

**URGENSI KOMUNIKASI PARIWISATA
DALAM MENGHADAPI TANTANGAN
MASYARAKAT EKONOMI ASEAN 2015**

ORASI ILMIAH

**Disajikan pada Wisuda Akademi Pariwisata (AKPARI) Bandung
Hotel Serella Bandung, 22 Januari 2015**



Oleh:

Dr. Harliantara, Drs., M.Si.

Akademi Pariwisata Bandung

Januari 2015

**URGENSI KOMUNIKASI PARIWISATA
DALAM MENGHADAPI TANTANGAN
MASYARAKAT EKONOMI ASEAN 2015**

Oleh:

Dr. Harliantara, Drs., M.Si.

KATA PENGANTAR PIDATO ORASI ILMIAH

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Salam Sejahtera Bagi Kita Semua

Yth. Ketua Yayasan Generasi Pariwisata

Yth. Koodinator Kopertis

Yth, Direktur Akademi Pariwisata (AKPARI) Bandung

Yth. Senat Akdemi, Seluruh Dosen dan Civitas Akademika, Akademi
Pariwisata (AKPARI) Bandung

Ibu dan Bapak, serta hadirin para undangan yang saya hormati.

Pada hari yang penuh rahmat dan kebahagiaan ini, pertama kali, perkenankan saya menyampaikan rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT. Yang telah memperkenankan kita semua untuk berkumpul dalam acara wisuda ini. Saya mengucapkan selamat kepada Akademi Pariwisata (AKPARI) di Bandung yang mewisuda anak didiknya. Khusus untuk seluruh wisudawan dan keluarga wisudawan yang berbahagia, saya ucapkan selamat atas prestasi yang telah diraih wisudawan, yang disertai dengan pengorbanan dan ketekunan. Saya merasa bahagia pada hari ini, karena saya dapat bersilaturahmi akademik dengan ibu, bapak, serta wisudawan, dalam bentuk penyajian orasi ilmiah.

Tema orasi ilmiah dalam rangka Wisuda Akademi Pariwisata (AKPARI) Bandung ini adalah “ Urgensi Komunikasi Pariwisata Dalam Menghadapi Tantangan Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015”.

I. PENDAHULUAN

Tahun 2015 merupakan tahun yang penuh tantangan bagi bangsa Indonesia dimana kita menghadapi berbagai persaingan baik dalam bidang ekonomi, pariwisata, maupun pembangunan pada umumnya. Mengingat pertemuan negara-negara ASEAN yang dilaksanakan di Bali pada 7 Oktober 2003, yang menghasilkan kesepakatan berupa Declaration of ASEAN Concord II dalam rangka menciptakan masyarakat ekonomi ASEAN atau yang lebih dikenal dengan sebutan Komunitas Ekonomi ASEAN atau KEA. Deklarasi ini dihadiri oleh negara-negara anggota ASEAN diantaranya Indonesia, Brunei Darussalam, Kamboja, Laos, Malaysia, Myanmar, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam, dengan tujuan mencapai tingkat dinamika pembangunan ekonomi yang lebih tinggi, kemakmuran yang berkelanjutan, pertumbuhan yang merata dan pembangunan yang terintegrasi di ASEAN. Tahun 2015 ini adalah tahun pelaksanaan masyarakat ekonomi ASEAN itu sendiri.

Mengingat dampak yang sangat besar dari terciptanya Masyarakat Ekonomi ASEAN ini memunculkan sebuah pertanyaan bagi kita sebagai insan-insan yang berkecimpung dalam bidang pariwisata, seperti peranan dan kontribusi apa yang bisa kita berikan kepada Bangsa dan Masyarakat Indonesia dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN?, Bagaimana caranya agar kita memiliki sumber daya manusia yang handal dalam rangka menjawab tantangan tersebut?, serta bagaimana upaya kita untuk memanfaatkan sumber daya yang kita miliki untuk kesejahteraan masyarakat dalam tantangan Masyarakat Ekonomi ASEAN ini?.

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, dalam orasi ilmiah ini saya akan menguraikannya melalui tema yang saya kedepankan, yakni “Urgensi Komunikasi Pariwisata dalam Menghadapi Tantangan Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015”

II. POTENSI PARIWISATA

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia dengan kurang lebih 18.110 pulau yang dimiliki, dengan garis pantai sepanjang 108.000 km. Negara Indonesia memiliki potensi alam, keanekaragaman flora dan fauna, peninggalan purbakal, peninggalan sejarah, serta seni dan budaya yang semuanya merupakan sumber daya dan modal yang besar bagi usaha pembangunan dan peningkatan kepariwisataan.

Melihat potensi besar yang dimiliki bangsa Indonesia, sektor pariwisata harus terus ditingkatkan untuk mendorong kemajuan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pembangunan sektor pariwisata harus meliputi beberapa hal, diantaranya; pengembangan perwilayahan, pengelompokan objek dan daya tarik wisata; pengembangan produk wisata; pengembangan jaringan transportasi antar kawasan, daerah dan internasional; serta pengembangan pusat jaringan publik.

Sebagai pendorong laju pertumbuhan ekonomi, pariwisata juga memiliki penawaran yang cukup besar dari sektor pasar. Pariwisata memiliki fungsi sebagai pasar, antara lain sebagai pasar primer, pasar sekunder, dan pasar tersier. Pasar primer merupakan pasar utama dan mempunyai peran paling penting bagi perkembangan pariwisata, yakni untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan wisatawan terhadap unsur pokok pariwisata. Pasar yang dimaksud mencakup; pasar akomodasi, pasar transportasi, pasar biro perjalanan, pasar pemandu wisata, serta pasar atraksi atau pertunjukan wisata.

Sementara itu pasar sekunder juga memiliki peran yang sangat signifikan dalam upaya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan wisatawan terhadap unsur pendukung pariwisata. Pasar ini meliputi pasar barang cinderamata, penukaran uang, rental kendaraan, juga asuransi perjalanan. Sedangkan yang dimaksud pasar tersier adalah kualitas peningkatan layanan pada wisatawan. Selain menikmati objek dan daya tarik wisata, biasanya wisatawan membutuhkan hal-hal lain yang dapat membuatnya lebih senang. Pasar tersier ini terdiri dari jasa fotografi, buku panduan wisata, pengiriman barang, serta pasar yang paling penting yakni perhotelan.

Dengan perkembangan pariwisata yang terus meningkat, hal ini merupakan keuntungan bagi insan-insan yang bergerak dalam bidang perhotelan. Di berbagai kota dan wilayah yang ada di Indonesia, pertumbuhan jumlah hotel terus meningkat. Berdasarkan data tahun 2008, terdapat 1.169 hotel yang ada di Indonesia dengan jumlah kamar sebanyak 112.079. Jumlah ini diprediksi akan terus meningkat hingga tahun 2020 nanti. Perkembangan pariwisata dan perhotelan ini akan menyerap jumlah angkatan kerja yang sangat besar di Indonesia, dan kebutuhan hotel terhadap tenaga kerja juga akan terus meningkat. Belum lagi jika kita menengok ke negara-negara lain, perkembangan jumlah hotel terus meningkat, seperti di Malaysia, Singapura, Thailand, juga di negara-negara Timur Tengah seperti Qatar, Kuwait, atau Dubai.

III. PERENCANAAN NASIONAL PARIWISATA

Jauh sebelum terjadinya Masyarakat Ekonomi ASEAN, kepariwisataan telah mendapatkan tugas yang cukup besar dari pemerintah Indonesia. Sebagaimana yang disampaikan dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2000 tentang Program Perencanaan Nasional Pariwisata, bidang pariwisata mendapatkan tugas baru untuk turut mempercepat pemulihan ekonomi nasional pasca krisis moneter serta untuk memulihkan citra Indonesia di dunia Internasional.

Pada kenyataannya harus kita akui, tugas pariwisata tidak hanya sekedar sebagai sarana pemulihan ekonomi semata. Lebih dari itu, pariwisata harus menjadi pintu bagi terwujudnya “glokalisasi” kebudayaan bangsa Indonesia. Istilah glokalisasi ini diambil dari gabungan kata “Global” dan “Lokal” yang memiliki maksud bahwa lokalitas kekayaan yang dimiliki bangsa Indonesia harus menjadi kekayaan bagi masyarakat dunia. Kita patut berbangga dengan telah diakuinya Batik sebagai warisan kebudayaan dunia oleh Perserikatan Bangsa Bangsa. Begitu pula jauh-jauh hari, Candi Borobudur telah diakui sebagai warisan peradaban dunia dan menjadi daftar wisata keajaiban dunia. Kita berharap akan lebih banyak lagi warisan budaya, kekayaan alam, serta kearifan lokal Indonesia bisa mendunia di tangan insan-insan kepariwisataan.

Besarnya potensi pariwisata yang kita miliki tentu harus diimbangi dengan sumber daya manusia yang tinggi dengan kemampuan pengelolaan pariwisata (*managing tourism*) serta pemasaran pariwisata (*marketing tourism*) demi terciptanya pariwisata sebagai pengembangan potensi ekonomi dan budaya yang bermanfaat bagi bangsa Indonesia. Tantangan ini tentu harus dijawab oleh lembaga pendidikan sebagai *output* sumber daya manusia, dalam hal ini lembaga pendidikan kepariwisataan. Pada pelaksanaannya, lembaga pendidikan kepariwisataan harus berangkat dari kurikulum yang mampu menjawab tantangan-tantangan dalam bidang pariwisata baik yang sedang berjalan, maupun tantangan dunia pariwisata yang akan datang. Setiap peserta didik dalam jenjang pendidikan Diploma III harus memiliki kemampuan konseptual dan praktis dalam berbagai bidang pariwisata, serta inovatif dalam memadukan keilmuan mereka dengan perkembangan zaman, terutama perkembangan teknologi dan komunikasi yang hingga saat ini terus meningkat.

IV. KOMUNIKASI PARIWISATA

Pertemuan antara pariwisata dengan perkembangan teknologi dan komunikasi memperlihatkan perlu adanya perpaduan bidang antara studi kepariwisataan (*tourism study*) dengan ilmu komunikasi (*communication science*) yang pada akhirnya akan menghasilkan konsep pendidikan baru yakni Komunikasi Pariwisata (*tourism communication*). Kajian-kajian yang ada dalam ilmu komunikasi seperti *marketing*, *public relation*, *broadcasting*, *public speaking*, *reporting*, *media studies*, atau perkembangan teknologi komunikasi dielaborasi dengan bidang kepariwisataan untuk menciptakan peserta didik yang memiliki kemampuan komunikatif dan penguasaan teknologi komunikasi guna mengembangkan potensi pariwisata yang kita miliki.

Secara garis besar tugas pokok yang diemban pendidikan komunikasi pariwisata memiliki dua sasaran utama.

Pertama, sasaran ekonomi, dimana komunikasi pariwisata harus dapat meningkatkan perekonomian, terutama dalam hal ini perekonomian yang berbasis kerakyatan. Indikasi dari peningkatan ekonomi ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah turis domestik maupun mancanegara yang datang ke berbagai tempat pariwisata baik itu wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, maupun wisata kuliner, yang selanjutnya dari peningkatan turis tersebut berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, terutama masyarakat yang dekat dengan lokasi wisata.

Kedua, sasaran budaya. Sasaran ini dilaksanakan guna meningkatkan kecintaan dan pengetahuan masyarakat Indonesia akan budaya dan pariwisata yang kita miliki. Peserta didik dari program studi komunikasi pariwisata yang telah dibekali dengan kemampuan teknis dan pengetahuan mengenai budaya serta pariwisata diharapkan dapat menjadi agen-agen budaya dan pariwisata dalam rangka pengembangan, pelestarian, serta perlindungan terhadap potensi-

pontensi budaya pariwisata yang bangsa Indonesia miliki. Mereka harus mampu mengemban tugas pemerintah dalam bidang pariwisata baik dalam tingkat daerah, provinsi, hingga pusat.

V. PENUTUP

Dalam situasi kompetitif yang semakin tinggi, Indonesia dituntut untuk meningkatkan daya saing dari semua aspek. Karena dengan meningkatkan daya saing ini, Indonesia dapat mengungguli negara-negara lain yang juga sedang berproses meningkatkan daya saing.

Tidak bisa kita abaikan bahwa Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) kini sudah mulai bergulir menuju tatanan implementasi tepatnya diakhir 2015 nanti. Oleh karena itu, Indonesia untuk dapat bertahan terhadap perubahan lingkungan dari dalam maupun luar negeri, Indonesia harus melakukan adaptasi. Adaptasi dapat dilakukan dari berbagai aspek salah satunya adalah aspek komunikasi.

Pasar bebas dengan kerangka Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), bukanlah sesuatu yang perlu ditakutkan, Indonesia hanya perlu penyesuaian saja, karena adanya MEA bukan berarti akan terjadi perubahan besar-besaran. Yang paling penting adalah bagaimana meningkatkan Sumber Daya Manusia berbagai profesi dengan standarisasi kompetensi yang mumpuni dan jelas, sehingga perlu dipersiapkan kesesuaian kompetensi yang dibutuhkan oleh negara-negara ASEAN sesuai keahlian tenaga kerja termasuk keahlian profesi komunikasi pada bidang pariwisata.

VI. AKHIR KATA PIDATO ORASI ILMIAH

Hadirin yang saya hormati,

Akhirnya, pada kesempatan yang terhormat dan berbahagia ini, perkenankanlah saya mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak terkait yang telah percaya dan memberikan kesempatan kepada saya dengan dasar kerjasama yang baik, partisipasi aktif, sehingga orasi ilmiah dapat dilaksanakan dengan lancar.

Wabillahi Taufiq Wal Hidayah
Wassalamu'alaikum Wr. Wb
Salam sejahtera bagi kita semua

Bandung, 22 Januari 2015

Dr. Harliantara, Drs., M.Si.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagyono, 2005, *Pariwisata dan Perhotelan*, Bandung, Alfabeta.
- Direktorat Kerjasama ASEAN, 2009, *ASEAN Economic Community Blueprint*, Departemen Luar Negeri RI.
- Hitchcock, M. King, VT, Parnwell, M., 2010, *Heritage Tourism In Southeast Asia*, Denmark, Nias Press.
- Hughes, T.P., 2004, *Human Bild World: How To Think About Technology and Culture*, Chicago, The University Of Chicago Press.
- Marpaung, Happy, 2002, *Pengetahuan Kepariwisata*, Bandung, Alfabeta.
- Pitana. I.G. Gayatri, 2004, *Sosiologi Pariwisata*, Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Undang-Undang No. 25 Tahun 2000 tentang Program Perencanaan Nasional Pariwisata
- Wardiyanto, 2011, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, Lubuk Agung, Bandung.

RIWAYAT HIDUP



I. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Dr. Harliantara, Drs., M.Si.
Tempat & Tanggal Lahir : Bandung, 28 Desember 1963
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Status Perkawinan : Kawin
Alamat : Jl. Buana Sari VI No.7, Bandung
Mobile Phone : 081330799996
E-mail : harliantara@gmail.com
Website : harliantara.blogspot.com
Radio Streaming : harleyradioshow.blogspot.com

II. PENDIDIKAN

1. SD Negeri I Pelabuhan Ratu (Kab. Sukabumi, 1975)
2. SMP Negeri 21 (Bandung, 1979)
3. SMA Negeri 8 (Bandung, 1982)
4. Sarjana Filsafat Dan Sosiologi Pendidikan IKIP (Bandung, 1989)
5. Diploma Managerial Principles, Stamford College (Singapore, 1991)
6. Magister Ilmu Komunikasi Universitas Dr. Soetomo (Surabaya, 2003)
7. Doktor Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran (Bandung, 2014)

III. KURSUS-KURSUS / WORKSHOP

1. English For Foreigners Intermeadiate Level, Livale Training Centre (Singapore, 1991)
2. Effective Customer Relations Course, YMCA(Singapore, 1991)
3. Values Based Leadership And Network, The Jakarta Consulting Group-Management Forum (Surabaya, 1995)
4. Pelatihan Radio Talkshow (PRSSNI-Friedrich-nauman-Stiftung-Goethe Institut (Bandung, 1996)
5. Total Quality Management,Midas Institutes Form Management Development & Networking (Surabaya, 1996)

6. Muti Cultural Issues, BBC – World Service Training Trust (Surabaya, 1996)
7. Broadcast Journalist Workshop, BBC – World Service Training Trust (Surabaya, 1999)
8. Workshop Manajemen Kelas Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi , UK Petra (Surabaya, 2004)
9. Finance For Non Finance Executive, JDPI- Jaringan Delta Female Indonesia (Jakarta, 2005)
10. Media Analysis : New Trends In Indonesia, UK Petra – One Day Workshop (Surabaya, 2006)
11. Metode Penelitian Komunikasi, UK Petra – Lokakarya (Surabaya, 2007)
12. FGD Communication Studies Now and Future , Telkom University (Bandung, 2013)
13. Lokakarya - Metodologi Penelitian Komunikasi, Telkom University (Bandung, 2013)

IV. RIWAYAT PEKERJAAN – JABATAN

1. Announcer, Scriptwriter, Producer, Production, Fans Club Coordinator, Off Air Division (Radio OZ Bandung, 1085-1989)
2. Lounge Manager, Bogor Permai Lounge (Bogor, 1990)
3. Announcer, Scriptwriter, Producer, Reporter (Radio Trijaya FM Jakarta, 1992)
4. Station Manager SCFM (Surabaya, 1993-1998)
5. Station Manager EBS FM (Surabaya, 1998-2000)
6. Radio Consultant: Classy FM Padang, Sangkakala AM Surabaya , Camar FM Surabaya (2001)
7. Program Manager JTV (Surabaya, 2002)
8. Radio Consultant, Mandiri FM Pekanbaru, Giga FM Sidoarjo (2002)
9. Radio Trainer Bethany FM (Surabaya, 2004)
10. General Manager Delta FM (Surabaya, 2001-2005)
11. Director Spacetoon TV (Surabaya, 2005)
12. Radio Consultant: Suara Kupang, NTT (Kupang, 2005)
13. Strategic Planer Gigantara Radio Group (Surabaya, 2006)
14. Unit Leader MRA, Hardrock FM dan I-Radio (Bandung, 2008-2012)
15. Direktur Utama New Shinta FM (Bandung, 2012-2014)
16. Media Consultant BCS Radio (Bandung , 2014)

V. PENGALAMAN ORGANISASI

1. Ketua Pengurus Daerah Himpunan Praktisi Penyiaran Radio Indonesia Jawa Timur (PD HPPI JAWA TIMUR) – (Surabaya, 1999-2003)
2. Biro Pengembangan SDM, PD PRSSNI JATIM (Surabaya, 2002-2005)
3. Presiden Forum Diskusi Radio (FDR) Indonesia (2007 – Sekarang)
4. Dewan Pengawas PRSSNI Cabang Bandung (2009-2011)

VI. PRESTASI

1. Penerima Beasiswa PT. Djarum Perwakilan Bandung (1987-1988)
2. Anugrah Prestasi Insan Radio Siaran dari Pengurus Pusat (PRSSNI) Jakarta : Sebagai Pemenang Lomba Manajer Program Terbaik Kategori Pasar Kota Besar (1995)
3. Mengantarkan Radio SCFM Surabaya memperoleh "Piala Widya Kencana" (Stasiun Radio Terbaik Kategori Kota Besar Tingkat Nasional) (1995)
4. Participant of International Visitor Program :Broadcasting Management Program in USA : Washington DC., New York, Atlanta , Kansas City, Columbia Missouri , New Orleans , Phoenix , Berkeley,San Francisco (1997)
5. Participant of International Broadcasters Conference, "Child Survival" VOA, Washington DC. USA (1998)
6. The Best Facilitator of John Robert Powers Surabaya (2007)
7. The Best Paper of 1 st International Seminar & Conference On Learning Organization , Corporate University to Improve Organizational (2013)

VII. PENGALAMAN MENGAJAR / PEMATERI

1. Communication Skills Facilitator John Robert Powers Indonesia (1995- Kini)
2. Dosen Luar Biasa, Ilmu Komunikasi, UK Petra Surabaya (2004-2007)
3. Dosen Luar Biasa, Magister Ilmu Komunikasi, Pascasarjana, Universitas Dr. Soetomo Surabaya (2007- Kini)
4. Dosen Luar Biasa, D3 – Penyiaran FIKOM UNPAD Bandung (2008 – Kini)
5. Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Telkom University Bandung (2013 – Kini)