatkan pengalaman langsung dan menarik di suatu daerah tujuan wisata akan menceritakan kepada saudara dan kerabatnya sehingga mereka tertarik dan antusias untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Sebagai contoh Bali dan Yogyakarta, dipromosikan oleh orang-orang yang telah pernah berkunjung ke daerah tujuan wisata tersebut. Selanjutnya mereka mengajak saudara dan teman-temannya untuk beramai-ramai mengunjunginya yang kaya akan keindahan alam, keunikan budaya dan masyarakatnya yang ramah.

Seiring dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, maka dibangun dan dikembangkan berbagai jenis usaha perdagangan jasa pariwisata seperti; hotel, villa, restoran, biro perjalanan wisata dan lain-lain. Begitu juga dengan objek-objek wisatanya. Mereka ditata sedemikian rupa sehingga semakin menarik wisatawan untuk mengunjungi objek-objek tersebut. di objek-objek wisata juga dibangun berbagai sarana penunjang seperti; toilet, tempat peristirahatan, dan warung makanan atau minuman untuk para wisatawan, pramu wisata dan sopir.

3. Tahap pengembangan (development) dan adanya kontrol lokal (local control).

Jumlah pengunjung dan wisatawan menunjukkan peningkatan jumlah yang pesat. Hal ini didukung dengan tingkat aksesibilitas yang semakin tinggi. Sarana dan prasarana transportasi yang semakin memadai. Fasilitas pendukung obyek wisata semakin meningkat dan berkembang, seperti akomodasi, dan pembangunan fisik lainnya.

4. Tahap konsolidasi (consolidation)

Pada tahapan ini, secara keseluruhan jumlah kunjungan wisatawan masih mengalami peningkatan. Daya tarik obyek wisata sudah tersebar ke berbagai wilayah dan Negara, baik melalui informasi dari mereka yang sudah

berkunjung maupun melalui media masa. Kawasan wisata dipenuhi oleh berbagai pendukung pariwisata seperti berbagai macam tempat hiburan dan atraksi wisata serta akomodasi, seperti hotel, restoran dan kafe. Bentang alam sudah mulai banyak diubah menjadi bentangan yang bersifat non alami, bahkan terkesan dipaksa untuk berubah menjadi sangat modern. Wisatawan mulai jenuh dengan bentang buatan (cultural landscape) yang jauh dari kesan alami yang ramah. Jumlah hotel yang telah banyak dan terus meningkat tidak mampu lagi untuk mencari wisatawan untuk menginap di hotelnya apalagi mengandalkan wisatawan langsung datang untuk bermalam (walk-in guest). Biro perjalanan yang mengatur paket-paket wisata dan hotel sebagai pelegkap akomodasinya.

Jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat dan pembangunan berbagai sarana perdagangan jasa pariwisata yang berlebihan yang tidak disesuaikan dengan daya tampung (carrying capacity) dan daya dukung (supporting capacity) sering kali mengakibatkan dampak-dampak negatif seperti; degradasi lingkungan, terjadinya pembuatan produk-produk secara besar-besaran dengan mengabaikan kualitas produksi. Pengawasan oleh masyarakat maupun lembaga lokal agak sulit dilakukan, dengan perkembangan fisik dan peningkatan jumlah wisatawan. Keadaan ini menyebabkan kerusakan lingkungan alam dan sosial budaya. Oleh karena itu diperlukan adanya campur tangan control dari pemerintah daerah, regional dan nasional, dengan melibatkan masyarakat lokal.

5. Tahap kestabilan (stagnation) dan masih diikuti oleh adanya institutionalism

Pada tahapan ini terdapat upaya untuk menjaga jumlah wisatawan secara intensif dilakukan oleh industri pariwisata, seperti penyesuaian harga, penawaran paket wisata, penganeekaragaman atraksi wisata, dll). Pada tahap ini dimana jumlah wisatawan tertinggi telah terlampaui dan mulai ada penurunan. Setelah tercapainya jumlah kunjungan tertinggi biasanya akan terjadinya penurunan kembali jumlah kunjungan wisatawan yang diakibatkan oleh semakin buruknya sarana-sarana dan pelayanan perdagangan jasa pariwisata.

Daerah tujuan wisata ini telah mulai ditinggalkan karena tidak menarik lagi. Pengubahan bentang alam seara besar-besaran dan berkesinambungan, maka kawasan obyek wisata, kemungkinan besar mengalami masalah yang terkait dengan lingkungan alam maupun sosial budaya.

6. Tahap penurunan kualitas (decline)

Pada tahapan ini, wisatawan sudah meninggalkan suatu daerah tujuan wisata dan tidak mau lagi mengunjungi daerah tujuan wisata. Hal tersebut karena banyak faktor seperti: tidak aman dan nyamannya tempat tersebut, terganggunya wisatawan pada saat menikmati masa berlibur, terjadinya kerusakan lingkungan dan keadaan yang kumuh. Wisatawan mengalihkan kunjungannya ke daerah tujuan wisata lain. Kawasan ini telah menjadi obyek wisata yang mengalami penurunan dan hanya dikunjungi sehari atau akhir pekan saja dan itupun kebanyakan oleh pengunjung pemula yang belum pernah datang. Bagi pengunjung pemula yang datang ke obyek mendapati keadaan yang sudah tidak menarik lagi, sehingga memutuskan untuk tidak datang lagi. Walaupun produk wisata, seperti hotel, restoran dan cinderamata dijual dengan harga yang murah, namun tidak mampu lagi memulihkan jumlah kunjungan wisatawan. Hal ini karena sudah mendapatkan citra buruk dari para wisatawan. Ketidakmampuan dalam menangani permasalahan pada tahapan ini sering kali berakibat fatal dan matinya suatu

daerah tujuan wisata.

7. Tahap peremajaan kembali (rejuvenate)

Untuk mengatisipasi masalah ini, dilakukan berbagai upaya untuk pemulihan (recovery). Pada tahapan ini perlu dilakukan pertimbangan mengubah pemanfaatan kawasan pariwisata, mencari pasar baru dan mereposisi ke bentuk lain dan menganekaragamkan atraksi wisata. Beberapa fasilitas pariwisata telah diubah bentuk dan fungsinya menjadi tujuan lain. Oleh sebab itu diperlukan modal baru atau kerjasama antara pemerintah dengan pihak swasta. Menata kembali tata ruang daerah tujuan wisata dengan menempatkan obyek dan pendukungnya pada zone yang sesuai dengan peruntukannya. Hal ini diharapkan bahwa pengubahan bentang lahan menjadi bentang budaya dengan proporsional, agar tujuan estetika, lingkungan dan tujuan ekonomi berjalan seiring.

Gambar 6. Batu Siping Jenepono
Sumber: <https://nyero.id/wp-content/uploads/2018/02/Wisata-Hits-Batu-Siping-Jenepono.png>

5. Kebutuhan Wisata Jeneponto terhadap Bahasa Jepang

Jeneponto merupakan salah satu kabupaten di Sulawesi Selatan. Sebagian wilayah Jeneponto merupakan dataran tinggi dan sebagaian yang lainnya merupakan pesisir pantai. Meskipun didominasi oleh dataran tinggi dan pesisir pantai, Jeneponto bukanlah tujuan wisata utama di Sulawesi Selatan, namun daerah ini memiliki beragam destinasi unik yang menarik. Mulai dari wisata alam, cagar budaya, tempat bersejarah, kuliner khas, tempat romantis, area bermain anak dll.

Selama ini Kabupaten Jeneponto dikenal dengan Kabupaten yang gersang, bahkan secara PAD paling rendah diantara Kabupaten lain di Sulawesi Selatan. Jika dilihat dari tingkat kesejahteraan masyarakatnya, dapat dikatakan daya beli masyarakat Jeneponto masih rendah. Untuk menunjang pemenuhan fasilitas pariwisata di Kabupaten Jeneponto yang menarik dan ramah lingkungan, sehingga perlu dikembangkan pondok penginapan bagi wisatawan yang berkunjung dalam bentuk homestay. Minat wisatawan sekarang ini cenderung memilih wisata yang bernuansa alam. Mereka lebih santai dengan menikmati pemandangan alam sekitar. Pemerintah sekarang lebih mengembangkan kegiatan pariwisata alam (UNESCO. 2009). Apalagi untuk memikat wisatawan asing yang kita tahu kondisi cuacanya yang berbeda dengan Kabupaten Jeneponto. Contohnya Wisatawan Dari Jepang, dimana cuaca disana dingin yang berbanding terbalik dengan cuaca di Kabupaten Jeneponto yang Panas dan dikenal dengan Kabupaten yang gersang. Maka dari itu Pariwisata Homestay yang ramah dapat memikat wisatawan asing seperti dari Jepang ini. Jepang merupakan salah satu wisatawan terbanyak ke Indonesia. Hal ini dikarenakan faktor destinasi wisata alam dan budaya Indonesia yang dapat para wisatawan Jepang. Indonesia juga termasuk negara yang terkenal dalam perjalanan paket wisata yang cukup murah, dari akomodasi, transportasi dan buah tangan. Selain itu wisatawan Jepang sangat tertarik dengan kuliner di Indonesia, dimana kuliner di Indonesia disajikan dengan beraneka bumbu yang sangat khas dari berbagai daerah

wisata. Vincent Jemadu sebagai Direktur Promosi Pariwisata Indonesia untuk wilayah Amerika, Asia dan Pasifik mengatakan bahwa sasaran destinasi wisata yang paling diminati wisatawan Jepang yang utama salah satunya adalah Bali, karena karakteristik wisatawan Jepang yaitu menyukai wisata alam, budaya serta sport. Jepang sangat berminat diving sport, kemudian Yogyakarta lebih kepada kebudayaan, dimana wisatawan Jepang menyukai culture dan nature (lifestyle. okezone.com, 2015).

Oleh karena itu, pemerintah Indonesia lebih meningkatkan kerjasama pariwisata dengan Jepang. Dimana didalam renstra pengembangan pariwisata, Jepang sebagai salah satu fokus primer pasar pariwisata Indonesia di bagian kawasan Asia Timur (Renstra Kemenparekraf, 2012:42). Jepang juga sebagai salah satu negara utama renstra pengembangan pemasaran pariwisata dari enam belas negara (Rencana Strategis Kemenparekraf, 2012:xv). Selain itu Jepang memiliki jumlah populasi penduduk yang cukup besar sejumlah 127,3 juta, yang rata-rata mempunyai pendapatan perkapita tertinggi dibandingkan negara Asia lainnya yaitu sekitar US\$ 34,189 (The Japan Foundation. 2005:iv). Wisatawan Jepang juga terkenal dalam memiliki karakteristik yang paling ramah dan royal dalam membelanjakan uangnya disaat berlibur (japanesestation.com,2012). Hal ini membuat pemerintah Indonesia sangat tertarik untuk meningkatkan wisatawan Jepang agar terus dapat memberikan devisa bagi ekonomi Indonesia dalam berwisata.

Jeneponto sebagai bagian dari kepariwisataan provinsi Sulawesi-Selatan memiliki potensi untuk mendukung program pemerintah pusat untuk mendatangkan wisatawan asal Jepang. Selain potensi budaya, Jeneponto juga dikenal sebagai penghasil daya pikat wisata alam yang tersebar di beberapa lokasi. Sehingga dibutuhkan serangkaian inovasi di Jeneponto untuk menjadikannya sebagai sebuah destinasi yang tangguh dan adaptif. Suatu destinasi harus memiliki berbagai fasilitas kebutuhan yang diperlukan oleh wisatawan agar kunjungan seorang wisatawan dapat terpenuhi dan merasa nyaman. Berbagai kebutuhan wisatawan tersebut antara lain, fasilitas transportasi, akomodasi, biro perjalanan, atraksi (kebudayaan, rekreasi, dan hiburan), pelayanan makanan, dan barang-barang cinderamata (Gde Pitana, 2005:

Salah satu bagian dari konstruksi destinasi adalah ketersediaan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan bahasa asing yang baik. Hal ini dibutuhkan pada saat menjalankan aktivitas berwisata pada sebuah destinasi. Begitu pula dengan kepariwisataan di Jeneponto, maka untuk menjadi daerah tujuan wisatawan asal Jepang, maka diperlukan inovasi dengan mengembangkan informasi yang memiliki muatan bahasa Jepang. Hal ini dikarenakan adanya keanekaragaman alam serta budaya yang terdapat di Jeneponto yang dapat menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung ke Jeneponto. Selain kedua hal tersebut faktor penting yang



Gambar 6. Nirwana Golf Club Bali
Sumber: https://www.luxuryhotelsguides.com/Coollest_Hotels/Top-10

menjadikan Jeneponto tujuan wisatawan adalah keramahatamahan yang menjadi ciri khas di dalam diri warga Indonesia yang membuat wisatawan merasa nyaman dan aman berada di Indonesia.

Bahasa Jepang merupakan salah satu bahasa internasional berdasarkan hasil penelitian terbaru tahun 2018 oleh Japan Foundation Indonesia berada di posisi nomor satu di antara negara asia tenggara pembelajar bahasa Jepang terbanyak di dunia yang mencapai angka 466.360 orang pembelajar.

Sebuah fakta dari penelitian (N.W. Nilawati dkk, 2021), ia mengungkapkan bahwa kebutuhan bahasa Jepang bagi para pelaku pariwisata terbukti sangat penting. Penelitian yang dilakukan di Nirwana Bali Golf Club yang terletak di Hotel Pan Pasific Tanah Lot. Nirwana Bali Golf Club merupakan salah satu tempat golf terkenal di Indonesia. Pekerja di tempat tersebut memiliki standar tinggi seperti kemampuan fisik

serta kemampuan berkomunikasi berbahasa asing dalam merekrut pekerja caddy guna meningkatkan mutu dan kualitas tempat tujuan pariwisata tersebut. Selama tiga bulan calon caddy dilatih dan diajarkan dasar-dasar bermain golf sebelum terjun ke lapangan, maka dari itu para caddy di Nirwana Bali Golf Club setidaknya memiliki kemampuan setara golfer amatir. Selain itu para caddy juga

dituntut untuk bisa berbahasa asing agar memudahkan berinteraksi serta mengajari tamu yang datang untuk bermain golf. Namun sesuai dengan observasi awal, para caddy di sana kesulitan berkomunikasi menggunakan bahasa Jepang. Faktor yang menyebabkan kesulitan

dalam berkomunikasi dengan bahasa Jepang ialah karena ketiadaan buku pedoman yang membuat para caddy kebingungan dalam menghadapi golfer asal Jepang yang tidak menggunakan bahasa Inggris sebagai sarana berkomunikasi. Apalagi ditemukan fakta di lapangan bahwa para caddy tidak pernah diajarkan bahasa Jepang secara formal, melainkan otodidak. Sesuai dengan standar kerja yang berlaku di Nirwana Bali Golf Club bahwa semua caddy harus memiliki kemampuan bermain golf dan mengetahui teknik-teknik dasar golf serta istilah di dalam dunia golf akan lebih mudah jika adanya guide yang menemani golfer dan caddy tersebut, tetapi berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan seorang caddy yang bekerja di Nirwana Bali Golf Club, golfer asal Jepang biasanya tidak menggunakan jasa guide atau kalau pun ada, guide hanya berada di lobi hotel dan tidak ikut menemani golfer tersebut terjun ke lapangan.

Mempelajari bahasa Jepang untuk pariwisata tidak hanya membuat pekerjaan semakin mudah tetapi juga akan lebih menyenangkan karena adanya sebuah proses interaksi antara golfer dan caddy tersebut. Akan tetapi kurangnya sumber bacaan khususnya mengenai buku pariwisata untuk caddy menyebabkan ketiadaan interaksi antara golfer dan caddy karena tanpa adanya buku penunjang, caddy tidak bisa hanya belajar dari mendengar apa yang disampaikan oleh caddy senior di lapangan. Dengan demikian, sebuah destinasi harus mampu untuk mengembangkan panduan pariwisata dalam bahasa Jepang seperti Buku. Adanya buku tersebut, setidaknya menumbuhkan minat mempelajari bahasa Jepang dengan lebih baik apalagi para pemandu wisata merupakan pekerjaan yang harus berinteraksi langsung dengan wisatawan dari negara manapun. Hal ini sangat disayangkan karena kurangnya sumber bacaan mengenai buku pariwisata untuk pemandu wisata. Hal ini pula yang memengaruhi motivasi dan minat belajar pemandu wisata. Karena tanpa adanya buku penunjang, pemandu wisata tidak bisa hanya belajar dari mendengar dan melihat dari media youtube atau platform internet. Dengan adanya buku tersebut, setidaknya menumbuhkan minat mempelajari bahasa Jepang dengan lebih baik. Selain itu, ketersediaan bahasa Jepang juga dibutuhkan di lingkungan perguruan tinggi. Para pelajar setelah menyelesaikan perkuliahan diharapkan memiliki kecakapan dan kemampuan di bidang masing-masing salah satunya pariwisata.

Pembelajaran Bahasa Jepang di universitas-universitas yang ada di Indonesia sejauh ini memang lebih dititik-beratkan pada pembelajaran linguistik dan sastra. Namun dengan dipelajarinya juga Bahasa Jepang di jurusan atau pun program studi kepariwisataan, secara otomatis memperlebar kajian Bahasa Jepang ke arah Istilah Geo-Wisata dalam Bahasa Jepang-Indonesia (Kajian Desa Wisata Kabupaten Jeneponto)

kepariwisataan, khususnya perhotelan. Bahasa Jepang untuk lingkup khusus, (Japanese for Specific Purpose) memang belum banyak dikaji, terutama untuk lingkup kajian kepariwisataan. Belum ada buku ajar dengan standar yang tepat untuk pembelajaran Bahasa Jepang untuk pariwisata. Tidak heran jika pada akhirnya pembelajaran Bahasa Jepang disekolahsekolah maupun jurusan kepariwisataan disamakan dengan pembelajaran Bahasa Jepang pada umumnya. Padahal dari tujuan pembelajaran dan jam belajar sudah jauh berbeda dengan jurusan Bahasa Jepang. Hasilnya, Bahasa Jepang dasar menjadi sulit dikuasai dan tujuan terkait pariwisatanya pun tidak tercapai.



Gambar 7. Mahasiswa Akademi Pariwisata (Akpar) Makassar belajar teknik mengolah masakan Jepang khususnya sushi dan sashimi langsung dari seorang chef restaurant Jepang yakni Kitsuki Hisatomo
Sumber :
<https://makassar.tribunnews.com/2014/06/03/kemenparekraf-review-kurikulum-perguruan-tinggi-pariwisata>.

Tidak hanya budaya positif Jepang terus menerus yang harus kita usung, budaya lokal sendiri pun dapat diangkat sebagai pembeding untuk membuka lebih luas pandangan, daya nalar, juga rasa memiliki dan cinta negeri para mahasiswa. Misalnya pada kegiatan menonton video Nihon no Shiki, setelahnya dapat dilanjutkan dengan kegiatan diskusi singkat mengenai musim di Indonesia dan bagaimana cara kita sebagai warga negara Indonesia yang baik dapat mengapresiasi musim yang ada. Dari kegiatan ini diharapkan tumbuh rasa cinta pada keindahan dan lingkungan sekitar.

BAB 2 GEOWISATA & JENEPONTO

1. Geowisata

Letak Negara Indonesia secara geografis sangat istimewa. Pertama, Indonesia berada di antara tiga lempang benua besar, yaitu lempeng pasifik, lempeng Eurasia, dan juga lempeng Australia. Kedua, Indonesia berada di dalam dua kawasan laut dangkal meliputi dangkalan Sahul dan dangkalan Sunda. Ketiga, Wilayah Negara Indonesia memiliki dua deretan pegunungan besar, yaitu Pegunungan Mediterania dan Sirkum Pasifik. Letaknya sangat strategis, membuat Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam yang sangat besar, terutama kekayaan alam non hayatinya, berupa keanekaragaman fenomena geologi yang membentang dari Sabang sampai Merauke. Bentang alam yang pegunungan yang sangat indah beserta segala bentuk khas geologinya yang unik merupakan segala bentuk potensi alam yang sudah dimiliki (Hermawan & Brahmanto, 2018). Tidak berlebihan jika Negara Indonesia disebut sebagai negara megageodiversity, mengingat besarnya kekayaan geologi seperti yang telah disebutkan diatas (Hendratno, 2004).

Akan tetapi, kenyataan menunjukkan bahwa kekayaan geologi tersebut belum mampu tergarap secara optimal hingga saat ini. Kekayaan geologi kita mayoritas masih dieksploitasi untuk kegiatan pertambangan serta sebagai bahan baku pendukung dalam industri manufaktur. Pengembangan infrastruktur fisik, industri, dan pengembangan urban area di pusat kota, semua ini sangat ditunjang oleh bahan galian yang merupakan sumber daya geologi dari berbagai daerah. Dampaknya, tidak sedikit dari kegiatan industri tersebut justru menimbulkan berbagai efek negatif berupa penurunan bahkan kerusakan fungsi ekologis (tata alam) di daerah-daerah bekas pertambangan geologi.

Pariwisata diharapkan mampu menjadi alternatif solusi pemanfaatan potensi geologi secara ekonomis yang sedikit berbeda dari pemanfaatan aset-aset geologi sebelumnya. Kegiatan kepariwisataan selama ini memang banyak terkait dengan alam, terutama yang berkaitan dengan pengembangan atraksi wisata. Semuanya erat hubungannya dengan masalah lingkungan yang alami, yang tidak terlepas dari nuansa geologi, khususnya juga terkait dengan daya dukung lingkungan.

Daya dukung lingkungan erat kaitannya dengan ekosistem. Keduanya merupakan satu jaringan sistem yang saling terkait (interdependensi)

dengan hukum alam yang membentuk tempat manusia bermukim serta membentuk suatu tata alam tempat manusia bermasyarakat. Dalam masyarakat inilah, manusia mampu mengembangkan kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya. Dengan dukungan sosial ekonomi yang mantap, maka budaya manusia dapat menciptakan berbagai macam tata binaan yang mau tidak mau mengacu matra ruang, waktu, dan ilmu pengetahuan termasuk juga teknologi (Ahman Sya, 2012).

Berdasarkan konsep diatas, maka segala bentuk destinasi wisata, baik alam, budaya maupun minat khusus pada hakikatnya merupakan pariwisata ekologi (alam). Sementara itu, ekologi merupakan panduan ilmu pengetahuan alam dan ilmu pengetahuan sosial, dengan disiplin ilmu pengetahuan geologi yang paling kuat pengaruhnya (Ahman Sya, 2012).

Dalam hal pengembangan daya tarik wisata alam, perlu perhatian bahwa tidak semua daya tarik wisata alam cocok dengan pola pengembangan pariwisata asal, yaitu pariwisata yang berusaha mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya. Karena tinggi rendahnya daya dukung lingkungan akan sangat tergantung pada topografi medan dan bertumpu pada tata geologinya. Budaya manusia bersumber pada hukum alam dan bermuara pada kinerja binaanya yang keseluruhannya tidak lepas dari pengaruh sifat dan gejala alam yang ada di bumi. Oleh karena itu, disiplin ilmu pengetahuan geologi sebagai sumber daya kepariwisataan perlu sekali digunakan untuk menghasilkan daya tarik wisata alam geologi yang berkelanjutan. Daya tarik wisata berkelanjutan dapat tercipta dengan pengelolaan yang bijak yang sesuai dengan daya dukung lingkungannya yang dapat digali menurut pendekatan ilmu geologi dengan manajemen pengelolaan pariwisata yang baik.

“Geowisata mencoba dihadirkan di Indonesia sebagai sebuah solusi bagaimana memanfaatkan kekayaan geologi beserta berbagai dinamikanya untuk kegiatan wisata dan ekonomi yang berwawasan lingkungan. Konsep ini telah populer dipromosikan sebagai cara mendamaikan konservasi fenomena geologi dan geomorfologi dengan pembangunan ekonomi, khususnya di negara-negara berkembang (Camp, 2016)”.

Gambar 7. Lembah Hijau Rumbia

Sumber: <https://jejakpiknik.com/lembah-hijau-rumbia>

Geowisata menjadi salah satu alat paling kuat untuk melindungi lingkungan. Geowisata merupakan alternatif solusi peningkatan atas pariwisata massal atau "lama" yang menyediakan hubungan sektor yang lebih baik, mengurangi kebocoran manfaat dari suatu negara, menciptakan lapangan kerja lokal, dan menumbuhkan pembangunan berkelanjutan (Khan, 1997). Akan tetapi, geowisata masih termasuk fenomena baru dalam paradigma pengembangan pariwisata, khususnya di Indonesia (Khan, 1997).

Pengembangan geowisata di Indonesia harus segera dilakukan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Wisata kebumihan (geowisata) dapat dijadikan jembatan dalam rangka sosialisasi ilmu pengetahuan alam, pendidikan lingkungan dan pelestarian alam dan pada akhirnya diharapkan akan terwujud pembangunan pariwisata yang berkelanjutan berbasis kearifan local. Geowisata (geotourism) adalah salah satu bentuk pariwisata yang menonjolkan aspek-aspek kebumihan serta memiliki daya tarik wisata (Escorihuela, 2017; Hermawan, 2017; Hermawan, 2018).

Geowisata merupakan aktivitas yang dilakukan di kawasan geopark yang dalam perkembangan produk-produknya, karakteristik utama geowisata dimunculkan lebih komprehensif berkaitan dengan unsur-unsur dan proses geologi (lanskap, karst, mineral, aktivitas tektonik, pegunungan, lembah sungai dll), akomodasi (geolodge, georesort), aktivitas (geotour/ geotrack, geokayaking) daya tarik (geomuseum yang dilengkapi cinderamata yang disebut dengan geo-souvenir, serta geo-interpretation yang merupakan fasilitas dan pelayanan yang dapat memberikan informasi dan edukasi kepada pengunjung mengenai bentukan dan proses geologi dan lanskap yang terdapat ditempat tersebut). Geowisata merupakan aktivitas menuju berbagai tempat di permukaan bumi untuk menikmati dan mempelajari keindahan dan keajaiban alam serta budaya setempat. Hal tersebut dapat berupa ben

angan alam (gunung, danau, sungai, gua dan hutan) dan kebudayaan (bahasa, ada istiadat, cara hidup) (Sutikno & Udi, 2006).

Geowisata adalah suatu kegiatan wisata alam yang diselenggarakan secara bertanggung jawab terhadap suatu kawasan yang dilindungi dengan memanfaatkan informasi geologi (Indah Andini Poetri, Muh Bahrudin, 2016). Kegiatan ini bertujuan untuk menjelaskan proses pembentukan suatu keindahan, keunikan dan langka objek wisata alam. Agar dapat dipahami oleh masyarakat umum, maka informasi geologi dikemas secara sederhana dalam bahasa populer. Pola Geowisata Dalam perkembangannya, geowisata memiliki pola khusus yang berbeda dengan jenis wisata lain. Pola tersebut belum pernah dideskripsikan secara rinci, tetapi dengan berpedoman pada ekowisata, maka dapat disimpulkan bahwa pola pada geowisata terdiri dari:

1. Geowisata merupakan salah satu segmen dari wisata alam yang mengutamakan komponen geologi sebagai atraksi utama.



Gambar 8. Lomba Pacuan Kuda Tradisional, Destinasi Wisata Jeneponto

Sumber: <https://www.inews.id/multimedia/photo/lomba-pacuan-kuda-tradisional-destinasi-wisata-jeneponto>

2. Geowisata merupakan wisata minat khusus, berupa wisata petualangan di daerah terpencil, dengan memanfaatkan kondisi alam sebagai atraksi wisata.
3. Aktivitas pengunjung dibatasi dan dikendalikan dengan peraturan kunjungan, sehingga dampak dari geowisata kecil.
4. Geowisata membutuhkan sarana dan prasarana wisata yang didesain dan dibangun sesuai dengan kondisi lingkungan dan sosial setempat.
5. Geowisata membutuhkan pemandu pakar sesuai dengan tingkat kebutuhan pengunjung (Lingkungan & Indonesia, 2013).

Geowisata berlangsung kegiatan sinergis antara semua elemen alam dan karakter geografis, untuk menciptakan pengalaman wisata dengan melibatkan masyarakat dan perekonomian lokal. Di samping itu, kelompok - kelompok masyarakat bergabung untuk memberikan pengalaman yang berkesan dan berbeda bagi wisatawan, memberikan manfaat ekonomis bagi penduduk karena mempekerjakan pekerja lokal, menggunakan layanan, produk, dan sumber daya alam di sekitarnya (Indah Andini Poetri, Muh Bahruddin, 2016).

Secara umum geowisata adalah objek wisata alam yang dikemas secara khusus. Awal mula suatu objek wisata alam merupakan suatu hal yang akan menciptakan dialog batin antara wisatawan dengan lingkungan alam sekitarnya. Berawal dengan menghargai nilai estetika objek yang dikemudian hari akan menumbuhkan rasa menghormati, memiliki dan kepedulian untuk melestarikan bumi ini (Septiatik, 2008).

Di dalam pengembangan geowisata, terdapat beberapa istilah yang digunakan, antara lain (Dowling (dalam Fadhilah, 2015:9):

- a. Geologi - adalah studi ilmu tentang bumi.
- b. Geoheritage - atribut bumi yang dinyatakan (warisan bumi).
- c. Geoconservation - melestarikan fitur bumi.
- d. Geosite - sebuah situs atau tempat yang diidentifikasi untuk pengembangan ilmu kebumian ataupun sebagai daya tarik wisata.
- e. Geopark - wilayah geologi terpadu yang dikembangkan untuk konservasi, edukasi dan pembangunan berkelanjutan.

Dowling (2010:2-3) memberikan prinsip geowisata, antara lain:

- a. Geologically based. Geowisata berbasis pada warisan bumi dengan fokus utama bentuk

geologis dan/atau proses pembentukannya.

- b. Sustainable. Geowisata harus berorientasi pada perolehan ekonomi yang tinggi (economic viable), peningkatan kapasitas masyarakat (community enhancement), serta perlindungan terhadap bentuk geologis kawasan yang menjadi daya tarik wisata (geoconservation).
- c. Geologically informative. Geowisata menarik minat wisatawan yang ingin berinteraksi dengan lingkungan untuk meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan perasaan menghargai lingkungan tersebut, oleh karena itu, geowisata sudah seharusnya dikelola secara positif dengan meningkatkan kesadaran konservasi
- d. Locally beneficial. Geowisata harus dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal dengan cara keterlibatan mereka. Selain itu, keterlibatan juga dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan.
- e. Tourist satisfaction. Geowisata harus dapat memberi kepuasan kepada wisatawan melalui jaminan keamanan dan peningkatan pengetahuan.

Lebih lanjut, Dowling (dalam Fadhilah, 2015:10) memberikan kategori komponen-komponen dalam geowisata, yaitu:

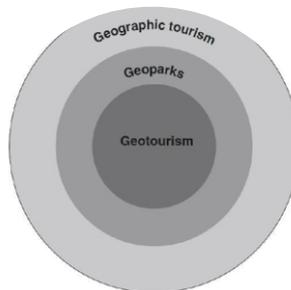
a. Activities

Melibatkan fitur geologi dan geomorfik yang berkontribusi dalam pembentukan 'sense of place' untuk setiap geosite (Dowling, 2011:133). Lebih khusus lagi, fitur ini meliputi berbagai jenis lanskap, bentang alam singkapan batuan, dan jenis, sedimen, tanah, juga kristal (Dowling dan Newsome, 2006:47). Berikut merupakan jenis aktivitas geotourism antaralain:

1. Geo-site sightseeing
Berekreasi atau bertamasya dengan menikmati landscape dari keunikan bentuk kebumihan.
2. Geo-Sport
Olahraga yang berhubungan dengan topografi bumi.
3. Geo-studi

Kegiatan studi di alam terbuka, termasuk observasi warisan geologi, fotografi geolanskap, kunjungan lapangan untuk kepentingan geologi.

4. Geo-konservasi dan geo-pendidikan
Program konservasi terhadap potensi kebumihan untuk kepentingan edukasi atau pelestarian.
5. Geo-Festival
Event yang concern terhadap keberlangsungan



Gambar 9
Spektrum Geowisata
Sumber: Newsome dan Dowling (2006:4)

sumber geologi atau wadah promosi terhadap bentuk program konservasi.

6. Fasilitas Geo-tours

Bentuk interpretasi mandiri (peta geowisata) ataupun fasilitas pemandu wisatawan.

7. Health and Wellness geotourism

Bentuk fasilitas kesehatan ataupun relaksasi seperti terapi spa, terapi batu, dan terapi lumpur.

b. Interpretasi

Tilden (dalam Fadhillah, 2015:11) mendefinisikan proses interpretasi sebagai "suatu kegiatan pendidikan yang bertujuan untuk mengungkapkan makna dan hubungan melalui penggunaan benda-benda asli oleh pengalaman langsung, dan media ilustrasi, bukan hanya untuk menyampaikan informasi faktual. Interpretasi dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran para wisatawan tentang nilai intrinsik dari geoheritage dan geosites. Adapun, visitor center dapat berkontribusi dalam meningkatkan proses interpretasi untuk lokasi wisata geologi dan mengembangkan upaya untuk melestarikan dan mempertahankan geoheritage. Menurut Herbert (dalam Fadhillah, 2015:12), proses interpretasi memiliki tiga tujuan utama: mendidik pengunjung tentang situs yang berbeda yang mereka kunjungi; menawarkan pengalaman wisata yang menarik dan menyenangkan bagi pengunjung; dan karena itu, dua tujuan tersebut berkontribusi bersama-sama untuk meningkatkan pengunjung apresiasi, perawatan dan menghormati warisan geologi yang ada. Dowling dan Newsome (2006:5) menyebutkan ada tiga pilar penting dari bentuk interpretasi yang baik dalam destinasi wisata yaitu, Visitor Centres, Guided and Self Guide Trails, Pamphlets.

2. Komponen Produk Destinasi Pariwisata

Produk wisata atau yang disebut oleh Yoeti (2008:16) sebagai produk industri pariwisata adalah "... keseluruhan bentuk pelayanan yang dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat kediaman dimana biasanya ia tinggal, selama di DTW/kota yang ia kunjungi, hingga ia kembali ke kota tempat ia tinggal semula" (Yoeti 2008:16).

Komponen penting produk wisata menurut Dickman (1999) mencakup Attraction, Activities, Accomodation, Amenities, dan Accessibility atau yang lebih sering disebut dengan konsep 5A. Komponen attraction dan activities menggunakan konsep geowisata seperti yang sudah dibahas sebelumnya. sementara

pembahasan pada komponen lainnya yaitu:

a. Accomodation (Akomodasi)

Merupakan komponen yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan saat akan berkunjung ke suatu destinasi pariwisata lebih dari satu hari. Jenis-jenis akomodasi tersebut antara lain:

1. Hotel
2. Guest house
3. Sanatorium
4. Homestay
5. Losmen
6. Cottage
7. Camping

b. Amenities (Amenitas)

Amenitas pada dasarnya merupakan segala sesuatu yang disediakan pada suatu destinasi wisata untuk melayani kebutuhan wisatawan. Amenitas terdiri dari tiga jenis, yaitu:



Gambar 10. Batu Karst Pundo Siping

Sumber: <https://nyero.id/wp-content/uploads/2018/02/Wisata-Hits-Batu-Siping-Jeneponto.png>

1. Infrastruktur umum, merupakan infrastruktur dasar yang disediakan untuk kepentingan masyarakat umum. Contohnya adalah sistem penyediaan air bersih, tenaga listrik, infrastruktur jalan, telekomunikasi, dan sebagainya
2. Infrastruktur pendukung kebutuhan hidup, merupakan infrastruktur yang tersedia untuk masyarakat umum, namun dapat dimanfaatkan pula oleh wisatawan. Sebagai contoh, kantor pos, rumah sakit, bank, apotek, pusat perbelanjaan, SPBU, dan lain sebagainya
3. Infrastruktur khusus wisatawan, merupakan infrastruktur yang khusus disediakan khusus untuk kegiatan pariwisata, contohnya adalah food and beverages, agen perjalanan, penyewaan kendaraan, toko cinderamata, dan lain sebagainya.

c. Accessibility

Aksesibilitas merupakan semua kemudahan yang diberikan baik kepada calon wisatawan maupun wisatawan yang sedang berkunjung di suatu destinasi wisata. Aksesibilitas mencakup bagaimana wisatawan menuju destinasi wisata, dan proses yang harus dilalui wisatawan untuk menikmati daya tarik wisatawan melakukan aktivitas wisata. Berbagai hal yang harus dipertimbangkan dalam aspek aksesibilitas antara lain:

1. Moda transportasi yang dapat digunakan wisatawan untuk mencapai daya tarik wisata. Terbagi ke dalam dua jenis, yaitu moda transportasi inter dan intra kawasan. Moda transportasi inter kawasan adalah moda transportasi yang dapat digunakan untuk mencapai kawasan seperti pesawat, bis antar kota, kereta api, dan sebagainya. Sementara moda transportasi intra kawasan adalah moda transportasi yang dapat digunakan saat berada di dalam kawasan, seperti bis kota, angkutan kota, dan sebagainya
2. Jarak dan waktu tempuh daya tarik wisata dari fasilitas wisata
3. Perizinan, merupakan pelayanan administrasi yang harus ditempuh oleh wisatawan untuk menikmati daya tarik wisata dan melakukan aktivitas wisata.

3. Potensi Daya Tarik Geowisata Jeneponto

Daya tarik wisata Kabupaten Jeneponto terdiri dari daya tarik wisata pantai, gua, laut, pulau, panorama, agro, sejarah, budaya masyarakat tradisional, maupun events (peristiwa pariwisata). Adapun potensi daya tarik wisata Kabupaten Jeneponto dilihat dari aspek sejarah, aspek sosial budaya masyarakat, dan sektor-sektor lain yang terkait lainnya.

1. Potensi Wisata Alam

Daya Tarik wisata alam sebagai salah satu daya Tarik wisata Kabupaten Jeneponto menjadi daya tarik utama bagi wisatawan untuk berkunjung. Data dan sebaran potensi wisata alam pantai dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1 Potensi Wisata Alam Kabupaten Jeneponto Tahun 2018

No	Nama Destinasi	Daya Tarik	Lokasi
1	Goa Gantarang Buleng	1. Goa	Desa Gantarang Kec. Kelara
		2. Panorama Alam	
2	Pantai Ujung Timur	1. Panorama Alam	Desa Bonto Ujung Kec. Tarawang
		2. Rekreasi dan olahraga	
3	Wisata Hutan Mangrove	1. Panorama alam	Desa Balang Beru Kec. Tarawang
		2. Flora dan fauna	
		3. Wisata Edukasi	
4	Lembah Hijau Rumbia	1. Panorama Alam	Desa Bontonompo Kec. Rumbia
		2. Kolam Renang	
		3. Out-bound	
		4. Wisata Agro	

5	Air Terjun Tama 'lulua Bossolo	1. Panorama Alam 2. Air Terjun 3. Goa	Desa Rumbia Kec. Rumbia
6	Air terjun Boro	1. Panorama Alam 2. Air Terjun	Desa Bontonompo Kec. Rumbia
7	Pasanggarahan Loka	1. Panorama Alam	Desa Loka Kec. Rumbia
8	Salu Lompoa	1. Panorama Alam	Desa Lebang Manai Kec. Rumbia
9	Air terjun Lembah Impian	1. Panorama Alam 2. Air terjun 3. Goa dan Sumur	Desa Bontomanai Kec. Rumbia
10	Wisata Lembah Bontoljong	1. Panorama Alam	Desa Ujung Bulu Kec. Rumbia
11	Air terjun Tuang Loe	1. Panorama Alam 2. Air Terjun	Desa Datara Kec. Bontoramba
12	Air terjun Kara'ngasa	1. Panorama Alam 2. Air Terjun	Desa Lebang Manai Kec. Rumbia
13	Pantai Karaeng Sutte (Karsut)	1. Panorama Alam 2. Rekreasi dan Olahraga	Desa Kampala Kec. Arungkeke
14	Pantai Kampung Sicini	1. Panorama Alam 2. Rekreasi dan Olahraga	Desa Sicini Kec. Arung Keke
15	Sungai Ta'lambua	1. Panorama Alam 2. Permandian Alam	Desa Paitana Kec. Turatea
16	Birtaria Kassi	1. Panorama Alam 2. Rekreasi dan Olahraga	Tonro Kassi Kec. Tamalatea
17	Bukit Toenga	1. Panorama Alam	Kel. Pallengu Kec. Bangkala
18	Pulau Libukang (Pulau Harapan)	1. Panorama Alam 2. Rekreasi dan Olahraga	Kel. Bontorannu Kec. Bangkala
19	Je'ne A'ribaka	1. Panorama Alam 2. Air Terjun	Desa Kapita Kec. Bangkala
20	Timuru (Air Terjun Patugurrunna Jongayya)	1. Panorama Alam 2. Air Terjun	Desa Marayoka Kec. Bangkala

21	Pantai Katubiri	1. Panorama Alam 2. Rekreasi dan Olahraga	Desa Bisoli Kec. Bangkala Barat
22	Batu Sipinga	1. Panorama Alam	Desa Garassikang Kec. Bangkala Barat
23	Pantai Garassikang	1. Panorama Alam 2. Rekreasi dan Olahraga	Kec. Bangkala
24	Bukit dan Danau Bulu Jaya	1. Panorama Alam 2. Danau	Bulu Jaya Kec. Bangkala Barat

Sumber : Dinas Pariwisata Kab. Jeneponto, 2018

2. Potensi Wisata Sejarah dan Budaya

Selain potensi keindahan alam, tinggalan benda sejarah masa lampau yang dimiliki oleh kabupaten Jeneponto memiliki keunikan tersendiri serta memiliki keterkaitan sejarah dengan berbagai masyarakat di berbagai wilayah provinsi Sulawesi Selatan dan Nusantara di masa lampau. Hal ini menunjukkan posisi dan peran strategis kabupaten Jeneponto dalam kehidupan dan peradaban masa lalu termasuk lintas sejarah yang menempatkan kabupaten Jeneponto menjadi salah satu bagian dari sejarah tersebut.

Kabupaten Jeneponto juga memiliki berbagai jenis atraksi budaya sebagai tinggalan kebudayaan berbagai masyarakat yang mendiami dan bermukim serta melakukan hubungan sosial ekonomi di masa lalu. Adapun jenis daya tarik wisata sejarah budaya kabupaten Jeneponto terdiri dari benda tinggalan sejarah, tarian, ritual, permainan rakyat, benda pusaka, dan benda cagar budaya lainnya. Jenis daya tarik tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Potensi Wisata Sejarah dan Budaya Kabupaten Jeneponto Tahun 2018

No	Nama Destinasi	Daya Tarik	Lokasi
1	Rumah adat Kambara' Tolo'	1. Rumah Adat 2. Benda Sejarah	Tolo' Kec. Kelara
2	Mesjid Tua Tolo'	1. Rumah Ibadah 2. Benda Sejarah	Mataere Tolo' Kec. Kelara
3	Makam Tuang Nong (Tung Nung)	1. Makam 2. Tinggalan Arkeologi	Mataere Tolo' Kec. Kelara
4	Rumah Adat Kampala	1. Rumah Adat 2. Benda Sejarah	Desa Kampala Kec. Arungkeke
5	Rumah Adat Bulu – Bulu	1. Rumah Adat 2. Benda Sejarah	Desa Bulu- Bulu Kec. Arungkeke
6	Rumah Adat Arungkeke	1. Rumah Adat 2. Benda Sejarah	Desa Arungkeke Kec. Arungkeke
7	Rumah Adat Bonto Tangnga	1. Rumah Adat 2. Benda Sejarah	Tamalatea Kec. Tamalatea
8	Makam Joko	1. Makam 2. Tinggalan Arkeologi	Joko Kec. Bonto Ramba
9	Makam Raja-Raja Binamu	1. Makam 2. Tinggalan Arkeologi	Joko Kec. Bonto Ramba
10	Rumah Adat Kerajaan Binamu	1. Rumah Adat 2. Benda Sejarah	Kel. Pabiringa Kec. Binamu

11	Rumah Adat Kerajaan Binamu Raja Patappoi Kr Loloa	1. Rumah Adat 2. Benda Sejarah	Kel. Empoang Selatan Kec. Binamu
12	Rumah adat Sapanang	1. Rumah Adat 2. Benda Sejarah	Kel. Sapanang Kec. Binamu
13	Makam Kr. Balang dan Gallarang Tannginunga Je'ne	1. Makam 2. Tinggalan Arkeologi	Balang Toa Kec. Binamu
14	Makam Kr. Karampang Butung	1. Makam 2. Tinggalan Arkeologi	Balang Toa Kec. Binamu
15	Makam Kr. Bebang	1. Makam 2. Tinggalan Arkeologi	Sapanang Kec. Binamu
16	Makam Patima Dg Ti'no	1. Makam 2. Tinggalan Arkeologi	Pabiringa Kec. Binamu
17	Makam Kr. Toayya (Kr. Ngilanga)	1. Makam 2. Tinggalan Arkeologi	Kel. Benteng Kec. Bangkala
18	Makam Kr. Lompo Bongga	1. Makam 2. Tinggalan Arkeologi	Kel. Bontorannu Kec. Bangkala
19	Makam Kr. Lompo Lappe	1. Makam 2. Tinggalan Arkeologi	Kel. Bontorannu Kec. Bangkala
20	Makam Kr. Tanatoa	1. Makam 2. Tinggalan Arkeologi	Desa Kalimporo (Borong Camba) Kec. Bangkala
21	Makam Parang Loe	1. Makam 2. Tinggalan Arkeologi	Desa Kalimporo (Borong Camba) Kec. Bangkala
22	Makam Manukulang Dg. Pasore'	1. Makam 2. Tinggalan Arkeologi	Desa Pallantikan Kec. Bangkala
23	Rumah Adat Alm. Pabisei Kr. Tunru	1. Rumah Adat 2. Benda Sejarah	Kel. Pantai Bahari Kec. Bangkala
24	Rumah Adat Kr. Tanatoa	1. Rumah Adat 2. Benda Sejarah	Desa Tanatoa Kec. Bangkala
25	Makam Kr. Banri Manurung	1. Makam 2. Tinggalan Arkeologi	Desa Banrimanurung Kec. Bangkala Barat
26	Makam Pabisei Kr. Tunru	1. Makam 2. Tinggalan Arkeologi	Desa Banrimanurung Kec. Bangkala Barat
27	Kawasan Pacuan Kuda	1. Pacuan Kuda 2. Atraksi Budaya	Desa Kalimporo Kec. Bangkala
28	Accera Gaukang Bangkala	1. Pesta Rakyat 2. Tinggalan Sejarah	Desa Bisoli Kec. Bangkala Barat
29	Pesta Panen	1. Pesta Panen 2. Atraksi Budaya	Desa Beroanging Kec. Bangkala Barat

30	Maulid Sidenre Khusus Kelompok Sayye	1. Ritual Budaya	Sidenre' Kec. Binamu
31	Je'ne -je'ne Sappara	1. Pesta Rakyat 2. Ritual Budaya	Desa Tarawang Kec. Tarawang
32	Je'ne -je'ne sappara Karampang Pa'ja	1. Pesta Rakyat 2. Ritual Budaya	Karampang Pa'ja Kec. Tamalatea
33	Je'ne -je'ne sappara Borong Tala	1. Pesta Rakyat 2. Ritual Budaya	Karampang Pa'ja Kec. Tamalatea
34	Lapangan Pacuan Kuda Andi Lomba Lamae Kr. Lomba	1. Pacuan Kuda 2. Atraksi Budaya	Kel. Empoang Selatan Kec. Binamu
35	Permandian Bungung Salapang	1. Sumur Permandian 2. Ritual Budaya	Desa Bontorappo Kec. Tarawang
36	Rumah Adat Kalimporo	1. Rumah Adat 2. Benda Sejarah	Desa Kalimporo Kecamatan Bangkala
37	Artefak Serpih Bilah	1. Tinggalan Sejarah	Kelurahan Palengu, Kecamatan Bangkala
38	Situs Serpih Bilah Karama	1. Tinggalan Sejarah	Desa Banrimanurung, Kec. Bangkala Barat
39	Kompleks Makam Kalimporo	1. Makam Sejarah	Desa Kali mporo, Kecamatan Bangkala
40	Makam Pasiri Dg Mangasa Karaeng Labbuja Talibannana	1. Makam Sejarah	Desa Tuju Kecamatan Bangkala Barat

Sumber : Dinas Pariwisata Kab. Jeneponto, 2018

3. Potensi Wisata Buatan Manusia dan Minat Khusus

Selain potensi wisata alam, sejarah dan budaya, kabupaten Jeneponto juga memiliki potensi daya tarik wisata buatan manusia yang cukup menarik minat wisatawan pada saat melakukan kunjungan di kabupaten Jeneponto. Potensi wisata buatan merupakan segala bentuk daya tarik yang dibuat atau dibangun oleh manusia secara terencana sebagai sarana bagi wisatawan dalam melakukan aktivitas wisata, Selain potensi wisata buatan manusia (man-made), potensi wisata minat khusus juga merupakan sarana atau aktivitas yang dibutuhkan oleh wisatawan pada saat melaksanakan kunjungan ke kabupaten Jeneponto. Potensi wisata minat khusus yang dimaksudkan dalam hal ini adalah aktivitas wisata selain aktivitas wisata yang secara operasional melekat dalam aktivitas wisata alam. Potensi daya tarik wisata tersebut berupa taman, rekreasi keluarga, dan kuliner. Adapun Daya Tarik wisata buatan manusia dan minat khusus kabupaten Jeneponto adalah sebagai berikut :



Gambar 11. Pesta Adat Jenejene Sappara
<https://www.tagar.id/Asset/uploads/2019/1571131210109-pesta-adat-jenejene-sappara.jpg>

Tabel 3
Potensi Wisata Buatan Manusia dan Minat Khusus
Kabupaten Jeneponto Tahun 2018

No	Nama Destinasi	Daya Tarik	Lokasi
1	Dermaga pantai Garassikang	1. Rekreasi Keluarga 2. Panorama Pantai	Desa Garassikang Kec. Bangkala Barat
2	Tambak Garam (Paccelanga)	1. Kreativitas Masyarakat 2. Industri Garam Rakyat	Kel. Bontorannu Kec. Bangkala
3	Tambak Garam	1. Kreativitas Masyarakat 2. Industri Garam Rakyat	Pallantikang Kec. Arungkeke
4	Water Park Boyong	1. Rekreasi Keluarga 2. Kolam Renang	Tonro Kassi Timur (Boyong) Kec. Tamalatea
5	Taman Turatea	Rekreasi Keluarga	Kel. Empoang Kec. Binamu
6	Taman Siswa	Rekreasi Keluarga	Kec. Binamu
7	Taman PKK	Rekreasi Keluarga	Kec. Binamu
8	Taman Dharma Wanita Persatuan	Rekreasi Keluarga	Kec. Binamu
9	Taman Lalu Lintas	Rekreasi Keluarga	Kec. Binamu
No	Nama Destinasi	Daya Tarik	Lokasi
10	Taman Pacuan Kuda	Rekreasi Keluarga	Kec. Binamu
11	Pantai Tamarunang	1. Rekreasi Keluarga 2. Panorama Pantai	Kec. Binamu
12	Hutan Kota	Rekreasi Keluarga	Kel. Balang Kec. Binamu
13	Coto/ Konro Kuda	Kuliner Tradisional	
14	Ballo' Tanning/ Tuak Manis	Minuman Tradisional	Kec. Tamalatea
15	Lammang	Kuliner Tradisional	Ruku-Ruku Kel. Palangu' Kec. Bangkala

Sumber : Dinas Pariwisata Kab. Jeneponto, 2018

Bab 3 Analisis Pasar Wisatawan

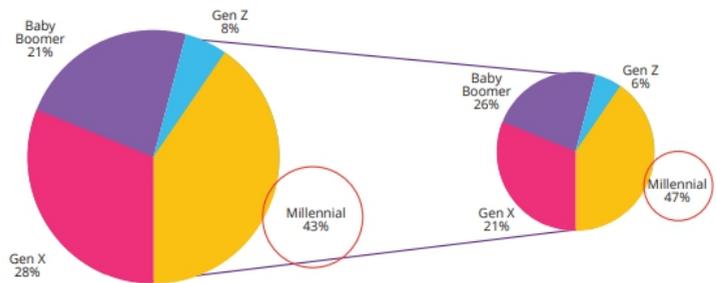
1. Milenial

Milenial Menjadi Generasi Yang Paling Sering Melakukan Perjalanan

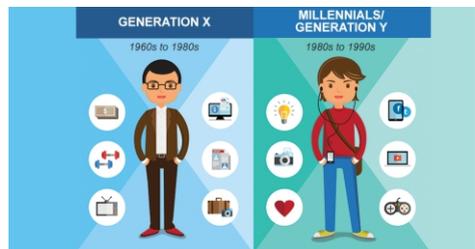
(Dikutip dari laporan **Penyusunan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia tahun 2021**). Setelah mengetahui tren global yang berkesimpulan bahwa Milenial adalah target market potensial yang harus menjadi perhatian khusus, sehingga perlu adanya peninjauan kembali apakah tren global tersebut sesuai dengan 13 negara yang menjadi target market daripada Kementerian Pariwisata. Hal ini diperlukan untuk memvalidasi apakah Milenial merupakan target market utama potensial yang dapat dilihat dari market share per kelompok generasi di 13 negara target market yang melakukan outbound travel sehingga nanti diharapkan menghasilkan umbrella message yang juga sesuai dengan dominasi kelompok generasi di 13 negara target market tersebut. Dapat dilihat dari gambar / grafik di samping, analisa secara holistik bahwa, dari 13 negara target market ternyata kelompok generasi terbanyak memang dipegang oleh kelompok generasi Milenial dengan jumlah 43% dari total outbound travel yang dilakukan oleh 13 negara target market pada 2018. Jika diambil 5 negara top 5 pun berdasarkan jumlah inbound ke Indonesia dari 13 negara target market tersebut, hasilnya tetap didominasi oleh kelompok generasi Milenial dengan jumlah 47%. Hal ini tentu sejalan dan menguatkan pernyataan tentang Milenial adalah kelompok generasi yang harus dijadikan sebagai target market utama oleh Kementerian Pariwisata.

MarkPlus melihat indikasi bahwa beberapa dari 13 negara target market tersebut memiliki segmen lain yang juga potensial sehingga dirasa perlu menjadi perhatian oleh Kementerian Pariwisata. Setelah melihat market share demografik dari 13 negara target

market secara holistik, MarkPlus mencoba melihat dari sudut pandang yang lebih spesifik yaitu dengan melihat market share demografik secara satu per satu, yang mana adalah sebagai berikut. Berdasarkan table di atas, dapat dilihat bahwa total outbound travel dari beberapa negara didominasi oleh kelompok generasi yang bukan dari kelompok generasi Milenial seperti Jepang, Amerika Serikat, United Kingdom, Jerman, Belanda, dan Hong Kong. Oleh karena itu, MarkPlus MarkPlus menyimpulkan bahwa market yang seharusnya menjadi target Kementerian Pariwisata adalah Milenial + yaitu terdiri dari segmen Milenial dan segmen tambahan yang mana segmen tambahan tersebut disesuaikan oleh kondisi setiap negara target market.



Source: Euromonitor 2018, MarkPlus Analysis 2019 Source: Euromonitor 2018, MarkPlus Analysis 2019



Gambar 10. Karakteristik Milenial
Sumber: <http://fajar-kurnianto.blogspot.com/2018/01/karakteristik-generasi-y-atau-generasi.html>

Tabel 4. Market 13 Negara Target Market

Origin	Market Share per Generation			
	Gen Z	Millennials	Gen X	Baby Boomers
China	1,2%	57,5%	19,1%	19,1%
Japan	10,0%	27,0%	27,0%	37,0%
South Korea	12,7%	36,1%	18,5%	26,8%
USA	12,0%	34,0%	18,0%	36,0%
India	1,2%	47,1%	31,8%	19,9%
Taiwan	10,2%	35,1%	20,7%	15,9%
United Kingdom	2,9%	33,7%	35,8%	13,8%
France	6,2%	40,4%	24,4%	29,0%
Germany	6,8%	33,5%	45,3%	14,3%
The Netherlands	7,0%	25,0%	30,0%	38,0%
Hong Kong	4,0%	33,0%	49,0%	15,0%
Saudi Arabia	0,0%	82,0%	16,0%	2,0%
Russia	30,0%	39,0%	24,0%	7,0%

Source: Euromonitor 2018, MarkPlus Analysis 2019

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh beberapa perusahaan ternama seperti Inc, National Geographic, Airbnb, dan Forbes, secara garis besar Tren Milenial ketika melakukan sebuah perjalanan liburan adalah terdapat pergeseran minat berlibur yaitu dari party dan shopping menjadi atraksi seperti budaya dan kuliner lokal. Milenial berlibur bukan lagi mencari hiburan semata, namun membaur dengan kebudayaan lokal dan kuliner lokal. Milenial memilih untuk tinggal di guest house dibandingkan di hotel ketika berwisata, hal ini dikarenakan Milenial merasa mendapat pengalaman berbaur dengan keadaan sekitar, bertemu dengan masyarakat setempat, dan belajar hidup sebagai lokal.

Dapat disimpulkan bahwa Milenial sangat erat dengan cultural immersion di mana Milenial ingin merasakan pengalaman yang bernuansa lokal. UNWTO mencatat bahwa cultural tourism merupakan salah satu produk wisata dengan nilai yang besar dan berkembang pesat pada pariwisata dunia. UNWTO memproyeksikan bahwa nilai pasar CAGRnya dapat berkembang sebesar 36% dari 2017-2021. maka cultural tourism adalah salah satu produk pariwisata yang tepat untuk ditawarkan kepada generasi Milenial.



Keanekaragaman Budaya Merupakan Value Proposition Dari Indonesia

Negara-negara ASEAN tidak lain merupakan kompetitor utama bagi kepariwisataan Indonesia di level internasional (dunia). Ditinjau dari karakteristik etnis, budaya & histori, bangsa Indonesia memiliki banyak kesamaan dengan negara-negara ASEAN. Kesamaan karakteristik bangsa Indonesia dengan negara-negara ASEAN diantaranya meliputi: Etnis sebagai rumpun/bangsa melayu, Perkembangan budaya (akulturasi) banyak dipengaruhi dari budaya Asia (India, Cina) & beberapa negara eropa (Inggris, Belanda, Portugis), dan Keberagaman budaya yang berasal dari multietnis. Karena adanya kesamaan karakteristik budaya, maka hal yang terjadi yaitu akan ditemukan banyak kemiripan maupun kesamaan-kesamaan konten (isi) pesan komunikasi kepariwisataan yang sama-sama mengeksplorasi atau bernuansa “budaya Melayu-Asia”. Meski demikian, potensi kekayaan budaya bangsa Indonesia lebih memiliki keunggulan kompetitif jika dibandingkan dengan negara-negara ASEAN. Hal ini dikarenakan bangsa Indonesia memiliki jumlah etnis & suku bangsa yang jauh lebih banyak dan lebih beragam dibanding dengan negaranegara yang serumpun seperti:

Malaysia, Singapura, Brunei, Thailand, Filipina, Vietnam. Walaupun Indonesia banyak memiliki keunggulan kompetitif jika dibandingkan dengan negara-negara ASEAN, bukan berarti dalam pesan komunikasi yang dijadikan konten-konten komunikasi kepariwisataan hanya cukup menampilkan keindahan “landscape” tanpa adanya “storytelling” atau narasi yang dipakai untuk mendeskripsikan Indonesia dari sisi kepercayaan, kebiasaan, kearifan lokal & tuntunan kehidupan. Untuk meningkatkan pengembangan daya saing kepariwisataan Indonesia dalam persaingan internasional agar dapat diterima semua lapisan / kalangan wisatawan mancanegara dengan karakteristik latar belakang yang berbeda-beda, maka perlu adanya konsep konten komunikasi yang bersifat “terintegrasi” dengan mengolaborasi Tradition & Culture, Modern Art, Lifestyle, Creative Economy, Contemporary Art, Nature Landscape dalam sebuah frame kesatuan konten komunikasi berbasis immersion. Aspek lain yang perlu dikembangkan adalah gaya bahasa dalam pesan komunikasi kepariwisataan yang lebih bersifat kekinian & millennial.

Definition: Immersion Concept in Tourism

“When people travel and focus on experiencing a country, city, or particular destination, by actively and meaningfully engaging with its history, people, culture, food, and environment”

3. Communication Direction

Definisi Culture Atau Budaya Sebagai Acuan Utama Komunikasi

Latar Belakang atau setting visual bisa mencakup keindahan alam suatu daerah, dinamika kota, landmark daerah, arsitektur heritage khas daerah, dan lain-lain, akan tetapi yang terpenting dalam konten komunikasi immersion adalah adanya bentuk kegiatan kebudayaan suku ethnik lokal dimana bisa diambil salah satu dari tujuh unsur kebudayaan universal. Banyak persepsi orang tentang budaya hanya tentang tarian, kain khas daerah, ataupun bahasa, namun pada kenyataannya yang dimaksud dengan budaya sangat luas, Berikut adalah 7 unsur budaya yang dapat dijadikan sebagai konten dalam konsep immersion:

1. Mata pencaharian hidup khas suatu daerah.
2. Bahasa lisan dan tulisan khas daerah.
3. Sistem pengetahuan khas daerah.
4. Sistem kemasyarakatan khas daerah.
5. Sistem peralatan hidup dan teknologi khas daerah.
6. Sistem religi & kepercayaan khas daerah.
7. Kesenian bentuk/wujud karya estetika khas daerah.

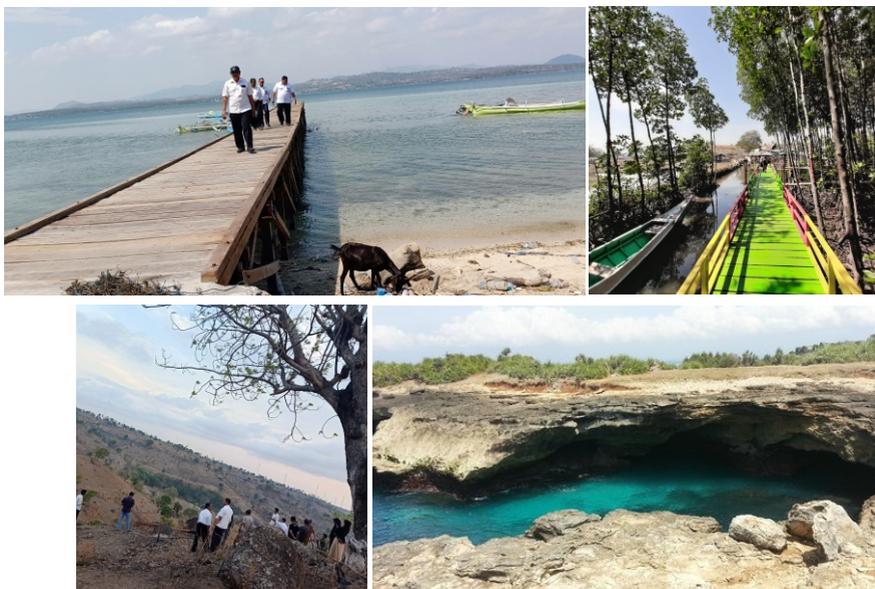
4. Bahasa Pemasaran Wisata Jeneponto

Di era kebudayaan global yang bergerak dinamis & membawa dampak gagasan-gagasan baru yang bersifat inspiratif, inovatif, & kreatif, maka pengembangan kepariwisataan Indonesia harus lebih eksploratif demi peningkatan keunggulan kompetitif. Pengembangan sektor kepariwisataan Indonesia harus dikembangkan melalui metode yang terintegrasi, yaitu:

1. Memadukan keragaman budaya
2. Kekayaan alam
3. Potensi industri kreatif di Indonesia

Dengan mengintegrasikan semua potensi yang memadukan ketiga sektor, yaitu: keragaman budaya, kekayaan alam dan industri ekonomi kreatif Indonesia, Maka landscape kepariwisataan Indonesia lebih kaya dimensi sehingga dapat menembus semua market wisatawan.

A. Estetika Alam Jeneponto



Kekayaan alam Jeneponto menawarkan beragam nuansa panorama keindahan, adventure dan traveling bagi wisatawan-wisatawan mancanegara yang memiliki ketertarikan pada estetika alam. Objek destinasi: pantai, pegunungan, sungai, suasana alam desa, dll. Potensi kekayaan alam Jeneponto juga memiliki daya tarik yang bisa dilihat perspektif budaya. Masyarakat Jeneponto memiliki jalinan ikatan keselarasan dengan alam sebagai simbol keberkahan sang Pencipta yang diwujudkan melalui bentuk ekspresi dalam ritual-ritual budaya. Objek destinasi: Ritual-ritual budaya yang berhubungan dengan keberkahan alam (Je'ne-je'ne sappara Borong Tala, Je'ne-je'ne sappara Karampang Pa'ja, Situs Serpilh Bilah Karama, Maulid Sidenre Khusus Kelompok Sayye, Accera Gaukang Bangkala dan sebagainya).

B. Kearifan Budaya Jeneponto



Kearifan estetika budaya di Kabupaten Jeneponto yang merupakan hasil dari:

1. Eksistensi suku Makassar. Melalui proses akulturasi budaya dengan bangsa-bangsa luar negeri (India dengan pengaruh Hindu-Budha, Cina, Timur Tengah & Melayu dengan pengaruh Islam, Eropa di masa kolonial) menjadikan ekspresi ragam budaya di Jeneponto semakin berkembang & kaya. Dari segi potensi kepariwisataan, keanekaragaman budaya diminati oleh wisatawan-wisatawan mancanegara yang memiliki ketertarikan pada hal-hal:

1. Pengalaman religi/spiritual yang dilihat dari keluhuran nilai-nilai kearifan budaya lokal. Objek destinasi:

- Bangunan bersejarah : Makam Raja-Raja Binamu, Mesjid Tua Tolo', dll
- Kampung/Desa Adat: Rumah Tradisional , Kampung Rumbia
- Ritual Budaya: Je'ne-je'ne Sappara

2. Koneksi kesejarahan dengan peradaban di nusantara. Objek destinasi: Artefak Serpih Bilah, Rumah Adat Kerajaan Binamu Raja Patappoi Kr Loloa, Rumah Adat Kerajaan Binamu, dll



Gambar 41. Pertunjukan Noh dan kyogen Jepang

Sumber: <https://www.darumanihongokoshu.com/memoba-kebudayaan-jepang/>

C. Potensi Ekonomi Kreatif Jeneponto



* Pemilihan Tau Lolonna na Tau Rungkana
* Jeneponto EXPO 2021
* Event Wonderful Bumi Turatea * Desa Wisata



Industri ekonomi kreatif di Kabupaten Jeneponto tidak hanya berbasis pada potensi kearifan budaya lokal & kekayaan alam sekitar, namun dalam perkembangannya sudah memadukan (berkolaborasi) dengan berbagai multidisiplin keilmuan yang mengarah pada ekspresi modern dengan konsep cross-culture. Perkembangan & kemajuan industri ekonomi kreatif di Kabupaten Jeneponto dapat dijadikan potensi destinasi wisata bagi wisatawan-wisatawan mancanegara yang memiliki semangat progresif, yaitu: entrepreneur, art, lifestyle, entertainment. Objek destinasi: Pemilihan

Tau Lolonna na Tau Rungkana Jeneponto, Jeneponto EXPO 2021, Event Wonderful Bumi Turatea, Desa Wisata, dll.



Gambar. 12 Kitesurfing Jeneponto
Sumber: <https://indonesiakitesurfing.com/jeneponto-kitesurfing/>

Bab 4 Paket Wisata Jeneponto

1. Logo Branding Jeneponto



Gambar 13 Brandbook Kabupaten Jeneponto
Sumber: Dinas PMPTSP Jeneponto , Citiasia Center for Smart Nation dan Perkumpulan Pilar Nusantara tahun 2019

To experience all

Berbagai kota di dunia, tak terkecuali di Jeneponto, saat ini berlomba-lomba mempromosikan keunikan dan keunggulan daerahnya untuk menarik wisatawan atau investor. Salah satu caranya dengan membuat strategi brand daerah yang menyelaraskan seluruh elemen identitas daerah secara utuh dan efektif, konsisten serta visible dalam aplikasinya. Brandbook Jeneponto ini merupakan pedoman penerapan brand Jenepontoyang terdiri dari logo, slogan dan maskot - untuk dipakai oleh para pemangku kepentingan, baik pemerintah daerah, pelaku usaha, komunitas, maupun warga pada umumnya, baik untuk urusan formal administrasi pemerintah maupun aplikasi kepada merchandise ataupun produk-produk lokal lainnya.

Logo Branding Jeneponto terdiri dari :

1. Bentuk Logo dengan ciri sebagai berikut :

A. Terdiri dari gabungan huruf Jeneponto dengan gambar 3 segitiga bertumpuk yang membentuk seperti tanda panah ke arah kanan.

B. Bentuk tulisan tagline dibawah simbol berupa tulisan “To Experience All” dengan font khusus

2. Warna Logo Jeneponto

A. Untuk tulisan “JENEPON” berupa warna hitam dan huruf “TO” yang terletak di dalam Segitiga berwarna putih/kontras dengan huruf sebelumnya

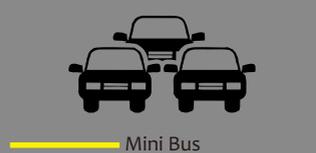
B. Warna 3 segitiga berupa warna merah, biru dan deepyellow sebagai warna utama logo.

2. Panduan Wisata Jeneponto



Politeknik Pariwisata Makassar

Kabupaten Jeneponto terletak di bagian Selatan wilayah Propinsi Sulawesi-selatan yang jarak tempuhnya dari Kota Makassar sekitar 90 km atau 4 jam perjalanan jalur darat.



Temperatur di Jeneponto



Musim Hujan Nov-Maret
Rata-rata 24-26° Celcius



Musim Kemarau April-Okt
Rata-rata 27-31° Celcius

Dinas Pariwisata
JENEPONTO
to explore

PEMERINTAH KABUPATEN JENEPONTO
Wonderful Indonesia
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif /
Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia
Genpi nasional
Pesona Indonesia

Jalan. Sultan Hasanuddin No. 60 Bontosunggu,
Kelurahan Empoang, Kecamatan Binamu,
Kabupaten Jeneponto
Email: disparbudjpt@gmail.com
Phone: (0419) 21497

3. Paket Wisata Jeneponto dan sekitarnya



Paket wisata 3d2n meliputi kabupaten Jeneponto dan Kabupaten Bantaeng. Suguhan daya tarik wisata paket ini diantaranya kitesurfing, pantai Tamarunang dan Batu eja di Kabupaten Jeneponto. Kemudian berkunjung ke mini showfarm, Pantai Marina serta seruni di Kabupaten Bantaeng. Paket ini dikemas dalam durasi 3 hari dan 2 malam dimulai dari Kota Makassar.



Paket wisata 5d4n meliputi kabupaten Jeneponto , Bantaeng, Bulukumba dan Sinjai. Suguhan daya tarik wisata paket ini diantaranya panorama pantai, alam dan budaya. Paket ini dikemas dalam durasi 5 hari dan 4 malam dimulai dari Kota Makassar.

4. Desa Wisata Jeneponto

Desa Wisata Indonesia secara garis besar terbagi menjadi 3 produk unggulan potensi yaitu berbasis budaya, alam dan kreatif. Roh desa wisata Indonesia sebagai implemementasi keterhubungan multi dimensi yang holistik harus dapat mengedepankan konsep see, feel and explore sebagai dasar desa wisata. Strategi pengembangan desa wisata salah satunya melalui pengembangan Destinasi Pariwisata yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang maju:



ATRAKSI

1. Diversifikasi aktivitas wisata.
2. Manajemen Pengunjung (Visitor Management)
3. Sadar Wisata.

AKSEBILITAS

1. Sarana (moda transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyebrangan, angkutan laut dan kereta api).
2. Prasaranan (pelabuhan laut, bandara, stasiun).
3. Sistem Transportasi (informasi rute dan jadwal, ICT, kemudahan reservasi moda).

AMENITAS

1. Prasarana umum (Listrik, Air, Telekomunikasi, Pengelola Limbah).
2. Fasilitas Umum (keamanan, keuangan perbankan bisnis, kesehatan, sanitasi dan kebersihan, khusus bagi penderita cacat fisik, anak-anak dan lanjut usia, rekreasi, lahan parkir dan ibadah).
3. Fasilitas Pariwisata (akomodasi, rumah makan/ restoran, informasi dan pelayanan pariwisata, kemigrasian, TIC dan e-tourism kios, polisi pariwisata dan satuan tugas wisata, toko cinderamata, penunjuk arah-papan informasi wisata-rambu lalu lintas wisata, bentuk bentang lahan).

Didasarkan atas perbedaan karakteristik fisik dan sosial, potensi pariwisata di Jeneponto sangat beragam. Pemerintah dalam hal ini Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Jeneponto dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jeneponto sudah memiliki masterplan pariwisata 2019 lalu. Praktiknya konsep ini sudah diinisiasi sejak 2018 dan pada 2019 terbentuk 8 lokasi pengembangan diantaranya:

1. Obyek Wisata Pantai Tamarunang Kel. Pabiringa Kec. Binamu
2. Obyek Wisata hutan Mangrove Tarrusang Kel. Monro-Monro Kec. Binamu
3. Obyek Wisata Hutan Mangrove Idaman Desa Balang Baru Kec. Tarowang
4. Obyek Wisata Birtaria Kassi Kel. Tonro Kassi Barat Kec. Tamalatea
5. Obyek Wisata Tanjung Mallasoro Desa Mallasoro Kec. Bangkala
6. Obyek Wisata Air Terjun Tama'lulua / Bossolo Desa Rumbia Kec. Rumbia
7. Obyek Wisata Kampung Kopi Rumbia Desa Je'netallasa Kec. Rumbia Obyek Wisata Lembah Bonto Lojong Desa Ujung Bulu Kec. Rumbia

Tabel 1.4 Kegiatan Wisata Yang Dapat Dikembangkan di Desa Wisata Kabupaten Jeneponto

No	Jenis Wisata	Bentuk Kegiatan	Lokasi
1	Wisata alam	Berkemah Photo Hunting Rekreasi Bersepeda Outbond Animal watching	Pantai Tamarunang , Desa Je'ne Tallasa, Kec. Rumbia , Desa Rumbia, Kec. Rumbia , Desa Tompo Bulu, Kec. Rumbia
2	Wisata tirta	Mandi di sungai Susur sungai watching	Desa Rumbia Kec. Rumbia , Desa Ujung Bulu Kec. Rumbia , Desa Paitana, Kec. Turatea
3	Wisata minat Buatan	Ternatik	Kampung Kopi Desa Je'netallasa Kec. Rumbia
4	Wisata Ilmiah	Studi tour Studi banding Penelitian	Kel. Tonro Kassi Barat Kec. Tamalatea , PLTB Kayuloe Timur, Kec. Turatea , Tambak Garam Desa Arungkeke, Kec. Arungkeke
5	Wisata budaya	Ballak Lompoa Masjid Tua Tolo Je'ne -je'ne Sappara Pacuan Kuda Karsut Pesta Panen Boroanging Makam -Makam Raja Binamu	Kel. Pabiringa, Kec. Binamu Kel. Tolo, Kec. Kelara Desa Tarowang, Kec. Tarowang Desa Kampala, Kec. Arungkeke Kec. Bangkala Barat Kel. Bontoranba, Kec. Tamalatea

Sumber : Anda Prasetyo dkk, 2021



Wisata Alam



No	Lokasi	Titik Koordinat	
		LS	BT
1.	• Desa Je'ne Tallasa	5°33'39.11"S	119°41'6.41"E
2.	• Desa Rumbia	5°27'40.42"S	119°52'24.32"E
3.	• Desa Tompo Bulu	5°26'8.04"S	119°53'7.45"E

Jenis Wisata alam yang terdapat di desa-desa wisata Jeneponto diantaranya dapat dimanfaatkan untuk aktivitas berwisata dengan :

- Jungle
- Treking
- Berkemah
- Photo Hunting
- Rekreasi Bersepeda
- Outbond
- Animal watching

Pengelola

- Bumdes Desa Je'ne Tallasa
- Bumdes Desa Rumbia
- Bumdes Desa Tompo Bulu

Pantai Tamarunang, Desa Je'ne Tallasa, Kec. Rumbia, Desa Rumbia, Kec. Rumbia, Desa Tompo Bulu dan Kec. Rumbia



Wisata Tirta



No	Lokasi	Titik Koordinat	
		LS	BT
1.	• Desa Ujung Bulu	5°24'1.66"S	119°53'15.95"E
2.	• Desa Paitana	5°34'39.17"S	119°46'21.45"E

Jenis Wisata tirta yang terdapat di desa-desa wisata Jeneponto diantaranya dapat dimanfaatkan untuk aktivitas berwisata dengan :

- Mandi di sungai
- Susur sungai
- Bird watching

Lokasi tersebar di Desa Rumbia Kec. Rumbia, Desa Ujung Bulu Kec. Rumbia, Desa Paitana, Kec. Turatea

Pengelola

- Bumdes Desa Ujung Bulu
- Bumdes Desa Paitana



Wisata minat khusus/ Buatan



No	Lokasi	Titik Koordinat	
		LS	BT
1.	• Desa Je'ne Tallasa	5°34'52.01"S	119°36'32.96"E

Jenis Wisata minat khusus (buatan) yang terdapat di desa-desa wisata Jeneponto diantaranya dapat dimanfaatkan untuk aktivitas berwisata dengan :

- Mandi di sungai
- Kuliner
- Event Tematik

Pengelola

- Bumdes Desa Je'ne Tallasa

Lokasi berada di Kampung Kopi Desa Je'netallasa Kec. Rumbia



Wisata Budaya



No	Lokasi	Titik Koordinat	
		LS	BT
1.	● Kel. Pabiringa	5°41'58.86"S	119°42'45.21"E
2.	● Desa Tarowang	5°35'58.37"S	119°51'30.46"E
3.	● Desa Kampala	5°41'53.08"S	119°46'53.73"E
4.	● Kel. Bontoramba	5°33'39.11"S	119°41'6.41"E

Jenis Wisata budaya yang terdapat di desa-desa wisata Jeneponto diantaranya dapat dimanfaatkan untuk aktivitas berwisata dengan :

- Ballak Lompoa
- Masjid Tua Tolo
- Je'ne-je'ne Sappara
- Pacuan Kuda Karsut
- Pesta Panen Boroanging
- Makam-Makam Raja Binamu

Pengelola:

- Pokdarwis Kel. Pabiringa
- Bumdes Desa Tarowang
- Bumdes Desa Kampala
- Pokdarwis Kel. Bontoramba

Lokasi wisata budaya tersebar di Kel. Pabiringa, Kec. Binamu Kel. Tolo, Kec. Kelara, Desa Tarowang, Kec. Tarowang, Desa Kampala, Kec. Arungkeke, Kec. Bangkala Barat, Kel. Bontoramba, Kec. Tamalatea.



Wisata Ilmiah



No	Lokasi	Titik Koordinat	
		LS	BT
1.	• Tonro Kassi Barat	5°36'53.48"S	119°37'5.75"E
2.	• Desa Arungkeke	5°40'16.50"S	119°47'47.39"E

Jenis Wisata budaya yang terdapat di desa-desa wisata Jenepotno diantaranya dapat dimanfaatkan untuk aktivitas berwisata dengan :

- Studi tour
- Studi banding
- Penelitian

Pengelola:

- Pokdarwis Tonro Kassi Barat
- Bumdes Desa Arungkeke

Lokasi wisata ilmiah tersebar Kel. Tonro Kassi Barat Kec. Tamalatea, PLTB Kayuloe Timur, Kec. Turatea, Tambak Garam Desa Arungkeke, Kec. Arungkeke

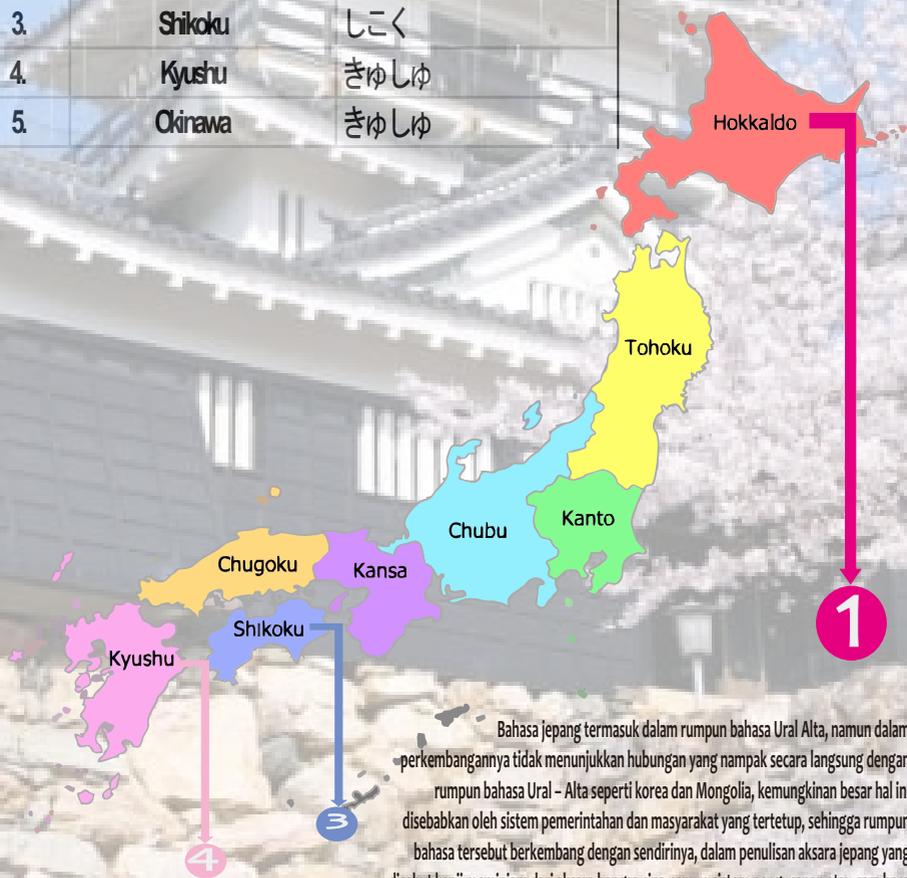


Bab 5 ISTILAH JEPANG PADA GEOWISATA JENEPONTO

1. Tentang Bahasa Jepang

Tabel 5. Pulau di Jepang

No	Romaji (Latin)	Hiragana
1.	Hokkaido	は お っ か い ど
2.	Honshu	ほ ん し ゅ
3.	Shikoku	し こ く
4.	Kyushu	き ゅ し ゅ
5.	Okinawa	き ゅ し ゅ



Bahasa Jepang termasuk dalam rumpun bahasa Ural Alta, namun dalam perkembangannya tidak menunjukkan hubungan yang nampak secara langsung dengan rumpun bahasa Ural - Alta seperti Korea dan Mongolia, kemungkinan besar hal ini disebabkan oleh sistem pemerintahan dan masyarakat yang tertutup, sehingga rumpun bahasa tersebut berkembang dengan sendirinya, dalam penulisan aksara Jepang yang disebut kanji meminjam dari aksara bangsa Cina namun sistem pengucapan atau cara baca disesuaikan bahasa Jepang. (Ahmad Hasan, 2016)

Gambar 14. Peta Pulau Jepang
Data Olahan Penulis, 2022

No	Romaji (Latin)	Hiragana
1.	Makassar	まかさr
2.	Kepulauan Selayar	けふあうあん せいやr
3.	Pangkajene dan Kepulauan	ぱんかじえね だん けふあうあん
4.	Sidenreng Rappang	さいでんれんぐ らっぱんぐ
5.	Enrekang	えんれかんぐ
6.	Maros	まろs
7.	Gowa	ごわ
8.	Takalar	たかあr
9.	Pinrang	ぴんらんぐ
10.	Wajo	わじよ
11.	Soppeng	そっぺんぐ
12.	Toraja Utara	とらじゃうたら
13.	Tana Toraja	たなとらじゃ
14.	Pinrang	ぴんらんぐ
15.	Pare-Pare	ぱれ-ぱれ
16.	Bantaeng	ばんたえんぐ
17.	Bulukumba	ぶうくまば
18.	Sinjai	さいんじやい
19.	Jeneponto	じえねぽんと
20.	Barru	ばる
21.	Luwu Timur	らううたいむr
22.	Luwu	らうう
23.	Luwu Utara	らうううたら
24.	Palopo	ぱおぼ



Ciri Umum Bahasa Jepang

Secara umum bahasa jepang mempunyai ciri sebagai berikut :

- berlawanan dengan bahasa indonesia yang menganut sistem D.M (Diterangkan Menerangkan), bahasa jepang menganut sistem M.D. (Menerangkan Diterangkan) jadi dalam bahasa jepang kata yang menerangkan terletak di depan kata yang diterangkan, berikut contohnya :

Indonesia	Jepang	Keterangan
Masakan jepang	Nihon no ryori 日本 の りより	Nihon = jepang Ryori = masakan
Buku saya	Watashi no hon わたし の 本	Hon = buku Watashi = saya
Perusahaan printer	Purinta no kaisyu プリンタ の かいしゃ	Purinta = printer Kaisyu = perusahaan

- Kata benda dalam bahasa jepang pada umumnya tidak mempunyai bentuk jamak, jadi ada menunjuk pada satu televisi (terebi) akan sama dengan menunjuk televisi yang lebih dari satu, biasanya untuk membedakan televisi yang banyak terdapat kalimat percakapan selanjutnya seperti televisi yang mana atau televisi yang seperti apa. Kata jamak dalam bahasa indonesia dapat kita bentuk dengan mengulang kata tersebut seperti pohon-pohon, buah-buahan.
- Terdapat perubahan bentuk dari kata kerja, kata sifat maupun kata Bantu, kata sifat dalam bahasa jepang dibagi menjadi dua yaitu kata sifat na dan kata sifat i, waktu dan kondisi yang berbeda kata kerja, kata Bantu, kata sifat akan mengalami perubahan, misalnya :

Indonesia	Jepang
Sekarang saya minum teh	Ima watashi wa ocha o nomimasu いまわたしは おちゃお のみます
Sekarang saya tidak minum teh	Ima watashi wa ocha o nomimasen いまわたしは おちゃお のみません
Kemarin saya minum teh	Kino watashi wa ocha o nomimashita きのわたしは おちゃお のみました
Kemarin saya tidak minum teh	Kino watashi wa ocha o nomimashideta きのわたしは おちゃお のみませんでした
Sekarang saya sedang minum teh	Ima watashi wa ocha o nonde imasu いま わたしは おちゃお のんで います

Begitu juga dengan jenis kata sifat, perbedaan jenis kata sifat maka perubahan bentuk dari kata sifat tersebut juga berbeda, misalnya untuk kata sifat na dan kata sifat i:

Indonesia	Jepang
Tidak enak	Oishii kunai (kata sifat i) おいしい くない
Tidak ramah	Shinsetsu dewa arimasen (kata sifat Na) しんせつ でわ ありません

- Predikat terletak pada akhir kalimat, perhatikan contoh pada tabel diatas (sekarang saya minum teh) untuk bahasa indonesia kata keterangan waktu dapat diletakan di depan maupun di belakang kalimat (saya minum the sekarang), dalam bahasa indonesia predikat terletak setelah subyek (saya minum teh), namun dalam bahasa jepang predikat terletak di akhir kalimat (watashiwa ocha o nomimasu), nomimasu = minum terletak setelah objek.

Indonesia	Jepang
saya minum teh S P O	watashi wa ocha o nomimasu わたしは おちゃお のみます S O P

5. Untuk menyambung kata atau kalimat digunakan partikel, terdapat berbagai jenis partikel dalam bahasa Jepang, penggunaan partikel tersebut disesuaikan dengan fungsi dari kata yang akan disambung, sebagai contoh, partikel *no* biasa digunakan untuk menyambung kata benda dengan kata benda :

Indonesia	Jepang	Keterangan
Masakan Jepang	Nihon no ryori 日本 の りより	Nihon = Jepang Ryori = masakan
Buku saya	Watashi no hon わたしの本	Hon = buku Watashi = saya
Kimura (Sdr.) adalah seorang guru	Kimura san wa sensei desu きむらさんは せんせい です	Sensei = guru

wa dan *no* pada contoh di atas merupakan partikel untuk menghubungkan kata, selain *wa* dan *no* masih terdapat partikel yang lain seperti *mo*, *e*, *ni* dan lain sebagainya.

6. Dalam bahasa Jepang terdapat bentuk biasa dan bentuk sopan, kedua bentuk tersebut berbeda penggunaannya, bentuk sopan dipakai ketika berbicara dengan atasan atau orang yang lebih di hormati, sedangkan bentuk biasa digunakan dalam pembicaraan kepada teman atau kepada bawahan, perhatikan contoh berikut :

Bentuk Biasa	Bentuk Sopan	Keterangan
Kimi	Anatawa	Kamu
Heya de terebi ga aru	Heya de Teribi ga arimasuka	Di kamar apakah ada televisi ?
Sora kun	Sora san	Saudara Sora

Pada contoh di atas kata yang tercetak merah adalah menunjukkan perbedaan antara bentuk biasa dengan bentuk sopan, pemakaiannya

7. Subyek dan obyek yang sudah diketahui dalam kalimat bisa dihilangkan, penghilangan subyek dan obyek ini untuk mempersingkat pembicaraan dan juga sering digunakan dalam pembicaraan antar teman (bentuk biasa) perhatikan contoh berikut :

Yomu tsuki desu ka ?	Apakah (anda) suka membaca (buku) ?
Ket : Yomu = membaca	Tsuki = suka

Dari contoh di atas subyek dan obyek dapat dihilangkan, pertanyaan di atas dapat dijawab dengan singkat:

Hai, Tsuki desu	Ket : Hai = ya
Ya, (saya) suka	

Bahkan dalam bentuk tidak sopan anda cukup mengatakan :

Un, Tsuki	Ya, (Saya) suka
Ket : Un = ya (bentuk tidak sopan)	

Pantai Tamarunang



Istilah Jepang di desa Wisata Bahari & Pesisir



Pantai Tamarunang

Pantai Tamarunang berada di Biringkassi Kecamatan Binamu Jeneponto. Daya tarik wisata yang ada di Pantai Tamarunang adalah panorama alam pantai dengan hamparan pasir di sepanjang bibir pantai dan debur ombak serta semilir angin yang sejuk memanjakan pengunjung. Fasilitas yang telah dimiliki dan terus dikembangkan pada Pantai Tamarunang adalah hotel dan restoran, gazebo, panggung terbuka, dermaga, dan sarana olah raga. Aktivitas wisata yang saat ini dapat dilakukan di Pantai Tamarunang adalah kegiatan olah raga dan rekreasi pantai dan alam terbuka bagi keluarga dan menikmati kuliner pada restoran yang tersedia sambil menikmati



Dermaga pantai Garassikang



Dermaga Pantai Garassikang

Dermaga Pantai Garassikang, yang terletak di Kecamatan Bangkala Barat, Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan. Pantai ini kurang terekspos sehingga pantai ini kurang perawatan. Tapi, ini menarik untuk dikunjungi, karena gugusan bebatuan yang berdiri kokoh di pantai ini sangatlah eksotis serta keberadaan jembatan kayu yang membelah ombak menambah keindahan pantai. Batu kapur berwarna putih, air laut yang tenang, Nikmati sunrise, sunset, hingga berenang di tepian pantai adalah aktivitas wisata yang dapat dilakukan.



Wisata Hutan Mangrove Tarowang



Kite Surfing Jeneponto

Kite Surfing Jeneponto berada di Desa Mallassoro Kecamatan Bangkala Kabupaten Jeneponto merupakan spot kitesurfing terbaru di Indonesia. Pantainya yang masih sepi dan lanskapnya yang indah, Jeneponto menjanjikan angin dan ombak yang konstan. Saat yang tepat bermain selancar parasut sekitar April hingga Oktober dengan kecepatan 20-35 knot.



Kite Surfing Jeneponto

Aktivitas Wisata:



Panorama Pantai



Rekreasi Keluarga



Olahraga Air



Kuliner Seafood

**Pengembangan Istilah pada
objek wisata Bahari-Pantai**

 <p>Pantai</p>	<p>Bahasa Jepang</p> <p>ビーチ</p> <p>Romaji</p> <p>biichi</p>	<p>Bahasa Jepang</p> <p>ココナツ</p> <p>Romaji</p> <p>kokonattsu</p>	 <p>Kelapa</p>
 <p>Pasir Putih</p>	<p>Bahasa Jepang</p> <p>白い砂</p> <p>Romaji</p> <p>shirosuna</p>	<p>Bahasa Jepang</p> <p>ココナツの水</p> <p>Romaji</p> <p>kokonattsu no mizu</p>	 <p>Air Kelapa</p>
 <p>Ombak-Gelombang</p>	<p>Bahasa Jepang</p> <p>波</p> <p>Romaji</p> <p>nami</p>	<p>Bahasa Jepang</p> <p>島</p> <p>Romaji</p> <p>shima</p>	 <p>Pulau</p>
 <p>Pasang laut</p>	<p>Bahasa Jepang</p> <p>満ち潮</p> <p>Romaji</p> <p>michi shio</p>	<p>Bahasa Jepang</p> <p>青い</p> <p>Romaji</p> <p>aoi</p>	 <p>Biru</p>
 <p>Surut</p>	<p>Bahasa Jepang</p> <p>干潮</p> <p>Romaji</p> <p>kanchou</p>	<p>Bahasa Jepang</p> <p>風</p> <p>Romaji</p> <p>kaze</p>	 <p>Angin</p>



Panas

Bahasa Jepang

暑い

Romaji

atsui

Bahasa Jepang

海

Romaji

umi



Laut



Hangat

Bahasa Jepang

暖かい

Romaji

atataakai

Bahasa Jepang

ダイビング

Romaji

daibinggu



Menyelam



Ombak-Gelombang

Bahasa Jepang

メガネ

Romaji

megane

Bahasa Jepang

船

Romaji

fune



Perahu



Flora

Bahasa Jepang

全植物

Romaji

zenshokubutsu

Bahasa Jepang

凧のサビング

Romaji

tako no safinggu/
kaito no safinggu



Kitesurfing



Fauna

Bahasa Jepang

動物誌

Romaji

dobutsushi

Bahasa Jepang

魚

Romaji

sakana



Ikan



Panorama Pantai

Bahasa Jepang

ビーチの景色

Romaji

bichi no keshiki

Bahasa Jepang

塩

Romaji

shio



Garam



Mangrove

Bahasa Jepang

マングローブ

Romaji

manguroobu

Bahasa Jepang

両親

Romaji

ryoushi



Nelayan



Dermaga

Bahasa Jepang

ドック

Romaji

dokku

Bahasa Jepang

海藻

Romaji

kaisou



Rambut Laut



Pelabuhan

Bahasa Jepang

港

Romaji

minato

Bahasa Jepang

ナマコ

Romaji

namako



Teripang



Kepiting

Bahasa Jepang

蟹

Romaji

kani

Bahasa Jepang

ロブスター

Romaji

robosutaa



Lobster



Ikan Tuna

Bahasa Jepang

鮪 マグロ

Romaji

maguro

Bahasa Jepang

シーウォーカー

Romaji

shiuu ookaa



Sea Walker



Ikan Kerapu

Bahasa Jepang

ハタ

Romaji

hata

Bahasa Jepang

スピードボート

Romaji

supiidobooto



Speedboat



Udang

Bahasa Jepang

エビ

Romaji

ebi

Bahasa Jepang

ボートを漕ぐ

Romaji

booto o kogu



Mengayuh perahu



Olahraga Air

Bahasa Jepang

ウォータースポーツ

Romaji

uootaasupootsu

Bahasa Jepang

保全

Romaji

hozen



konservasi



Pelampung

Bahasa Jepang

救命胴衣

Romaji

kyuumeidooi

Bahasa Jepang

ダメージ

Romaji

dame-ji



kerusakan



Abrasi

Bahasa Jepang

擦り傷

Romaji

surikizu

Bahasa Jepang

亀 カメ

Romaji

kame



Penyu



Ekowisata Bahari

Bahasa Jepang

海のエコツアーゲーム

Romaji

umi no ekoturiizumu

Bahasa Jepang

サンゴ礁

Romaji

sangosho



Terumbu Karang



Matahari Terbit

Bahasa Jepang

日の出

Romaji

hi no de

Bahasa Jepang

砂の坂

Romaji

sunano saka



Bukit pasir



Matahari Terbenam

Bahasa Jepang

夕焼け

Romaji

yuuyake

Bahasa Jepang

原産地

Romaji

gensanchi



Habitat



Sea Food

Bahasa Jepang

海の食べ物

Romaji

umi no tabemono

Bahasa Jepang

津波

Romaji

tsunami



Tsunami

Lembah Hijau Rumbia



Air Terjun Tama'lulua



Hutan Pinus Paccumikang



Danau Bahu Jaya

Istilah Jepang di desa Wisata berbasis lanskap Jeneponto

Lembah Hijau Rumbia

Lembah Hijau Rumbia adalah sebuah tempat wisata di Jeneponto yang berada pada ketinggian sehingga memberi daya tarik suasana sejuk dan alami. Lokasinya berjarak sekitar 27 kilometer dari pusat ibukota Kabupaten Jeneponto. Atau lebih tepatnya lagi berada di Desa Tompobulu, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan. Lembah Hijau Rumbia ini dibuka 24 jam setiap harinya. Lokasinya sendiri berada di ketinggian kurang lebih 1.000 Mdpl (meter di atas permukaan air laut), sehingga suasana di tempat wisata ini sangat sejuk, dan cocok dijadikan sebagai tempat untuk bersantai. Salah satu suguhan hasil olahan bahan lokal ialah kopi rumbia yang lezat.

Air Terjun Tama'lulua

Tempat wisata alam berupa air terjun di Kabupaten Jeneponto, yang wajib dipertimbangkan untuk dikunjungi oleh wisatawan, yaitu Air Terjun Tama'lulua. Hanya saja, untuk mencapai air terjun yang lokasinya berada di Desa Bontomanai, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan ini tidaklah mudah, dan membutuhkan tenaga yang ekstra. Pasalnya, medan jalan yang harus dilewati untuk mencapai lokasi air terjun ini cukup terjal dan berbatu. Namun, semua lelah yang harus dilewati tersebut akan terbayar dengan keindahan Air Terjun Tama'lulua ini.

Hutan Pinus Paccumikang

Wisata alam hutan pinus Paccumikang berada di Desa Jenetallasa kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan, kini menjadi salah satu tujuan wisata alternatif untuk berlibur. Kawasan wisata berjarak kurang lebih 50 kilometer dari pusat kota Kabupaten Jeneponto itu. Nilai tawar dari objek ini ialah suasana yang sejuk karena berada di daerah ketinggian serta panorama alam yang indah.

Aktivitas Wisata:



Panorama Alam



Agrowisata



Air Terjun



Kopi

Pengembangan Istilah pada objek wisata berbasis Lanskap



Air Terjun

Bahasa Jepang
滝沢

Romaji
taki



Budaya

Bahasa Jepang
文化

Romaji
bunka



Alamiah

Bahasa Jepang
自然

Romaji
shizen



Festival

Bahasa Jepang
祭り

Romaji
matsuri



Beras

Bahasa Jepang
米

Romaji
kome



Goa

Bahasa Jepang
洞窟

Romaji
doukutsu



Bercocok Tanam

Bahasa Jepang
耕作

Romaji
kousaku



Gotong Royong

Bahasa Jepang
協力

Romaji
kyouryoku



Berendam

Bahasa Jepang
入浴

Romaji
nyuuyoku



Subur

Bahasa Jepang
超えた (土)

Romaji
koeta (tsuchi)



Jalan Tani

Bahasa Jepang

農道

Romaji

noudou

Bahasa Jepang

お墓

Romaji

0 haka



Kuburan



Kekeluargaan

Bahasa Jepang

親族関係

Romaji

shinzokukankei

Bahasa Jepang

馬

Romaji

uma



Kuda



Kepala Desa

Bahasa Jepang

村長

Romaji

sonchou

Bahasa Jepang

伝統的な食べ物

Romaji

dentoutekina tabemono



Kuliner Lokal



Kopi

Bahasa Jepang

コーヒー

Romaji

koohii

Bahasa Jepang

谷

Romaji

tani



Lembah



Kreatif

Bahasa Jepang

想像 /
クリエイティブ

Romaji

souzou/
kureatiibu

Bahasa Jepang

温泉

Romaji

onsen



Mata Air Panas



Musim Hujan

Bahasa Jepang

雨季

Romaji

uki

Bahasa Jepang

リラクゼーション

Romaji

ri rakusheeshon



Relaksasi



Musim Panen

Bahasa Jepang

収穫期

Romaji

shuukakuki

Bahasa Jepang

乳牛

Romaji

nyugyuu



Sapi Perah



Musyawaharah

Bahasa Jepang

フォーラムディスカッション

Romaji

foramu disukashoon

Bahasa Jepang

野菜

Romaji

yasai



Sayur



Petani

Bahasa Jepang

農家

Romaji

Nouka

Bahasa Jepang

新鮮な

Romaji

shinsenna



Segar



Raja

Bahasa Jepang

王様

Romaji

ousama

Bahasa Jepang

歴史

Romaji

rekishi



Sejarah



Tradisional

Bahasa Jepang

伝統

Romaji

dentou

Bahasa Jepang

報道

Romaji

houdou



Jalan Setapak



Makan

Bahasa Jepang

食

Romaji

shoku

Bahasa Jepang

山

Romaji

yama



Gunung



Minum

Bahasa Jepang

飲む

Romaji

nomu

Bahasa Jepang

丘

Romaji

oka



Bukit



PERDES
Peraturan Desa
Peraturan Desa

Bahasa Jepang

村のルール

Romaji

mura no ruuru

Bahasa Jepang

低地

Romaji

lowland



Dataran Rendah



Jalan antar desa

Bahasa Jepang

村の間の道

Romaji

mura ma no michi

Bahasa Jepang

ハイランド

Romaji

hairando



Dataran Tinggi



Sawah

Bahasa Jepang

田圃

Romaji

tanbo

Bahasa Jepang

村の保護区森林

Romaji

mura no hogoku shinrin



Hutan Adat



Kebun

Bahasa Jepang

畑

Romaji

hatake

Bahasa Jepang

社会の保護区森林

Romaji

shakai no hogoku shinrin



Hutan Rakyat



Ladang

Bahasa Jepang

農原

Romaji

nouhara

Bahasa Jepang

パノラマ

Romaji

panorama



Panorama



Hutan Lindung

Bahasa Jepang

森林保護区

Romaji

shinrinhogoku

Bahasa Jepang

上り

Romaji

nobori



Pendakian



Hutan Adat

Bahasa Jepang

村の保護区森林

Romaji

mura no hogoku shinrin

Bahasa Jepang

三叉路

Romaji

sansaro



Pertigaan Jalan



Perempatan Jalan

Bahasa Jepang

交差点

Romaji

kousaten

Bahasa Jepang

先進的な村

Romaji

senshin tekina mura



Desa Maju



Pos Keamanan

Bahasa Jepang

セキュリティポスト

Romaji

sekyuritiposuto

Bahasa Jepang

発展途上野村

Romaji

hatsutentojou no mura



Desa Berkembang



Lembaga Adat

Bahasa Jepang

慣習評議員

Romaji

kanshuu hyougiin kai

Bahasa Jepang

伝統的村

Romaji

dentotekina mura



Desa Tradisional



Homestay

Bahasa Jepang

ホームステイ

Romaji

houmusutei

Bahasa Jepang

現代の村

Romaji

gendai no mura



Desa Modern



Rumah Panggung

Bahasa Jepang

交渉式住居

Romaji

koshoshiki jukyo

Bahasa Jepang

観光村

Romaji

kankou mura



DESA WISATA

Desa Wisata



Kearifan Lokal

Bahasa Jepang

地元の千恵

Romaji

jimoto no chie

Bahasa Jepang

緑

Romaji

midori



Hijau



Ternak

Bahasa Jepang

家畜

Romaji

kachiku

Bahasa Jepang

伝統的な市場

Romaji

dentoteki na ichiba



Pasar Tradisional



Budidaya

Bahasa Jepang

栽培

Romaji

saibai

Bahasa Jepang

両替

Romaji

ryougae



Barter



Pemandu Lokal

Bahasa Jepang

地元のガイド

Romaji

jimoto no gaido/rokarugaido

Bahasa Jepang

もふ

Romaji

mofu



Selimut



Bendi

Bahasa Jepang

馬車 キャリッジ

Romaji

basha/kyarijji

Bahasa Jepang

かわ / カワ

Romaji

kawa



Sungai

Lampiran

- Daftar istilah dalam bahasa Indonesia, Jepang dan Inggris
- Daftar Pustaka
- Riwayat Penulis

MAKNA VERBA TOORU, SUGIRU DAN KOERU

Dikutip dalam (Renold, Paramasastra, Jurnal Ilmiah Bahasa Sastra dan Pembelajarannya Vol. 1, No. 1, September 2013)

Kajian mengenai makna dalam suatu bahasa, kalimat, maupun kata telah banyak dilakukan oleh pemerhati bahasa yang melahirkan informasi-informasi baru yang sangat penting yang dibutuhkan dalam perkembangan ilmu kebahasaan khususnya

perkembangan ilmu semantik. Salah satunya adalah kajian mengenai sinonim.

Bahasa Jepang adalah salah satu bahasa di dunia yang sering diteliti perkembangan kebahasaannya khususnya dalam bidang semantik, hal ini disebabkan karena bahasa Jepang memiliki banyak huruf tetapi bunyi yang dihasilkan oleh huruf-huruf tersebut terkadang sama misalnya kata *kaeru* memiliki dua makna yaitu: pulang dan katak. Kemudian kata *hashi* yang memiliki tiga makna yaitu, jembatan, sumpit, dan pinggir. Untuk membedakan makna dari kata yang sama tersebut dalam bahasa Jepang digunakan huruf kanji, sementara dalam pelafalannya dibedakan dengan aksen.

Verba *tooru*, *sugiru*, dan *koeru* selain merupakan kata kerja pergerakan juga merupakan kata kerja yang bersinonim bila diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Untuk membuktikan apakah ke tiga verba tersebut merupakan

sinonim maka dilakukan analisis dengan teknik substitusi antar kalimat dengan dua jenis verba yaitu: *tooru* 「通る」 dan *sugiru* 「過ぎる」; *sugiru* 「過ぎる」 dan *koeru* 「超える」; *koeru* 「超える」 dan *tooru* 「通る」. Penelitian ini menemukan fakta bahwa ketiga verba tersebut diketahui bahwa; '*tooru*' adalah verba yang memiliki ciri subjek mulai bergerak melewati objek dengan cara masuk kedalam objek tersebut dan berakhir setelah keluar dari objek, hal ini ditandai dengan keberadaan makna preposisi penanda tempat, '*sugiru*' adalah verba yang memiliki ciri subjek bergerak tidak masuk kedalam objek melainkan hanya bergerak di samping objek tersebut, '*koeru*' adalah verba yang memiliki ciri subjek bergerak melewati objek dengan cara melewati sisi sebelah atas objek.

Daftar istilah dalam bahasa Indonesia, Jepang dan Inggris

Indonesia	Bahasa Jepang	Romaji	Bahasa Inggris
Air Terjun	滝沢	taki	water fall
Alamiah	自然	shizen	natural
Beras	米	kome	rice
Bercocok Tanam	耕作	kousaku	farming
Berendam	入浴	nyuuyoku	bathing
Budaya	文化	bunka	culture
Festival	祭り	matsuri	festival
Goa	洞窟	doukutsu	cave
Gotong Royong	協力	kyouryoku	mutual assistance
Subur	超えた (土)	koeta (tsuchi)	fertile
Jalan Tani	農道	noudou	farm road
Keluargaan	親族関係	shinzokukankei	sense of family
Kepala Desa	村長	sonchou	village head
Kopi	コーヒー	koohii	coffee
Kreatif	想像ノ クリエイティブ	souzou/kureatiibu	creative
Kuburan	お墓	O haka	grave
Kuda	馬	uma	horse
Kuliner Lokal	伝統的な食べ物	dentoutekina tabemono	local culinary
Lembah	谷	tani	valley
Mata Air Panas	温泉	onsen	hot springs
Musim Hujan	雨季	uki	rainy season
Musim Panen	収穫期	shuukakuki	harvest season
Musyawah	フォーラムディスカッション	foramu disukashoon	discussion
Petani	農家	Nouka	farmer
Raja	王様	ousama	King
Relaksasi	リラクゼーション	rirakusheeshon	relaxsasion
Sapi Perah	乳牛	nyugyuu	dairy cows
Sayur	野菜	yasai	vegetable
Segar	新鮮な	shinsenna	fresh
Sejarah	歴史	rekishi	history
Tradisional	伝統	dentou	traditional
Makan	食	shoku	eat
Minum	飲む	nomu	drink
Peraturan Desa	村のルール	mura no ruuru	village rules
Jalan Lokal	村の道	mura no michi	local road
Jalan antar desa	村の間の道	mura ma no michi	road between village
Jalan Setapak	報道	houdou	footpath
Gunung	山	yama	mountain
Bukit	丘	oka	hill

Dataran Rendah	低地	lowland	lowland
Dataran Tinggi	ハイランド	hairando	highland
Sawah	田圃	tanbo	rice field
Kebun	畑	hatake	garden
Ladang	農原	nouhara	field
Hutan Lindung	森林保護区	shinrinhogoku	protected forest
Hutan Adat	村の保護区森林	mura no hogoku shinrin	customary forest
Hutan Rakyat	社会の保護区森林	shakai no hogoku shinrin	community forest
Panorama	パノラマ	panorama	panorama
Pendakian	上り	nobori	climbing
Pertigaan Jalan	三叉路	sansaro	three junction
Perempatan Jalan	交差点	kousaten	four junction
Pos Keamanan	セキュリティポスト	sekjuritiposuto	security check
Lembaga Adat	慣習評議員	kanshuu hyoujin kai	traditional institutions
Pemerintahan Desa	市町村議会	市町村議会	village government
Homestay	ホームステイ	houmusutei	homestay
Rumah Panggung	交渉式住居	koshoshiki jukyo	house on stilts
Desa Maju	先進的な村	senshin tekina mura	developed village
Desa Berkembang	発展途上野村	hatsutentojou no mura	developing village
Desa Tradisional	伝統的村	dentotekina mura	traditional village
Desa Modern	現代の村	gendai no mura	modern village
Desa Wisata	観光村	kankou mura	tourist village
Kearifan Lokal	地元の千恵	jimoto no chie	local genius
Tolong/Menolong	互いに助け合う	tagari tasukeau	mutual help
Temak	家畜	kachiku	cattle
Sejarah	歴史	rekishi	history
Budidaya	栽培	saibai	cultivation
Pemandu Lokal	地元のガイド	jimoto no gaido/rokarugaido	local guide
Pemuda	若者	wakamono	youth
Pemudi	若者	wakamono	girl
Bendi	馬車・キャリッジ	basha/kyarijji	bendy
Hijau	緑	midori	green
Pasar Tradisional	伝統的な市場	dentoteki na ichiba	traditional Market
Barter	両替	ryougae	barter
Selimut	もふ	mofu	blanket

Indonesia	Bahasa Jepang	Romaji	Bahasa Inggris
Pantai	ビーチ	biichi	beach
Pasir Putih	白い砂	shirosuna	white sand
Ombak	波	nami	wave
Gelombang	波	nami	wave
Pasang	満ち潮	michi shio	high tide
Surut	干潮	kanchou	recede
Kelapa	ココナッツ	kokonattsu	coconut
Air kelapa	ココナツの水	kokonattsu no mizu	coconutwater
Pulau	島	shima	island
Biru	青い	aoi	blue
Angin	風	kaze	wind
Panas	暑い	atsui	hot
Hangat	暖かい	atataikai	warm
Kaca Mata	メガネ	megane	glasses
Flora	全植物	zenshokubutsu	flora
Fauna	動物誌	dobutsushi	fauna
Laut	海	umi	sea
Menyelam	ダイビング	daibinggu	dive
Perahu	船	fune	boat
Kitesurfing	凧のサビング	tako no safinngu/kaito	no safinngu
Ikan	魚	sakana	fish
Panorama Pantai	ビーチの景色	biichi no keshiki	beach panorama
Mangrove/ bakau	マングローブ	manguroobu	mangrove
Dermaga	ドック	dokku	dock
Pelabuhan	港	minato	harbour
Kepiting	蟹	kani	crab
Garam	塩	shio	salt
Nelayan	両親	ryoushi	fisherman
Ramput Laut	海藻	kaisou	seaweed
Teripang/ Timun La	ナマコ	namako	sea cucumber
Lobster	ロブスター	robosutaa	lobster

Daftar Pustaka

- Fadhilah, Dzar M. (2015). Kajian Geopark Kawasan Ciletuh Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat. Skripsi. Jurusan Kepariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Dickman, Sharron. (1999). Tourism: An Introductory Text. Victoria: Footscray Institute of Technology Library.
- Dowling, R. K. (2006). Geotourism's Global Growth. Dari artikel Geoheritage. London: Springer-Verlag.
- Dowling, R. K., & Newsome, D. (2006). Geotourism. London: Springer-Verlag.
- GEOWISATA Solusi Pemanfaatan Kekayaan Geologi yang Berwawasan Lingkungan Hary Hermawan dan Yosef Abdul Ghani.
- Miranda. 2021. Eksistensi Nilai-Nilai Budaya Kerajaan Binamu Dan Bangkala Dalam Kehidupan Masyarakat Jeneponto Di Abad-21. Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Sosiologi.
- Renold. ANALISIS MAKNA VERBA TOORU, SUGIRU DAN KOERU. Paramasastra, Jurnal Ilmiah Bahasa Sastra dan Pembelajarannya Vol. 1, No.1, September 2013
- N.W. Nilawati , K.E.K. Adnyani , N.N. Suartini. Pengembangan Buku Saku Bahasa Jepang Pariwisata Untuk Caddy Di Nirwana Bali Golf Club. Jurnal Pendidikan Bahasa Jepang. JPB, Vol. 7 No. 2, Juli 2021 ISSN: 2613-9618.
- Walker, R. (2006). Innovation type and diffusion. An empirical analysis of local government. Public Administration, 84, 311-316.
- Yoeti, Oka A. (2008). Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi. Jakarta: Kompas Gramedia
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 (pasal 1 ayat 4) tentang kepariwisataan
- Undang - Undang Republik Indonesia. Nomor 32 Tahun 2004 . Tentang. Pemerintahan Daerah.
- www.unesco.org/new/en/archives/education/themes/leading-the-international-agenda/efareport/background-papers/2009/, diakses pada 25 Maret 2021.
- World Bank. (2020a, April 4). Air transport, passengers carried. Retrieved from <https://data.worldbank.org/indicator/is.air.psg>
- World Bank. (2020b, April 4). International tourism, number of arrivals. Retrieved from <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL>
- World Travel and Tourism Council. (2020, Maret 13). Coronavirus puts up to 50 million Travel and Tourism Jobs at Risk. Retrieved from Skift: <https://skift.com/2020/03/13/coronavirus-puts-50-million-tourism-jobs-at-risk-says-wttc-report/>
- World Travel and Tourism, (WTO), 1999. Pariwisata Internasional A Global. Perspektif, Madrid, Spanyol.
- World Travel and Tourism, (WTO . 2007). Tourism Destination. Perspektif, Madrid, Spanyol. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170519143808-30215963/kementerian-pupr-dorong-pembangunan-homestay-desa-wisata> (diakses, 21 Maret 2021)

Riwayat Penulis



Dra. ANDA PRASETYO ERY, M.Pd, CHE

Anda Prasetyo Ery. Lahir 16 Oktober 1969 di Blitar, dan menetap di Komp. Hartaco Indah Blok 3qu No. 6 Makassar Parang Tambung, Tamalate Kota Makassar, Sulawesi Selatan Kode Pos: 90224. Saat ini aktif mengajar di Politeknik Pariwisata Makassar mata kuliah bahasa Jepang. Menyelesaikan studi magister pada bahasa Jepang Universitas Pendidikan Indonesia pada T/tahun 2011. Berbagai macam pengembangan dan pelatihan bahasa jepang yang pernah diikuti diantaranya train the trainers tahun 1999; short course in japan tahun 2000; pelatihan bid. Bhs jepang i, ii & iii; south east asia summit on the japanese language education tahun 2016 hingga pengembangan perangkat pembelajaran bahasa asing pariwisata berorientasi pada o.b.e pengintergrasian abad 21 di tahun 2021. Selain mengajar, penulis juga tercatat sebagai assessor bidang pariwisata dan sejumlah organisasi diantaranya asosiasi studi pendidikan bahasa jepang indonesia (tercatat sebagai anggota pada ASPBJI-sulawesi selatan).



Renold, M.Pd

Renold. Menetap di Jl. Tidung 10 No. 91 Perumnas Kota Makassar. Saat ini tercatat sebagai Dosen PNS dan aktif mengajar di Politeknik Pariwisata Makassar mata kuliah bahasa Jepang. Menyelesaikan studi magister bahasa Jepang di Universitas Negeri Surabaya (S2) pada tahun 2014. Berbagai macam pengembangan dan pelatihan bahasa jepang yang pernah diikuti diantaranya ISO Training Risk Management; Genesis International Youth Program di Jepang dan Pelatihan Pramuwisata Madya. Selain mengajar, penulis juga aktif melakukan riset dan penelitian tentang pariwisata dan Bahasa Jepang. Beberapa diantaranya dipublikasikan di jurnal nasional maupun internasional, seperti [Pengembangan Destinasi Wisata Budaya Berdasarkan Mitos Sejarah dan Bangunan Kota Makassar Sulawesi Selatan \(Studi Etnografi\)](#); [Strategi Pengembangan Potensi Wisata Desa Bissoloro Kabupaten Gowa](#); Rite and Religion: Sangia Wambulu First Indigenous Imam of Buton Sultanate; analisis makna verba tooru, sugiru dan koeru serta karya-karya lainnya. Penulis yang biasa disapa “Ren” menghabiskan waktu senggang dengan berlibur bersama keluarga; berolahraga sepeda serta menulis.



Masri Ridwan, M.Pd

Masri Ridwan. Lahir 7 Maret 1990 di Pasaran, Kabupaten Enrekang. Menyelesaikan kuliah magister di Universitas Negeri Malang program studi Pendidikan Geografi tahun 2016. Bergabung di Politeknik Pariwisata Makassar pada tahun 2017. Saat ini tercatat sebagai dosen tetap di Program studi Destinasi Pariwisata. Selain aktif mengajar, penulis juga aktif sebagai konsultan perencana pariwisata diantaranya yang pernah dikembangkan seperti desa wisata Kadingeh Enrekang, Kawasan Agrowisata Phinisi Hills Kabupaten Gowa, serta berpartisipasi dalam penyusunan rencana induk kepariwisataan daerah sejak tahun 2018 hingga saat ini. Penulis juga memiliki minat kajian pada Geografi dan Pariwisata, telah terpublikasi di jurnal nasional maupun internasional bereputasi. Ayah satu anak ini menghabiskan waktu senggang dengan berlibur bersama keluarga, berolahraga serta menulis. Domisili berada di Kabupaten Gowa, Perumahan Griya Rumah Emas, Blok J/19 Kecamatan pattalassang. Aktif bersosialisasi di media sosial dengan akun @masriridwan.



Dr. H. Muh. Yahya, M.Pd

Muh. Yahya, Lahir di Bone, pada tanggal 14 Maret 1968. Program Pendidikan Formal S1 diselesaikan di UIN Makassar Jurusan Tadris Inggris pada tahun 1992. S2 Pendidikan bahasa Inggris di selesaikan di Universitas Negeri Makassar pada tahun 2009, dan selanjutnya Pendidikan S3 Bahasa Inggris di selesaikan pada Universitas yang sama pada Tahun 2018. Karir dosen di mulai sejak tahun 2002 sampai sekarang di Politeknik pariwisata Makassar. Beberapa hasil karya/ publikasi ilmiah adalah: The Form of Connectives Logic in English, 2009, Error Analysis on Usage of Tenses, 2009, Potensi Museum Lapawawoi sebagai daya tarik Wisata sejarah di Kabupaten Bone, 2013, Pembentukan nama-nama menu Makanan berbahasa Inggris, 2014, Pengembangan permandian Wisata Ompo sebagai Daya Tarik Wisata Alam di Kabupaten Soppeng, 2015, Pengembangan Objek wisata Pedesaan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Soppeng, 2016, Diagnostik Kurikulum Program studi Destinasi Politeknik Pariwisata Makassar sebagai Center of Excellence Wisata maritim, 2019, Task Based Language Teaching for Writing on the Students in Indonesian Tourism Polytechnics. Selain Mengajar aktif juga dalam pelatihan dan kegiatan ilmiah seperti: Anggota Forum Komunikasi Mahasiswa Indonesia, Himpunan lembaga latihan Kerja Indonesia (HILLSI), Himpunan Penyelenggara Kursus Indonesia (HIPKI) dan Strategic marketing and Commercialisation in Tourism, 2016.

Istilah Geowisata Jepang - Indonesia

(Desa-WISATA Jeneponto)

Tentang Buku

. Kebutuhan terkait bahan ajar kontekstual yang diharapkan ada di setiap mata kuliah yang tersedia pada masing-masing instansi. Mata kuliah di perguruan tinggi harus memiliki bahan ajar yang memadai baik berbentuk tulisan maupun non-tulisan yang kontekstual. Hadirnya Buku ini, diharapkan sebagai salah satu model Politeknik Pariwisata Makassar dalam upaya menginternalisasikan ilmu pariwisata sebagai bagian tidak terpisahkan dari tugas dan tanggung jawab dosen di Politeknik Pariwisata Makassar yang termaktub dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2016 Tentang Statuta Politeknik Pariwisata Makassar dan Visi Misi Politeknik Pariwisata Makassar serta pengabdian kepada masyarakat sebagai perwujudan Tri Darma Perguruan Tinggi. Pada kondisi ini Politeknik Pariwisata Makassar sangat meyakini peran penting Kesiapan Sumber Daya Manusia yang adaptif dan bagi perkembangan pariwisata Indonesia yang inovatif. Secara umum buku ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan tentang kemampuan berbahasa asing dalam hal ini Bahasa Jepang untuk menjadi panduan dan pedoman berwisata di Sulawesi-Selatan khususnya di Kabupaten Jeneponto. Selain itu, Politeknik Pariwisata Makassar sebagai salah satu Pendidikan tinggi di Indonesia, memiliki peran strategis dalam upaya menghasilkan manusia Indonesia berilmu sekaligus memiliki peran aktif dalam pembangunan bangsa dan negara dalam menyikapi dan menjawab perubahan serta tantangan global yang terus berjalan. Buku ini, terdiri dari 5 Bab yang masing-masing mempunyai pembahasan yang berbeda namun dalam bingkai yang terstruktur. Bab satu penulis memberikan pengantar tentang perkembangan pariwisata di Indonesia kemudian pariwisata di lokasi kajian yaitu Kabupaten Jeneponto. Batasan tentang pemanfaatan Bahasa Jepang dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Jeneponto. Pada bab 2, penulis secara spesifik mendeskripsikan tentang konsep dan teori dari Geowisata serta sebaran desa wisata dan sumber daya pariwisata di Kabupaten Jeneponto yang terdiri dari lanskap dan pesisir. Bab 3 penulis menguraikan tentang model dan karakteris aktivitas wisata. Dengan hadirnya buku ajar ini memberi referensi kepada pembaca tentang penggunaan istilah Bahasa Jepang dan Bahasa Indonesia dalam menyelenggarakan aktivitas wisata di Kabupaten Jeneponto. Menurut hemat saya, relevansi dari buku yang ada di tangan pembaca ini menjadi sedemikian besar manakala dilihat dalam konteks ini. Buku ini jelas turut memperkuat gugusan referensi di bidang pariwisata di Sulawesi-Selatan. Sebagai sebuah karya perdana Dra. Anda Ery Prasetyo dan tim, buku ini mencerminkan sebuah endapan potensi akademis. Sembari menanti karya-karya selanjutnya, kami ingin mengajak para pembaca mengucapkan selamat atas kehadiran karya ini di hadapan kita semua.

Tim Penyusun:



Dra. ANDA PRASETYO ERY, M.Pd, CHE



Renold, M.Pd



Masri Ridwan, M.Pd



Dr. H. Muh. Yahya, M.Pd



Politeknik Pariwisata Makassar
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia/ Badan
Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia
Kampus Poltekpar Makassar, Jl Gunung Rinjani Metro Tanung Bunga Makassar
No.1, Tj. Merdeka, Kec. Tamalate, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 9022

