



LEMBAGA STUDI PARIWISATA INDONESIA
INSTITUTE FOR INDONESIA TOURISM STUDIES

CARA MUDAH
PENULISAN PARIWISATA
(Travel & Tourism Writing Made Simple)

Oleh: H. Kodhyat, SH



Direktorat
Kebudayaan

DEPARTEMEN KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA R.I.

2007

370.19 KOD L

BUKU INI TIDAK UNTUK DIPERJUALBELIKAN

370.19
KOD
L

CARA MUDAH PENULISAN PARIWISATA

(Travel & Tourism Writing Made Simple)



Oleh: H. Kodhyat, SH
Lembaga Studi Pariwisata Indonesia



Motto:

*Tourism for
Peace, Prosperity
and
Sustainability.*

SAMBUTAN

Media massa, khususnya media cetak, mempunyai peranan yang sangat besar dalam pengembangan pariwisata.

Pertama-tama untuk memperkenalkan khazanah pesona Pariwisata Indonesia yang sangat beragam. Dan, kedua, untuk mendukung upaya-upaya pengembangan Pariwisata

Indonesia melalui kajian- kajian analisis berbagai permasalahan secara kritis konstruktif.

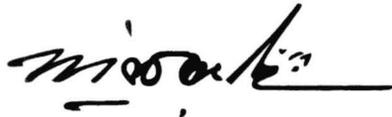
Sayangnya, negara yang penuh pesona dan sarat potensi pariwisata ini belum banyak memiliki penulis-penulis pariwisata yang handal.

Banyak orang yang ingin bisa menulis. Namun dua permasalahan yang sering mengganjal mereka adalah tidak tahu menulis apa dan bagaimana caranya menulis.

Sebagai seseorang yang sejak tahun 1967 menjadi wartawan, penulis dan pemerhati Pariwisata, H. Kodhyat SH melalui buku “ Cara Mudah Penulisan Pariwisata ” ini, paling tidak bisa dinilai cukup “qualified” untuk membagi pengalamannya selama ini kepada anda yang berminat untuk mengikuti jejaknya. Semoga buku sederhana ini dapat bermanfaat dalam mencetak penulis-penulis pariwisata yang handal di Indonesia.

Jakarta, 17 Agustus 2007.

Sekretaris Jenderal
Departemen Kebudayaan dan Pariwisata



Dr. Sapta Nirwandar,

PENGANTAR

Banyak orang ingin bisa menulis, tetapi tidak tahu caranya. Buku “*Cara Mudah Penulisan Pariwisata*” ini disusun untuk memenuhi kebutuhan itu.

Disebut “*Cara Mudah* “ karena membuat tulisan atau karangan itu memang mudah ..., kalau tahu caranya. Dan *caranya* itulah yang akan diungkapkan dalam buku ini.

Banyak orang mengira, untuk dapat menulis atau membuat karangan diperlukan *bakat*. Mereka keliru !

Bakat memang dapat membantu, tetapi bukan merupakan prasyarat yang bersifat mutlak. Kalau *bakat* merupakan prasyarat mutlak untuk dapat membuat karangan, di dunia ini hanya akan ada beberapa gelintir penulis saja, toko-toko buku dan perpustakaan-perpustakaan akan kosong melompong, percetakan dan penerbitan akan gulung tikar.

Menulis, membuat tulisan atau mengarang adalah suatu proses yang memerlukan latihan. Lihat saja anak yang sedang belajar menulis. Untuk dapat membuat huruf *a*, *b*, *c* ... dan seterusnya perlu latihan. Begitu juga menyusun kata, kalimat dan tulisan atau karangan merupakan suatu proses dan perlu latihan, perlu mengetahui teknis penulisan, bukan *bakat*. Maka setiap orang yang bisa menulis – setiap orang yang bisa membuat huruf, menyusun kata dan kalimat – pasti bisa membuat tulisan atau karangan asal tahu caranya dan mau berlatih.

Lalu, mengapa buku ini dikhususnya pada penulisan *pariwisata*?

Setelah lebih dari 30 tahun menjadi wartawan, penulis dan pemerhati pariwisata, saya menyadari dan merasakan bahwa *pariwisata* adalah suatu *subyek* yang sangat menarik. Mengapa ? Mengapa tidak ?

Pertama-tama, menulis tentang pariwisata kita bisa menulis tentang segala sesuatu yang indah-indah, tentang segala sesuatu yang bagus-bagus: tentang pemandangan yang mempesona, tentang air terjun dengan airnya yang sejernih kristal, tentang candi, tentang istana,

dan tentang seribu satu subyek yang serba indah dan serba bagus. Ke dua, karena sifat pariwisata yang multi kompleks, multi dimensional, multi stake-holders dan lintas sektoral sehingga pariwisata menjadi subyek yang sangat menarik dan dapat membangkitkan rasa ingin tahu tentang soal-soal lain: soal ekonomi, sosial, budaya, politik, dan sektor-sektor lain pada tataran global, regional, nasional mau pun lokal, karena semua itu ada kaitannya dengan pariwisata.

Ke tiga, dengan menjadi penulis pariwisata Anda dapat membagi itu semua kepada khalayak umum sehingga mereka pun dapat ikut menikmati segala keindahan, segala yang bagus-bagus, dan ikut membangkitkan rasa ingin tahu mereka pada soal-soal lain seperti halnya dengan Anda. Dan sehubungan dengan itu, menjadi penulis pariwisata akan dapat *membuka dan memperluas wawasan* sehingga dapat membuat hidup Anda dan para pembaca tulisan-tulisan Anda lebih “kaya”.

Sayangnya Indonesia memiliki sedikit sekali penulis-penulis pariwisata. Pada hal “*lahan*” penulisan tentang soal-soal kepariwisataan luas sekali seperti yang akan Anda lihat nanti; baik berupa *khazanah kepariwisataan* atau *obyek dan daya tarik pariwisata* mau pun berupa berbagai *permasalahan kepariwisataan* dan soal-soal lain yang berkaitan dengan kepariwisataan seperti yang telah disinggung tadi.

Yang tidak kalah pentingnya adalah, dengan menjadi penulis pariwisata, paling tidak Anda sedikit banyak dapat memperoleh penghasilan tambahan dari honor yang Anda terima dari media yang memuat tulisan Anda. Meski pun honor yang Anda terima sebagai penulis pariwisata mungkin relatif tidak besar, tetapi – paling tidak – Anda akan merasa puas dan bangga melihat nama Anda tercantum di bawah judul tulisan yang Anda buat, apa lagi jika mendengar orang berkata: “*Oh... Andakah orang yang sering menulis tentang pariwisata itu ?*”

Jakarta, 15 Mei 2007.



H. Kodhyat.

DAFTAR ISI

	halaman
Pengantar	i
Daftar isi	iii
Pendahuluan	1
Bab I Tulisan	4
Bab II Pariwisata	14
Bab III Industri Pariwisata	24
Bab IV Penulisan	39
Bab V Teknik Penulisan (“Writing Technique”)	52
Bab VI Tulisan tentang Pariwisata	64
Bab VII Penulisan Wisata (“Travel Writing”)	73
Bab VIII Penulisan Pariwisata (“Tourism Writing”)	85
Bab IX Catatan Akhir	100
Daftar Pustaka	103
Biodata H. Kodhyat, SH	104



PENDAHULUAN

Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia yang membentang 5000 kilometer di sepanjang khatulistiwa, Indonesia memiliki *pesona pariwisata* – baik *alam* mau pun *budaya* — yang sangat beragam. Sayangnya keragaman pesona wisata itu kurang sekali *diekspose* atau ditampilkan ke khalayak umum sehingga sedikit sekali yang mengetahuinya dan dapat menikmatinya.

Yang banyak “*memanfaatkan*” khazanah pesona pariwisata Indonesia itu justru orang-orang asing dengan menulis artikel-artikel dan buku-buku tentang kekayaan pesona alam dan budaya kita. Contohnya adalah *Bill Dalton* yang menulis buku berjudul “*Indonesia Handbook*”, penerbit *Lonely Planet* yang menerbitkan buku berjudul “*Indonesia*”, *Periplus Publication* dengan buku “*Insight Indonesia*” yang mereka terbitkan, dan masih banyak lagi.

Banyaknya buku-buku tentang pesona wisata Indonesia yang ditulis dan diterbitkan oleh pihak asing membuktikan bahwa khazanah pesona pariwisata Indonesia memiliki daya tarik kelas dunia yang diperkuat lagi dengan ditayangkannya berbagai aspek pesona wisata Indonesia oleh *Discovery Channel*, *National Geography* dan saluran-saluran televisi asing lainnya. Beberapa saluran televisi Indonesia kini juga sudah mulai menampilkan berbagai pesona wisata Indonesia di layar kaca seperti, misalnya *Metro TV*, *RCTI*, *SCTV*, *Indosiar* dan lain sebagainya.

Namun, apakah dengan penayangan kekayaan obyek dan daya tarik pariwisata Indonesia itu, penulisan dan tulisan-tulisan pariwisata di media cetak masih diperlukan? Apakah penampilan khazanah pesona pariwisata Indonesia melalui media cetak mampu bersaing dengan penayangannya melalui media audio visual?

Televisi bukan merupakan ancaman bagi media cetak. Kalau media televisi merupakan ancaman bagi media cetak, maka semua koran atau majalah sudah gulung tikar. Kenyataannya, hingga sekarang media cetak tetap “survive”, bahkan makin banyak jenis ragamnya. Begitu juga di bidang pariwisata. Penampilan para presenter pesona wisata di televisi bukan saingan bagi para penulis pariwisata.

Tayangan khazanah pesona pariwisata Indonesia di layar kaca justru merupakan semacam “*hidangan pembuka selera*” (“*appetizer*”) yang dapat merangsang para pemirsa untuk melakukan perjalanan atau kegiatan wisata, baik ke tempat-tempat yang mereka lihat di layar kaca mau pun ketempat-tempat lain di seluruh tanah air yang tidak ditayangkan namun tidak kalah indahnya. Anda, sebagai penulis pariwisata, dapat memberikan informasi-informasi oraktis dan rinci tentang tempat-tempat itu kepada khalayak pembaca; informasi-informasi tentang apa yang bisa dilihat, tentang bagaimana pergi ke tempat itu, tentang menginap dan makan di mana dan seribu satu informasi lainnya yang tidak dapat ditayangkan di televisi. Dan berbeda dengan tayangan di televisi, informasi-informasi yang Anda tulis itu dapat mereka simpan untuk dibaca lagi jika mereka memerlukannya.

Sayangnya, seperti yang telah disinggung dalam *Pengantar* dan pada awal Bab *Pendahuluan* di atas, bahwa Indonesia memiliki sedikit sekali penulis-penulis pariwisata yang mengekspose atau menampilkan khazanah pesona pariwisata Indonesia, khazanah pesona pariwisata dari negeri “*untaian zamrud di khatuliswa*” ini kepada khalayak luas agar mereka dapat menikmati dan memetik manfaat secara positif dari kekayaan yang kita miliki itu.

Pokok bahasan.

Sesuai judulnya, buku “*Carā Mudah Penulisan Pariwisata*” ini terdiri dari dua pokok bahasan, yaitu tentang *teknis menulis* dan tentang *pariwisata*. Kedua pokok bahasan itu – *teknik menulis* dan

pariwisata – dibahas dalam bab-bab buku ini, baik secara terpisah mau pun bersamaan dalam satu bab. Meski pun dipergunakan berbagai referensi literatur dan bahan-bahan pelatihan penulisan pariwisata yang pernah diselenggarakan oleh *Lembaga Studi Pariwisata Indonesia (LSPI)* bekerjasama dengan *Departemen Kebudayaan dan Pariwisata* awal tahun 2005, struktur dan sebagian besar isi buku "*Cara Mudah Penulisan Pariwisata*" ini disusun oleh penulis sehingga sepenuhnya menjadi tanggungjawab penulis pula. Namun demikian, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas dukungan *Departemen Kebudayaan dan Pariwisata* yang memungkinkan buku ini diterbitkan.

BAB

I

TULISAN

"Alfabet (abjad) yang kita pakai terdiri dari hanya 26 huruf. Tapi kalau kita bisa merangkainya dalam kata-kata dan kalimat-kalimat yang menyentuh kalbu, maka ke 26 huruf itu bisa membuat orang yang membacanya ketawa, menangis, marah, terharu, bahagia ...," (NN).

"*Merangkai huruf menjadi kata dan kalimat ...*" seperti yang diungkapkan oleh orang bijak yang "*anonim*" (NN) di atas disebut "*menulis*". Dan "*rangkaian huruf, kata dan kalimat*" itu disebut "*tulisan*" atau "*karangan*". *Tulisan* atau *karangan* yang baik dapat menimbulkan berbagai reaksi dan gejala dalam diri orang yang membacanya seperti yang dikemukakan di atas.

Buku berjudul *Cara Mudah Penulisan Pariwisata*" ini, seperti yang telah disinggung dalam kata *Pengantar*, dimaksudkan dan bertujuan untuk mengungkapkan bagaimana caranya *membuat tulisan* yang baik, khususnya *membuat tulisan* tentang soal-soal pariwisata atau *penulisan pariwisata*. Namun sebelum membicarakan soal "*pariwisata*" dan soal "*penulisan pariwisata*" marilah kita terlebih dahulu telaah apa itu yang disebut "*tulisan*".

Tulisan.

Kamus Besar Bahasa Indonesia, terbitan Balai Pustaka bersama Departemen Pendidikan dan Kebudayaan cetakan ke dua tahun 1989, mendefinisikan "*tulisan*" sebagai:

1. Hasil menulis, barang apa yang ditulis, cara menulis;
2. Karangan (di majalah, surat kabar, dsb. atau berupa cerita, dongeng, dsb.); buku-buku (karya tulis, dsb.).

Definisi tentang arti “tulisan” atau “karangan” yang diungkapkan dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* tersebut di atas mungkin lebih mudah dimengerti jika dirumuskan sebagai berikut.

“Tulisan” adalah hasil kegiatan menulis dan mempunyai arti ganda, yaitu:

1. berupa “rangkaian dan kumpulan huruf-huruf dan angka-angka” saja,
2. berupa “rangkaian dan pengelompokan huruf-huruf (dan angka-angka) yang mengandung makna, arti atau pengertian bagi yang membacanya.”

Yang pertama disebut “tulisan” (saja), sedangkan yang ke dua disebut “karangan” atau sering disebut juga “karya tulis”

Supaya jelas, diberikan contoh sebagai berikut.

“Aerpikl blmgr 721 hkfjk...” adalah “tulisan” dalam artian pertama karena, walau pun merupakan rangkaian dan kumpulan huruf dan angka, tulisan tersebut *tidak* mengandung makna, arti atau pengertian bagi yang membacanya. Dengan kata lain, bukan merupakan atau tidak bisa diartikan sebagai “karangan” atau “karya tulis”, seperti yang dikemukakan sebagai “tulisan” dalam artian ke dua.

Lain halnya dengan tulisan berikut ini: “Gadis yang sedang termenung itu adalah anak dari wanita berkebayu biru yang duduk di belakang meja nomor 14 di sana.” Rangkaian dan kelompok huruf-huruf dan angka itu mengandung makna, arti atau pengertian bagi yang membacanya sehingga dapat dikategorikan sebagai “karangan”, yaitu “tulisan” dalam artian ke dua.

Tulisan yang terdapat atau dimuat dalam majalah dan/atau surat kabar merupakan “*karya tulis*” yang disebut “*karangan*” atau “*artikel*”. “*Tulisan*” yang terdapat dalam buku merupakan “*karangan*” juga, tetapi biasa disebut “*karya tulis*”. Dengan kata lain, “*karya tulis*” dan “*karangan*” mempunyai arti yang sama.

Menulis.

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* kata “*menulis*” diartikan sebagai:

1. *membuat huruf, angka, dsb,*
2. *melahirkan pikiran atau perasaan seperti mengarang, membuat surat dsb.¹*

Dengan kata lain, “*menulis*” dapat diartikan sebagai suatu “*proses membuat tulisan*” atau “*proses pembuatan tulisan*”, sedangkan “*mengarang*” dapat diartikan sebagai suatu “*proses membuat tulisan yang bermakna, yang mengandung arti dan/atau yang mengandung pengertian”.*

“Makna, arti dan pengertian” itu sendiri bisa berupa keterangan atau informasi, bisa berupa *buah pikiran* atau *gagasan*. Sebagai akibat dari adanya keterangan atau informasi, maka:

- a. *orang yang tadinya tidak tahu* menjadi “*tahu*”, “*mempunyai pengetahuan*” atau “*berpengetahuan*”,
- b. *orang yang tadinya tidak mempunyai pendapat* menjadi *punya pendapat* atau *opini* atau *berpendapat* atau *beropini*,
- c. *orang yang tadinya tidak mempunyai ide atau gagasan* menjadi *punya ide atau gagasan*,

1. Bahasa Inggris mengenal istilah “*writing*” — baik sebagai kata benda mau pun sebagai kata kerja — yang dalam bahasa Indonesia bisa berarti “*tulisan*” mau pun “*membuat tulisan*” atau “*menulis*”.

sehingga bisa terdorong untuk melakukan tindakan atau perbuatan yang sejalan atau selaras dengan pengetahuan, pendapat atau opini, ide dan gagasan yang terbentuk pada dirinya itu.

Seseorang yang diberi keterangan atau informasi bahwa *pada awal bulan Februari di Kebun Raya Bogor sebuah bunga raksasa yang disebut “Bunga Bangkai” akan mekar*, misalnya, akan mempunyai keinginan dan terdorong pergi ke Kebun Raya Bogor untuk melihat bunga tersebut.

Mengapa ?

Karena keterangan atau informasi tersebut telah membuat orang itu menjadi *tahu* bahwa pada awal bulan Februari di Kebun Raya Bogor sebuah bunga raksasa yang disebut “*Bunga Bangkai*” akan mekar. Pengetahuan itu menimbulkan keinginan atau gagasan untuk pergi ke Kebun Raya Bogor dengan tujuan untuk melihat bunga raksasa itu. Dan keinginan atau gagasan itu dapat berakibat atau mengakibatkan orang yang bersangkutan melakukan perbuatan atau tindakan yang sesuai dengan keinginan atau gagasannya itu tadi, yaitu pergi ke Kebun Raya Bogor untuk melihat bunga bangkai tersebut.

Penyampaian keterangan.

Keterangan atau informasi dapat disampaikan dengan berbagai cara:

- a. lisan (verbal), bicara atau omongan,*
- b. dengan isyarat atau gerak-gerik,*
- c. dengan gambar seperti lukisan, sketsa, karikatur, foto, video dan sebagainya,*
- d. dengan tulisan, karangan atau karya tulis .*

Keterangan atau informasi yang disampaikan secara *lisan* atau dengan *isyarat* tidak menimbulkan *bekas visual* atau *bekas* yang

dapat dilihat. Artinya, isi keterangan atau informasi tersebut langsung sirna, hilang dan lenyap begitu *kata-kata* itu selesai diucapkan atau *isyarat* tersebut selesai dilakukan dan, karena itu, mungkin bisa terlupakan karena waktu. Tidaklah demikian dengan keterangan atau informasi yang disampaikan secara tertulis, dengan gambar atau foto tidak akan hilang lenyap begitu informasi itu selesai ditulis, digambar atau dipotret. Dengan kata lain, informasi yang disampaikan secara tertulis, dengan gambar atau foto bersifat relatif lebih permanen.

Keterangan atau informasi yang disampaikan dengan aksara (juga angka) dan disebut "*karya tulis*", "*tulisan*" atau "*karangan*" itu dapat dilengkapi dengan *illustrasi* berupa *gambar* yang dibuat dengan tangan – seperti *sketsa* atau *karikatur* – dan *foto-foto*. Pemuatan *illustrasi* berupa *gambar* dan/atau *foto* dimaksudkan agar tulisan atau karangan itu dapat menjadi *lebih menarik* dan/atau membuat apa yang diterangkan atau diinformasikan *dapat divisualisasikan lebih efektif, lebih nyata, dan lebih jelas*.

Menggambarkan keindahan komunitas terumbu karang dengan kata-kata: "...*terumbu karang yang warna-warni itu indah sekali ...*" tidak seefektif jika divisualisasikan dengan atau melalui foto sehingga para pembaca dapat melihat keindahan komunitas terumbu karang itu dengan lebih nyata. Di bidang *jurnalisme* dikenal *pemeo* yang menyatakan bahwa "...*sebuah foto lebih berbicara lebih banyak dari seribu kata.*"

Mencatat.

"*Menulis*" tidak sama dengan "*mencatat*", meski pun sama-sama menggunakan media *tulisan*.

Seperti yang telah disinggung di atas, "*menulis*" bertujuan untuk "... *menyampaikan keterangan atau informasi, pikiran, gagasan, perasaan, membentuk sikap atau opini pada orang lain.*" Sedangkan "*mencatat*" atau "*membuat catatan*" pada hakekatnya adalah *merekam secara tertulis sesuatu peristiwa, fakta atau pikiran*

untuk di-“conserved”, “diawetkan” supaya dapat “direproduksi”, ditampilkan kembali, dibaca atau dilihat lagi jika diperlukan.

Seseorang yang ingin membuat *karangan* tentang menara *Eiffel* yang dikunjunginya sewaktu berwisata ke Paris, Perancis, misalnya, membuat *catatan-catatan* atau “*notasi*” yang dirasakan perlu tentang menara tersebut: *tinggi menara, berapa beratnya, siapa yang membangunnya, kapan didirikannya* dan lain sebagainya. Tujuan pembuatan catatan itu adalah supaya tidak lupa tentang fakta-fakta itu sewaktu di kemudian hari ia membuat *karangan* tentang menara *Eiffel*.

Tulisan yang ditunjang dengan fakta-fakta akan jauh lebih menarik dibandingkan dengan tulisan yang hanya memberikan gambaran umum. Bandingkan dua tulisan tentang menara *Eiffel* berikut ini.

Tulisan I:

“Pada mulanya, kehadiran Menara Eiffel dikritik habis, bahkan ditentang penduduk Paris karena dianggap “merusak” keindahan “kota budaya” tersebut. Betapa tidak ? Di tengah-tengah bangunan-bangunan dengan berbagai gaya arsitektur kuno menjulang sebuah menara berkerangka besi **yang tinggi sekali**. Namun kini menara berkerangka besi itu menjadi simbol dan “landmark” kota Paris, bahkan menjadi kebanggaan penduduknya. Menara Eiffel yang terbuat dari **ribuan** potongan besi dan beratnya berton-ton itu **didirikan beberapa ratus** tahun yang lalu oleh **seorang Perancis...**”

Tulisan II:

"Pada mulanya, kehadiran Menara Eiffel dikritik habis, bahkan ditentang, penduduk Paris karena dianggap "merusak" keindahan "kota budaya" tersebut. Betapa tidak ? Di tengah-tengah bangunan-bangunan dengan berbagai gaya arsitektur kuno menjulang sebuah menara berkerangka besi setinggi **320 meter**. Namun kini menara berkerangka besi itu menjadi simbol dan "landmark" kota Paris, bahkan menjadi kebanggaan penduduknya. Menara Eiffel yang terbuat dari **15.000 potongan besi** dan beratnya **7000 ton** itu **didirikan pada tahun 1889 dalam rangka penyelenggaraan World Fair (Expo) untuk memperingati 100 tahun Revolusi Perancis**. Pendirinya adalah **Gustave Eiffel** yang juga menyumbang patung (Statue of) Liberty di New York, Amerika Serikat ..."

Dengan dicantulkannya fakta-fakta kongkrit di atas – *berupa angka-angka tentang tinggi menara, jumlah potongan besi, berat menara, tahun pembangunan, nama orang yang membangunnya, dan lain sebagainya* – membuat tulisan tentang menara Eiffel itu menjadi lebih menarik dan lebih berkualitas.

Demikian juga dengan apa yang disebut "*catatan harian*" pada hakekatnya merupakan rekaman tentang peristiwa-peristiwa, perasaan-perasaan, pikiran-pikiran, perbuatan-perbuatan dan lain sebagainya yang di alami, dirasakan, dipikirkan atau dilakukan seseorang untuk dibaca kembali di kemudian hari.

Walau pun pada hakekatnya merupakan *rekaman* tentang sesuatu peristiwa, fakta, perasaan atau pikiran untuk '*diawetkan*' supaya dapat *direproduksi* atau *dibaca* lagi, kata "*catatan*" dapat juga dan sering dipakai untuk *judul tulisan atau karangan berseri*

(*serial*) atau *tulisan bersambung* di media cetak; misalnya “*Catatan Perjalanan seorang Tuna Netra ke Mount Everest*” dapat dijadikan judul umum dari tulisan tentang kisah perjalanan yang dilakukan seseorang tuna netra yang melakukan pendakian ke gunung yang tertinggi di dunia.

Macam-macam tulisan.

Dunia sastra mengenal bermacam-macam jenis dan bentuk tulisan: *puisi, prosa, karangan fiksi, karangan non-fiksi, esai (essey), fitur (feature), analisis, laporan (report), berita (news), tulisan ilmiah atau akademik, karangan atau tulisan populer, dan lain sebagainya.*

Kita tidak akan membahas secara mendalam masing-masing jenis tulisan tersebut di atas, namun cukuplah kiranya jika dikatakan secara sekilas bahwa “*puisi*” adalah *ragam sastra yang bahasanya terikat oleh irama seperti sajak*, sedangkan “*prosa*” adalah *karangan bebas, artinya tidak terikat oleh ikatan-ikatan ritmis seperti halnya pada puisi.*

Karangan atau tulisan fiksi adalah tulisan yang bersifat *khayalan* seperti *dongeng, novel, roman* dan lain sebagainya, sedangkan *karangan atau tulisan non-fiksi* adalah tulisan yang *tidak bersifat khayalan* tentang peristiwa, kejadian atau hal-hal yang merupakan *fakta* atau *nyata*; termasuk di dalamnya tulisan tentang riwayat hidup atau *biografi* seseorang dan tulisan tentang pariwisata.

Esai (essay) adalah *karangan prosa yang membahas suatu masalah secara sepinpas lalu dari sudut pandang pribadi penulisnya.* Sedangkan *fitur* atau *feature* adalah tulisan non-fiksi pendek – sekitar lima atau enam halaman, mungkin juga lebih — yang *menonjolkan pokok permasalahan atau persoalan tertentu*, misalnya tulisan tentang masalah sampah, kesehatan, tentang pemanasan bumi, dan lain sebagainya, termasuk tentang pariwisata.

Karangan yang bersifat analisis adalah tulisan yang *menelaah dan/atau mengkaji suatu masalah tertentu secara sistemik untuk*

memperoleh pengertian yang tepat dan lebih mendalam tentang permasalahan tersebut sehingga permasalahan benar-benar dapat dipahami.

Laporan adalah sebuah tulisan singkat bersifat pemberitahuan tentang suatu masalah tertentu yang ditujukan kepada “*atasan*” untuk diketahui. Misalnya seorang polisi yang menyelidiki suatu kasus kejahatan membuat *laporan* tentang hasil penyidikannya kepada komandannya untuk diketahui. Namun demikian, istilah “*laporan*” dapat juga dipergunakan sebagai judul umum suatu tulisan kepariwisataan atau tentang peristiwa tertentu seperti, misalnya, “*Laporan dari Bengkulu:...*”. Sedangkan “*berita*” atau “*news*” adalah laporan tentang sesuatu peristiwa yang baru terjadi dan disusun menurut fakta kejadiannya.

Tulisan atau karangan tentang pariwisata untuk media massa cetak pada umumnya bersifat *populer* dalam bentuk *fitur* mau pun *analisis*. Meski pun bersifat *populer*, namun tidak mengurangi kadar ilmiah atau akademiknya.

Sidang pembaca.

Setiap jenis tulisan mempunyai “*sidang pembaca-nya*” (“*audience*”-nya) dan media-nya sendiri-sendiri terlepas apakah tulisan itu bersifat populer berbentuk artikel, berupa fitur atau analisis.

Sidang pembaca dari tulisan atau karangan ilmiah atau akademik pada umumnya adalah mereka yang secara khusus mempunyai *minat* profesional tentang substansi tulisan tersebut, biasanya ilmuwan atau akademisi. Misalnya tulisan tentang soal-soal *kedokteran dan kesehatan, ekonomi, lingkungan, olah raga, teknologi, otomotif, golf, pariwisata* dan lain sebagainya. Sedangkan karangan yang ditulis dalam gaya bahasa populer mempunyai lingkup pembaca yang lebih luas; bisa orang awam mau pun, kaum profesional, ilmuwan atau akedemisi.

Tulisan atau karangan ilmiah tentang jenis-jenis ilmu tertentu biasanya dimuat dalam *media ilmiah* yang disebut “*jurnal*” seperti *Jurnal Kedokteran*, *Jurnal Ekonomi*... dan lain sebagainya, termasuk media tentang *pariwisata*. Meski pun ada majalah-majalah khusus kepariwisataan walau pun tidak banyak – seperti, misalnya, majalah *Travel Club* dan *Tamasya* – tulisan-tulisan tentang pariwisata sering juga dimuat di majalah-majalah non pariwisata — seperti majalah *Eksekutif*, *Warta Ekonomi*, *Femina*, *Keluarga* kadang-kadang juga majalah *Tempo* — dan koran-koran umum seperti *Media Indonesia*, *Busines Indonesia*, *Jakarta Post*, *Kompas*, *Sinar Harapan*, *Suara Pembaharuan* dan lain sebagainya.

BAB

II

PARIWISATA

Dari *Bab I* Anda sedikit banyak telah mendapatkan gambaran umum tentang apa itu yang disebut "*tulisan*". Namun, sebelum membahas soal "*tulisan pariwisata*" dan "*penulisan pariwisata*" sebaiknya terlebih dahulu kita mengupas tentang "*apa itu pariwisata*".

Pertanyaan "...*apa itu pariwisata ?*" biasanya dijawab dengan sebuah definisi tentang pengertian "*pariwisata*". Tapi jawaban dengan cara itu seringkali kurang memuaskan karena tidak atau kurang memberi kejelasan tentang "*apa itu pariwisata*". Soalnya, para pakar pada umumnya tidak pernah menyepakati *satu rumusan definisi yang baku* tentang pengertian "*pariwisata*". Setiap pakar memberikan rumusan definisi yang berbeda-beda, sesuai dengan sudut pandang dan persepsi mereka sendiri-sendiri sehingga seringkali justru membingungkan masyarakat umum.

*Prof. Hunziker dan Krapf*¹, dua pakar pariwisata dari Swiss, misalnya, bersama-sama memberikan rumusan definisi tentang pengertian "*pariwisata*" yang diterjemahkan secara bebas sebagai berikut: *Pariwisata adalah keseluruhan fenomena dan hubungan-hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan dari mereka yang bukan penduduk setempat, tidak untuk tinggal menetap dan melakukan pekerjaan-pekerjaan dengan menghasilkan upah.*"

Dari rumusan tersebut tampak jelas bahwa *Hunziker dan Krapf* melihat *pariwisata* sebagai suatu *fenomena (gejala) sosial*

1. Burkart, A.J. and Medlik, S; *Tourism: Past, Present and Future*; Second Edition; Heinemann, London, 1981.

(masyarakat) dan interaksi (*hubungan-hubungan* atau *relationships*) yang ditimbulkan oleh salah satu bentuk aktivitas atau kegiatan manusia, yaitu kegiatan yang disebut “*perjalanan*” atau “*wisata*” dan “*persinggahan*” (“*temporary stay*”) manusia ke/di tempat-tempat yang bukan merupakan tempat tinggal atau *habitat*-nya.

Dua pakar lainnya, yaitu *Mathieson* dan *Wall*², bersama-sama memberikan definisi tentang pengertian “*pariwisata*” atau “*tourism*” sebagai “... *gerakan atau mobilitas (movement) manusia yang bersifat sementara ke tempat-tempat di luar tempat bekerja dan tempat tinggal mereka, kegiatan-kegiatan yang dilakukannya di tempat-tempat yang mereka kunjungi, dan fasilitas-fasilitas yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan mereka.*”

Rumusan itu menunjukkan bahwa kedua pakar tersebut – *Mathieson* dan *Wall* – melihat pariwisata sebagai bentuk aktivitas atau kegiatan manusia itu sendiri dan fasilitas-fasilitas yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan mereka (*wisatawan*).

*Jafar Jafari*³ melihat pariwisata dari sudut pandang lain lagi. Ia mendefinisikan pariwisata sebagai “...*suatu studi tentang manusia di luar habitatnya, tentang industri yang memenuhi kebutuhan-kebutuhannya, dan dampak-dampak yang ditimbulkan oleh manusia dan industri terhadap aspek-aspek sosial budaya, perekonomian dan lingkungan fisik dari kelompok masyarakat yang merupakan tuan rumah.*”

Kalau ke empat pakar sebelumnya – *Hunziker*, *Krapf*, *Mathieson* dan *Wall* – melihat pariwisata dari sudut pandang yang bersifat lebih *operasional*, rumusan *Jafar Jafari* lebih bersifat *akademik*, yaitu sebagai suatu *kajian* atau *studi* tentang (prilaku) manusia di luar tempat tinggalnya, dan seterusnya. Karena melihat pariwisata dari sudut pandang yang bersifat akademik maka rumusan

2 . *Mathieson*, *Alister* and *Geoffrey Wall*; *Tourism - Economic, Physical, and Social Impact*; Longman, London, 1982.

3 . *Jafari*, *Jafar*; *Annals of Tourism Research* V, 1977.

Jafar Jafari sangat diminati dan sering dipakai sebagai referensi oleh para akademisi.

Definisi formal.

Selain definisi dari para pakar seperti yang telah disinggung di atas, di *Indonesia* terdapat juga *definisi formal* tentang pengertian "*pariwisata*". Disebut "*definisi formal*" karena definisi itu secara resmi dirumuskan oleh Pemerintah.

Definisi formal itu dapat dijumpai dalam *Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan*, khususnya dalam *Pasal 1 (3)*, dan dalam buku "*Bahan Baku Penyuluhan Sadar Wisata*" yang diterbitkan oleh *Direktorat Jenderal Pariwisata, Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi* (kini Departemen Kebudayaan dan Pariwisata) menjelang akhir tahun 1989.

Undang-undang Nomor 9 tahun 1990 tentang Kepariwisataaan pasal 1 (3) menetapkan: "*Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.*" Sementara itu, buku "*Bahan Baku Penyuluhan Sadar Wisata*" memberikan rumusan definisi yang berbeda dengan menetapkan dua jenis batasan definisi mengenai pengertian "*pariwisata*":

1. *Batasan umum*, yaitu: "*Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus, dan melayani kebutuhan wisatawan.*"
2. *Batasan teknis*, yaitu: "*Pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri atau di negara lain dengan menggunakan kemudahan, jasa, dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah dan atau masyarakat, agar dapat diwujudkan keinginan wisatawan.*"

Buku "*Bahan Baku Penyuluhan Sadar Wisata*" itu diterbitkan oleh *Direktorat Jenderal Pariwisata, Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi*, sehingga batasan definisi tentang pengertian pariwisata yang dirumuskan dalam buku tersebut dapat dikatakan bersifat formal juga.

Rumusan definisi formal di atas mencerminkan pandangan Pemerintah yang melihat pariwisata sebagai semua *kegiatan* yang dilakukan oleh Pemerintah, dunia usaha mau pun masyarakat *untuk memfasilitasi kebutuhan wisatawan*.

Himpunan Organisasi Usaha Wisata Dunia (*International Union of Official Travel Organization* atau *IUOTO*) tidak memberikan rumusan definisi tentang pengertian "*pariwisata*", namun memberikan rumusan definisi tentang pengertian "*wisatawan*" atau "*tourist*" yang dibedakannya dari pengertian "*pelancong*" atau "*excursionist*" sebagai berikut:

Wisatawan (tourist) : "...*pengunjung sementara yang tinggal sekurang-kurangnya 24 jam di negara yang dikunjungi dengan maksud dan tujuan perjalanannya yang dapat digolongkan sebagai berikut:*

1. *pesiar (leisure)*, yaitu untuk keperluan liburan, kesehatan, studi, agama (ziarah), dan olah raga;
2. *non-pesiar (non-leisure)*, yaitu hubungan dagang (*business*), kunjungan keluarga/handai taulan, konperensi dan misi.

Pelancong (excursionist) : "... *pengunjung sementara yang tinggal di negara yang dikunjungi kurang dari 24 jam (termasuk yang datang dengan kapal pesiar)*.

Membaca bermacam-macam rumusan definisi tersebut di atas bisa membingungkan kita seperti yang telah disinggung tadi. Bagi seorang penulis pariwisata, yang lebih penting sebenarnya adalah *pemahaman* tentang *apa itu pariwisata*, bukan dapat menghafal masing-masing rumusan definisi tentang pengertian "*pariwisata*".

Meski pun demikian, rumusan definisi tentang pengertian “*pariwisata*” dari beberapa pakar tetap perlu diberikan. Selain memiliki semacam “*benang merah*” yang *menghubungkan* rumusan-rumusan mereka satu sama lain dan yang dapat *membawa kita kepada pemahaman* tentang apa itu “*pariwisata*”, rumusan-rumusan beberapa pakar nantinya juga akan *memperlihatkan berbagai aspek* dari pariwisata yang dapat dijadikan subyek tulisan pariwisata.

Definisi secara etimologis.

Rumusan yang paling sederhana tapi dapat *memberikan gambaran umum* yang komprehensif dan sangat jelas tentang pengertian “*pariwisata*” adalah definisi secara “*etimologis*”, yaitu rumusan definisi menurut *ilmu tentang asal mula kata*.

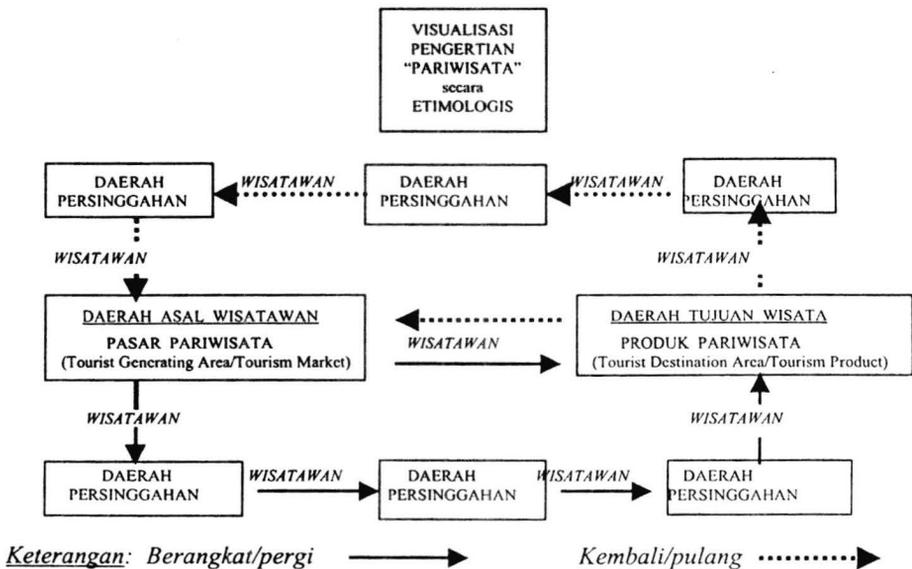
Secara *etimologis*⁴, kata “*pariwisata*” berasal dari bahasa *Sansekerta (Sanskrit)* dan terdiri dari dua suku kata, yaitu:

- “*pari*” yang berarti “*sempurna*” (ingat akan kata “*pari purna*”) atau “*lengkap*”,
- “*wisata*” yang berarti “*perjalanan*”.

Dengan demikian maka “*pariwisata*” berarti “*perjalanan yang sempurna*” atau “*perjalanan yang lengkap*”, yaitu “... *perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari daerah/tempat asalnya atau habitatnya (“Tourist Generating Area”) ke suatu atau beberapa daerah tujuan wisata (“Tourist Destination Areas”) – langsung, atau tidak langsung melalui beberapa tempat persinggahan — untuk kembali lagi ke tempat atau daerah asal mereka (“Tourist Generating Area”)*.” Rumusan definisi tentang pengertian pariwisata menurut etimologis dapat divisualisasikan dalam *Gambar 1*.

Dari rumusan definisi secara etimologis dan visualisasinya pada Gambar 1 tersebut kiranya dapat disimpulkan bahwa pada hakekatnya “pariwisata” adalah suatu “... fenomena yang ditimbulkan oleh perjalanan manusia dari daerah tempat tinggalnya (Daerah Asal Wisatawan atau (‘Tourist Generating Area’) ke sesuatu atau beberapa daerah lain – yaitu daerah atau tempat yang bukan merupakan tempat tinggalnya yang disebut ‘Daerah Persinggahan Wisatawan’ dan ‘Daerah Tujuan Wisata’ atau ‘Daerah Tujuan Wisatawan’ (‘Tourist Destination’) – untuk kembali lagi ke tempat asalnya semula”.

Gambar 1.



⁴. Yoeti, Oka A.; Pengantar Ilmu Pariwisata; Penerbit Angkasa, Bandung, 1983.

menimbulkan berbagai *dampak* – baik *positif* mau pun *negatif* — yang cukup berarti pula, khususnya bagi masyarakat dan lingkungan yang “*dibanjiri*” wisatawan, yaitu dampak *ekonomi, sosial, budaya, keamanan, lingkungan* dan lain sebagainya.

Jelasnya, *pariwisata* adalah suatu “...*kegiatan manusia yang ditimbulkan oleh perjalanan manusia dari daerah tempat tinggalnya ke sesuatu atau beberapa daerah lain yang bukan merupakan tempat tinggalnya.*” Daerah yang merupakan tempat tinggal wisatawan disebut “*Daerah Asal Wisatawan*” atau “*Tourist Generating Area*”, sedangkan daerah-daerah lain yang bukan merupakan tempat tinggal wisatawan disebut “*Daerah Persinggahan Wisatawan*” dan “*Daerah Tujuan Wisata*” atau “*Touris Destination Area*”.

Karena merupakan kegiatan berupa perjalanan dan persinggahan di tempat-tempat yang bukan merupakan tempat tinggalnya, maka para wisatawan memerlukan berbagai kebutuhan seperti sarana akomodasi (penginapan), transportasi, makanan dan minuman, hiburan dan lain sebagainya sehingga untuk mendapatkannya diperlukan biaya. Dan uang yang dibelanjakan para wisatawan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan itu sangat besar sehingga menimbulkan berbagai konsekuensi dan akibat-akibat yang sangat *signifikan*, sangat *berarti* atau sangat *dahsyat* sehingga dengan sendirinya menimbulkan berbagai *dampak* – *ekonomi, sosial, budaya, keamanan, lingkungan* dan lain sebagainya, baik *positif* mau pun *negatif* — yang cukup berarti pula, khususnya bagi masyarakat dan lingkungan yang “*dibanjiri*” wisatawan.

Kegiatan wisata.

Selama perjalanan – baik di tempat-tempat yang disinggahinya mau pun di daerah yang dituju – para *wisatawan*, khususnya wisatawan yang melakukan kegiatan wisata yang bersifat *rekreatif*, melakukan berbagai *kegiatan* atau *aktivitas wisata* (“*travel activities*”), antara lain:

- a. *mengunjungi obyek-obyek wisata dan tempat-tempat yang mempunyai daya tarik wisata,*
- b. *makan dan minum di restoran, rumah-rumah makan, warung atau tempat-tempat makan lainnya,*
- c. *beristirahat dan bermalam di hotel, losmen, guest house, villa atau tempat-tempat penginapan lainnya,*
- d. *berbelanja di "shopping center" atau "shopping mal", pasar tradisional, toko swalayan, toko cinderamata atau tempat-tempat berbelanja lainnya, berrekreasi di teater, sanggar seni, kelab malam, dan lain sebagainya.*

Untuk dapat melakukan berbagai kegiatan wisata atau "travel activities" itu tadi diperlukan adanya beberapa hal yang secara keseluruhan disebut "produk pariwisata" dan terdiri 5 (lima) dari komponen, yaitu: *obyek/dayatarik wisata (O/DTW), fasilitas, jasa layanan, kenang-kenangan (cinderamata) yang ingin dinikmati dalam suasana (atmosphere) yang kondusif sehingga ia mempunyai kenangan manis dari perjalanan wisata yang dilakukannya.*

Tiap-tiap komponen dari "Produk Pariwisata" itu masih terdiri dari berbagai "unsur" dan "jenis". Misalnya, *obyek/daya tarik wisata* sebagai salah satu komponen dari *produk pariwisata* terdiri dari *unsur-unsur alam, budaya, kegiatan atau aktivitas, dan peristiwa atau "events"*. Dan *unsur alam* terdiri dari berbagai *jenis*, yaitu *bentang alam atau pemandangan (panorama), hutan, flora dan fauna, terumbu karang, goa* dan lain sebagainya.

Demikian juga *unsur budaya* terdiri dari berbagai *jenis* seperti *keraton, masakan tradisional, museum, candi* dan lain sebagainya. Begitu juga komponen produk wisata lainnya masih terdiri dari berbagai unsur dan jenis pula seperti yang secara lengkap dapat dilihat berikut ini:

PRODUK PARIWISATA

1. Obyek/Daya Tarik Wisata (O/DTW):

- a. Alam: *bentang alam(pemandangan atau panorama), hutan dengan segala isinya (flora dan fauna), ngarai, air terjun, goa (caves), pantai, terumbu karang, angin, ombak, udara, langit, hujan, matahari, dsb.*
- b. Kebudayaan: *museum, tempat ibadah (candi, pura, mesjid, gereja, klenteng, dsb)., istana, kraton, puri, artistiktur, situs sejarah, arkeologi, monumen, kebun raya, kebun binatang, lapangan golf, festival, tradisi, masakan, pola dan gaya hidup, folklore, dsb.*
- c. Aktivitas: *trekking/hiking, canoeing, caving/ menjelajahi goa, olah raga: (diving/ snorkling,, surfing, gantole, main golf, main tennis, dsb.), sight seeing, shopping/belanja, mengunjungi klab malam, dsb.*
- d. Peristiwa (events) :
 - *tradisional: festival, upacara keagamaan, dsb.,*
 - *modern: meeting, incentive, convention, exhibition (MICE).*

2. Fasilitas:

- a. Prasarana : *bandara, pelabuhan laut, stasiun K.A., terminal bis, jalan darat, rel KA, PLN/PAM, dsb.*

- b. Transportasi: pesawat terbang, kapal, kereta Api, bis, kuda, gerobak, dsb.
 - c. Akomodasi: hotel, losmen, home-stay, guest house, dsb.
 - d. Tempat-tempat hiburan : bioskop, teater, sanggar, klab malam, karaoke,
 - e. Rumah sakit, klinik, puskesmas, kantor polisi, kantor pos, dsb.
3. Suasana : kebersihan, sanitasi, keindahan, keramahan, keamanan, kenyamanan, dsb.
 4. Jasa layanan : CIQ (bea cukai, imigrasi, karantina), kesehatan, tour & travel agents, pemandu wisata, porters, informasi, dsb.
 5. Kenangan : cinderamata, foto, film, video, karti pos bergambar, dsb.

Di antara *komponen-komponen* tersebut di atas yang *paling utama* adalah *obyek dan/atau daya tarik wisata (O/DTW)*.

Seseorang wisatawan dari Jerman jauh-jauh datang ke Bali, misalnya, tidak semata-mata untuk tidur di sebuah hotel internasional berbintang lima, tetapi *terutama* untuk *melihat obyek dan/atau dayatarik wisata (O/DTW)* yang ada di Bali dan unsur merasakan suasana kehidupan masyarakat Bali. Bahwa wisatawan itu kemudian menginap di hotel bertaraf international bintang lima adalah suatu *pilihan* atau *opsi* yang tidak mutlak, sebab ia bisa juga menginap di hotel bintang tiga, bintang dua, bintang satu atau di losmen atau di “home-stay” sekali pun.

Dengan kata lain, *Obyek/Dayatarik Wisatalah* yang menjadi pendorong utama bagi seseorang untuk mengunjungi suatu tempat atau daerah tertentu, khususnya bagi wisatawan yang melakukan perjalanan untuk keperluan yang bersifat rekreatif.

BAB

III

INDUSTRI PARIWISATA

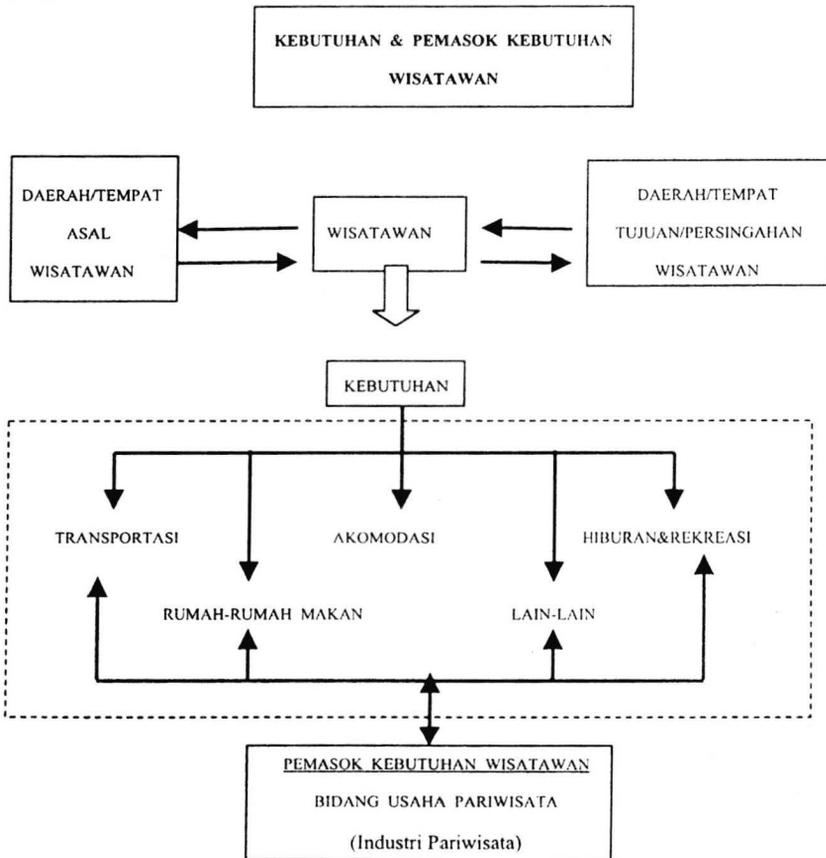
Seperti yang telah disinggung di *Bab II*, kegiatan wisata pada hakekatnya ditimbulkan oleh perjalanan ke dan persinggahan manusia di tempat-tempat atau daerah-daerah yang bukan merupakan tempat tinggalnya. Karena itu para wisatawan mempunyai berbagai *kebutuhan* (“*needs*”) seperti, misalnya, kebutuhan akan *transportasi, sarana akomodasi (tempat penginapan atau hotel), makanan dan minuman, tempat-tempat makan dan minum (restoran, warung), cinderamata, hiburan dan tempat-tempat hiburan* dan lain sebagainya.

Karena kebutuhan-kebutuhan itu pada umumnya *tidak dimiliki* oleh wisatawan maka kebutuhan-kebutuhan itu menjadi *permintaan* (“*demand*”) akan *produk pariwisata* atau akan berbagai *komponen produk pariwisata* tertentu. Adanya permintaan-permintaan (*demands*) tersebut menumbuhkembangkan bidang-bidang usaha kepariwisataan yang merupakan *pemasok-pemasok (supplyers)* dari kebutuhan-kebutuhan itu tadi, yaitu *perusahaan atau usaha kereta api, perusahaan atau usaha bis, perusahaan atau usaha penerbangan, pelayaran, taksi, usaha perhotelan, usaha perestoranan, toko cinderamata, tempat-tempat hiburan* dan lain sebagainya.

Secara keseluruhan, *pemasok kebutuhan* atau *bidang-bidang usaha kepariwisataan* di atas disebut “*industri pariwisata*”, sedangkan masing-masing bidang usaha kepariwisataan itu disebut “*komponen industri pariwisata*”. Keterkaitan kebutuhan wisatawan dan bidang-bidang usaha kepariwisataan sebagai pemasok kebutuhan wisatawan dapat dilihat dengan jelas pada *Gambar 2*.

wisatawan dan bidang-bidang usaha kepariwisataan sebagai pemasok kebutuhan wisatawan dapat dilihat dengan jelas pada *Gambar 2*.

Gambar 2.



Effek Ganda.

Kebutuhan-kebutuhan dan pemasok-pemasok kebutuhan yang ditumbuhkembangkan oleh permintaan akan produk dan atau komponen produk pariwisata tersebut di atas kemudian menimbulkan beberapa dan berbagai kebutuhan dan pemasok-pemasok kebutuhan lain secara berantai. Kebutuhan akan adanya *sarana akomodasi*, misalnya, menimbulkan kebutuhan akan adanya *arsitek* untuk merencanakan pembangunan sarana

sarana akomodasi, misalnya, menimbulkan kebutuhan akan adanya *arsitek* untuk merencanakan pembangunan sarana akomodasi atau hotel, menimbulkan adanya kebutuhan akan *pemborong bangunan* untuk membangun hotel, akan adanya *tukang batu, tukang kayu* untuk bekerja pada pembangunan hotel tersebut, akan adanya *pembuat perabot atau perlengkapan hotel, interior disainer, ahli landscape, electrician*, dan masih banyak lagi.

Demikian juga kebutuhan akan adanya restoran atau rumah makan menimbulkan kebutuhan akan *tukang masak, pemasok sayur-sayuran, daging, ikan, buah-buahan* dan lain sebagainya. Belum lagi kebutuhan akan adanya *para ahli, manager dan tenaga trampil* di bidang perhotelan dan restoran. Begitu juga kebutuhan akan sarana transportasi, tempat-tempat hiburan dan lain sebagainya, menimbulkan berbagai kebutuhan dan pemasok kebutuhan lainnya. Sehubungan dengan itu maka pariwisata dan pengembangannya mempunyai keterkaitan dengan berbagai bidang usaha dan tenaga-tenaga trampil seperti yang dapat dilihat pada *Gambar 3*.

Hal itu – kebutuhan yang menimbulkan kebutuhan-kebutuhan lain – seringkali disebut “*efek ganda*” atau “*multiplier effect*”.

Sehubungan dengan itu pula, maka pariwisata dan pengembangannya dapat membuka *lapangan kerja dan bidang usaha* sehingga *pariwisata dapat menjadi alat (instrumen) untuk mengentaskan kemiskinan, menjadi katalisator* bagi timbul dan tumbuhnya bidang-bidang atau sektor-sektor lainnya, dan dapat menjadi *dinamisator* pertumbuhan ekonomi dan pembangunan. Dan karena perkembangan pariwisata merupakan suatu fenomena dan peristiwa (yang bersifat) lokal, maka pertumbuhan ekonomi dan pembangunan yang didinamisir oleh perkembangan pariwisata bersifat lokal pula sehingga perkembangan pariwisata dapat dikatakan sangat *berpotensi* dalam mendorong atau menjadi *katalisator* perkembangan perekonomian daerah. Tapi, meski pun perkembangan pariwisata bersifat lokal, namun dampaknya bisa berdimensi nasional, bahkan global.

Gambar 3.

**PETA KETERKAITAN
BIDANG USAHA PARIWISATA**

BADAN USAHA PERJALANAN	TRANSPORTASI	AKOMODASI	RESTORAN	HIBURAN	LAIN-LAIN
	- manajer	- manajer	- manajer	- manajer	- petani
	- staf	- staf	- staf	- staf	- peternak
	- pilot	- room boy	- koki	- karyawan	- nelayan
- manajer	- pramugari	- bell boy	- waiter	lain	- arsitek
- Staf	- kapten kapal	- teknisi	- dll.	- dll.	- insinyur
- tour planner	- anak buah kapal	- koki			- usaha bangunan
- tour leader	- masinis/sopir	- waiter			- dekorator inerior
- guide	- kondektur/kernet	- dll.			- ahli lanskap
- dll.	- dll.				- pengrajin
					- tukang kayu
					- tukang batu, dll.

Dua sisi

Sehubungan dengan itu semua maka kebanyakan orang — terutama para “*promotor*” pariwisata, yaitu mereka-mereka yang terlibat dalam pengembangan pariwisata atau yang sering disebut “*orang-orang pariwisata*” — seringkali cenderung untuk melihat pariwisata, perkembangan dan pengembangannya hanya dari satu sisi, yaitu sisi *positifnya* saja. Mereka seringkali melihat bahwa

pariwisata, perkembangan dan pengembangannya hanya mempunyai *potensi* untuk:

- a. *menghasilkan dan meningkatkan penghasilan devisa,*
- b. *membuka dan memperluas lapangan kerja dan bidang usaha,*
- c. *menstimulir dan meningkatkan kegiatan perekonomian daerah.*

Semuanya itu memang benar demikian. Namun jarang yang menyadari bahwa yang serba *positif* itu tadi masih merupakan "*potensi*", belum menjadi *kenyataan* atau *realitas*. Dan potensi-potensi yang serba *positif* itu tadi bukan merupakan *akibat-akibat yang secara otomatis terjadi*. Selain itu, jarang yang menyadari pula bahwa — di balik *sisi positif* — pariwisata, perkembangan dan pengembangannya juga mempunyai *sisi gelapnya* dan dapat menimbulkan *dampak-dampak* yang bersifat *negatif*.

Kalau, di satu pihak, kedatangan *wisatawan asing* atau *mancanegara* bisa menghasilkan *devisa* bagi negara yang dikunjungi wisatawan, di balik itu, sebagian dari *devisa* yang dihasilkan tersebut bisa juga "*diserap kembali*" atau "*bocor kembali*" ke luar negeri karena *barang-barang dan bahan-bahan yang harus diimpor* untuk memenuhi kebutuhan *wisatawan asing* dan *dollar* yang harus dikeluarkan untuk menggaji tenaga asing yang bekerja di hotel-hotel bertaraf internasional dan untuk biaya promosi ke luar negeri. Besar kecilnya "*kebocoran*" *devisa* tergantung pada besar kecilnya *kandungan impor* dalam pengembangan pariwisata.

Pariwisata dan pengembangannya memang berpotensi untuk membuka lapangan kerja dan memperluas bidang usaha seperti yang telah diungkapkan di atas. Yang menjadi pertanyaan adalah "*...siapa yang dapat memanfaatkan lowongan kerja dan kesempatan untuk membuka bidang usaha itu ?*"

Biasanya yang dapat memanfaatkan *lowongan kerja* dan *kesempatan* untuk membuka bidang usaha adalah orang-orang *pendatang* karena mereka mempunyai *ketrampilan* yang diperlukan

bagi jenis-jenis pekerjaan dan usaha di bidang kepariwisataan, *bukan penduduk setempat* yang pada umumnya berprofesi sebagai petani atau nelayan dan tidak memiliki ketrampilan yang diperlukan bagi jenis-jenis pekerjaan dan usaha di bidang kepariwisataan. Penduduk setempat pada umumnya paling-paling dapat dipekerjakan sebagai tukang kebun, satpam, tukang pijat dan pekerjaan kasar lainnya sehingga mereka seringkali terpinggirkan, bahkan digusur.

Memang tidak dapat disangkal bahwa pariwisata dapat *menstimulir kegiatan perekonomian daerah*. Hal itu dapat dirasakan dan dilihat secara kesat mata. Daerah-daerah yang banyak dikunjungi wisatawan kelihatan "*hidup*" dan penuh aktivitas seperti daerah *Kuta di Bali*, misalnya. Yang tidak dapat dirasakan dan tidak dapat dilihat secara kesat mata adalah *bahwa di daerah-daerah di mana pariwisata berkembang terjadi inflasi lokal dalam arti meningkatnya harga-harga dan terjadi kelangkaan bahan-bahan kebutuhan pokok sehari-hari yang berkualitas* karena sudah diborong oleh hotel-hotel dan restoran-restoran internasional. Akibatnya, penduduk setempat – apa lagi mereka yang terpinggirkan atau tergusur – harus membeli bahan-bahan kebutuhan pokok sehari-hari yang mereka perlukan dengan harga yang lebih tinggi — seringkali di luar jangkauan keuangan mereka — dan sulit mendapatkannya di pasar.

Interaksi.

Karena ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan wisatawan ke tempat-tempat yang bukan merupakan tempat tinggalnya maka pariwisata dan kegiatan wisata senantiasa menimbulkan terjadinya berbagai *interaksi*, yaitu :

- *interaksi antara wisatawan dengan penduduk setempat,*
- *interaksi antara manusia (wisatawan dan penduduk setempat) dan industri pariwisata dengan lingkungan.*

Dan interaksi-interaksi itu, sedikit banyak, menimbulkan berbagai dampak, antara lain terhadap *aspek-aspek ekonomi, sosial*

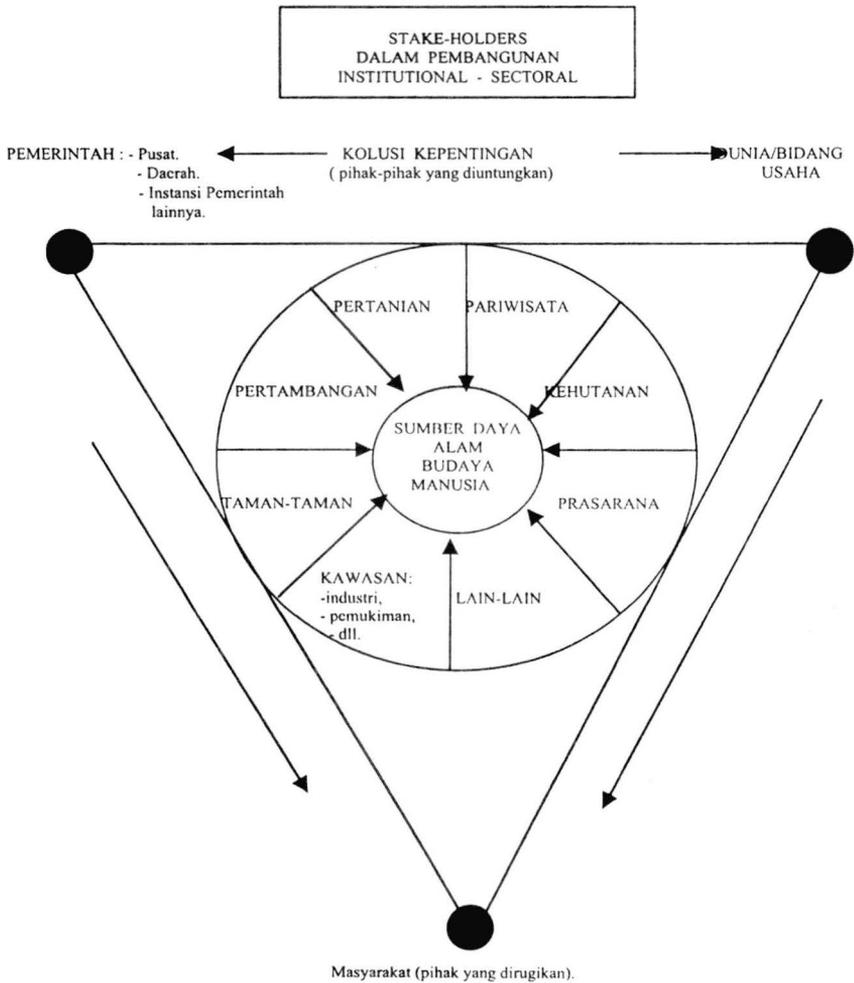
budaya, politik, pertahanan dan keamanan, dan lingkungan fisik dari kelompok masyarakat yang merupakan tuan rumah. Dampak yang mencakup lingkup kehidupan manusia yang begitu luas itu juga saling terkait satu sama lain sehingga menjadi sangat kompleks sehingga pariwisata dikatakan bersifat multi-komplek. Selain bersifat multi-komplek, pariwisata juga bersifat multi-dimensi karena dapat ditelaah dari dimensi global, regional, nasional dan dimensi lokal, serta dapat ditelaah pula dari perspektif waktu yaitu: masa lalu, kini dan masa mendatang.

Dalam pengembangan pariwisata ada banyak pihak yang mempunyai kepentingan yang disebut “*stake-holders*” – baik yang berada di dalam negeri, mau pun yang berada di luar negeri yaitu *negara-negara lain, pemerintah dan dunia usaha dari negara-negara lain, termasuk wisatawan asing* — yang pada dasarnya dapat dibedakan antara:

- a. “*stake-holders*” yang bersifat *kelembagaan* (“*institutional stake-holders*”) yaitu:
 - *Pemerintah, baik Pemerintah Pusat mau pun Pemerintah Daerah,*
 - *Dunia usaha, termasuk usaha pariwisata,*
 - *Masyarakat, termasuk wisatawan.*

- b. “*stake-holders*” yang bersifat *sektoral* (“*sectoral stake-holders*”) yaitu antara lain *sektor kehutanan, pertanian, pertambangan, prasarana, pemukiman, pariwisata dan lain sebagainya. (Lihat Gambar 4).*

Gambar 4.



Dari Gambar 4 di atas dengan jelas dapat dilihat bahwa “*pariwisata*” – seperti halnya dengan sektor-sektor lain – hanya merupakan *salah satu sektor* dari keseluruhan sektor dalam pembangunan dan merupakan *bagian* dari *keseluruhan pembangunan nasional*. Hal ini seringkali dilupakan atau tidak dilihat sehingga menimbulkan suatu kecenderungan berpikir yang disebut “*ego-sektoral*”.

Dalam upaya-upaya pembangunan, tiap-tiap sektor sedikit banyak *memanfaatkan Sumber Daya Alam, Sumber Daya Manusia dan Sumber Daya Budaya*. Pemanfaatan itu seringkali bersifat *eksploitatif* sehingga menimbulkan berbagai dampak yang, sayangnya, seringkali justru bersifat negatif.

Demikian juga dengan unsur-unsur dari “*Institusional Stake-holders*”, yaitu *Pemerintah, Dunia Usaha dan Masyarakat*. Selain seringkali mengeksploatasi ketiga sumber daya di atas (*alam, manusia dan budaya*), dalam pengembangan pariwisata seringkali terjadi *kolusi kepentingan* antara unsur *Pemerintah* dengan unsur *Dunia Usaha* dalam bentuk:

- *perolehan pajak bagi Pemerintah,*
- *keuntungan bagi dunia usaha.*

Terjadinya kolusi itu dimungkinkan karena ke dua-duanya mempunyai kekuasaan atau kekuatan (“*power*”); unsur *Pemerintah* mempunyai kekuasaan atau kekuatan politik/fisik (*political/physical authority/power*), dan unsur *Dunia Usaha* memiliki kekuasaan finansial (*financial authority/power*), sedangkan *Masyarakat*, yang juga merupakan salah satu “*stake-holder*”, pada umumnya tidak memiliki kekuasaan fisik mau pun finansial sehingga seringkali dijadikan dan menjadi pihak yang dikorbankan atau dijadikan tumbal dalam pembangunan: *digusur, dipinggirkan* dan lain sebagainya.

Dengan kata lain, selain merupakan “*stake-holders*”, unsur *Pemerintah* dan unsur *Dunia Usaha* juga merupakan unsur-unsur “*pemegang saham*” atau “*share-holders*” (“*saham*” dalam bentuk “*kekuasaan atau kekuatan*” itu tadi) dalam pembangunan sehingga

seringkali menjadi pihak-pihak yang diuntungkan. Karena pada umumnya tidak memiliki “*saham*” atau kekuasaan atau kekuatan apa pun maka unsur Masyarakat seringkali *menjadi pihak yang dirugikan* atau menjadi “*pelengkap penderita*” dalam pembangunan.

Pariwisata konvensional.

Pariwisata seperti yang kita kenal dewasa ini secara umum memiliki beberapa ciri, yaitu:

- a. *bersifat rombongan,*
- b. *dalam bentuk paket-paket wisata.*

Bentuk wisata tersebut di atas dipelopori oleh *Thomas Cook* yang pada tanggal 5 Juli 1841 menyelenggarakan “*inclusive tour*” yang pertama berupa kegiatan wisata dalam bentuk perjalanan dengan kereta api dari Leicester – Loughborough pp., Inggris, dengan biaya 1 Shilling per orang. Kegiatan wisata itu diikuti oleh 570 orang. Kegiatan wisata yang diselenggarakan oleh *Thomas Cook* itu disebut “*inclusive tour*” karena biaya 1 Shilling per orang itu sudah termasuk (“*include*”) tiket kereta api dalam satu kesatuan “*paket wisata*”.

Keberhasilan penyelenggaraan paket wisata atau “*inclusive tour*” ke Loughborough itu mendorong *Thomas Cook* untuk mendirikan sebuah perusahaan perjalanan dengan menggunakan namanya sebagai nama perusahaan dan menyelenggarakan paket-paket wisata ke tempat-tempat lain di Inggris, kemudian juga ke Eropa dan ke segala penjuru dunia, termasuk ke Indonesia. Dan keberhasilan *Thomas Cook* itu mendorong orang-orang lain untuk mendirikan perusahaan perjalanan dan menyelenggarakan paket-paket wisata dengan model *Thomas Cook*. Karena itulah *Thomas Cook* digelar “*Bapak Pariwisata Modern*” dan bentuk kegiatan model *Thomas Cook* itu disebut “*Pariwisata Modern*” dengan ciri-ciri seperti yang telah dikemukakan di atas. Ditambah lagi berbagai ciri lain seperti *pariwisata massal* (“*mass tourism*”), pembangunan

dan pengembangan prasarana dan sarana kepariwisataan berskala besar (mega proyek), ekonomi sentris, terlalu berorientasi pada keuntungan, pengeksploatasian sumber daya manusia dan sumber daya alam, dan masih banyak lagi.

Namun karena telah berusia lebih dari satu setengah abad, yaitu sejak tahun 1841, maka *Lembaga Studi Pariwisata Indonesia (LSPI)* menyebut apa yang dinamakan "*Pariwisata Modern*" itu sebagai "*Pariwisata Konvensional*".

Sejak usainya Perang Dunia ke II, terutama sejak tahun 1960-an dengan dikomersialkannya pesawat-pesawat udara berbadan lebar (*Jumbo Jet*), jumlah wisatawan yang melanglang buana dan kegiatan wisata internasional berkembang pesat sekali sehingga sejak tahun 1995 pariwisata telah menjadi industri terbesar di dunia dengan jumlah wisatawan dunia sebanyak 528 juta orang yang membelanjakan uang sebanyak US\$ 332,— milyar, menghasilkan "growth out-put" US\$ 3,4 trilyun, menciptakan lapangan kerja untuk 211,7 juta orang dan lain sebagainya. Jumlah itu dewasa ini sudah meningkat lagi secara signifikan.

Sementara itu, sejak tahun 1960-an juga, berkat makin meluasnya jaringan televisi, di samping "*Pariwisata Umum*" ("*General Tourism*") atau "*Pariwisata Rekreasional*" ("*Recreational Tourism*"), dunia kepariwisataan konvensional diperkaya oleh bentuk-bentuk pariwisata yang disebut "*Pariwisata Minat Khusus*" atau "*Special Interest Tourism*" seperti:

- a. *Pariwisata Etnik ("Ethnic Tourism") dalam bentuk kegiatan wisata ke komunitas-komunitas etnis.*
- b. *Pariwisata Budaya ("Cultural Tourism") dalam bentuk kegiatan wisata ke daerah-daerah di mana nilai-nilai budaya, tradisi-tradisi dan pola hidup lama masih dilakukan masyarakat.*

- c. *Pariwisata Sejarah (“Historical Tourism”) dalam bentuk kegiatan wisata ke museum-museum, ke tempat-tempat dan situs-situs bersejarah dan lain sebagainya.*
- d. *Pariwisata Alam (“Nature Tourism”) dalam bentuk kegiatan wisata di alam bebas.*
- e. *Pariwisata Ziarah (“Pilgrimage Tourism”), dalam bentuk kunjungan ke tempat-tempat yang dianggap suci atau “kramat”, dan lain sebagainya.*

Berbeda dengan “Pariwisata Umum” atau “General Tourism” yang lebih ditekankan pada aspek-aspek yang semata-mata secara umum bersifat rekreatif sehingga disebut juga “*Pariwisata Rekreasional*” atau “*Recreational Tourism*” seperti yang telah disinggung di atas, “*Pariwisata Minat Khusus*” atau “*Spacial Interest Tourism*” lebih mengarahkan kegiatan wisata ke hal-hal yang bersifat khusus tersebut di atas: *kelompok-kelompok masyarakat etnis tertentu seperti masyarakat Baduy, kebudayaan dan lain sebagainya seperti yang telah disinggung di atas.*

Di balik segi-segi yang positif di atas, pariwisata – termasuk *Pariwisata Minat Khusus* — juga seringkali menghasilkan berbagai dampak negatif seperti yang telah disinggung di atas, terutama dampak-dampak negatif dalam bentuk:

- a. *marginalisasi dan penggusuran penduduk setempat,*
- b. *degradasi nilai-nilai sosial, budaya dan nilai-nilai moral,*
- c. *komersialisme tradisi keagamaan,*
- d. *peningkatan kriminalitas dan prostitusi,*
- e. *peningkatan dan penyebarluasan berbagai penyakit, khususnya penyakit kelamin seperti HIV, AIDS dan lain sebagainya,*
- f. *polusi, degradasi kualitas lingkungan dan gangguan keseimbangan ekosistem, dan lain sebagainya.*

Pada mulanya, pihak Pemerintah mau pun Dunia usaha tidak melihat dampak-dampak negatif itu tadi. Dan kalau pun melihat, mereka seringkali menutup mata karena—“silau oleh glamur” dan keuntungan materiil yang dihasilkan oleh pariwisata. Yang paling merasakan dampak-dampak negatif itu tadi adalah Masyarakat, terutama penduduk setempat karena, biar bagaimana pun juga, pada hakekatnya pariwisata adalah kejadian-kejadian yang bersifat lokal (*local happenings*).

Pariwisata Non-konvensional.

Sebagai reaksi terhadap timbulnya dampak-dampak negatif tersebut di atas di kalangan masyarakat, baik di luar mau pun di dalam negeri muncullah berbagai “*Non Governmental Organizations*” (“*NGO's*”) atau Lembaga-lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang mencari dan mengembangkan bentuk-bentuk lain kepariwisataan yang tidak menimbulkan atau sejauh mungkin mengurangi dampak-dampak negatif tersebut di atas. Lembaga-lembaga Swadaya Masyarakat itu, antara lain, adalah:

- a. *Gerakan Pariwisata Alternatif (“Alternative Tourism”) di Thailand pada pertengahan 1980-an.*
- b. *Lembaga Studi Pariwisata Indonesia (LSPI di Indonesia pada tahun 1984.*
- c. *The Ecotourism Society pada tahun 1991 di Amerika Serikat.*
- d. *Indonesia Ecotourism Network (INDECON) di Indonesia pada tahun 1966 didirikan oleh LSPI bersama Conservation International-Indonesian Program dan Yayasan Bina Swadaya. Lembaga-lembaga Swadaya Masyarakat (LSM-LSM) tersebut di atas, dan berbagai LSM lainnya di luar negeri mau pun di Indonesia kemudian mulai mengembangkan berbagai bentuk pariwisata lain yang saya sebut “Pariwisata Non-konvensional” tadi, yaitu:*

- a. *Pariwisata Alternatif (“Alternative Tourism”) yang didefinisikan sebagai “suatu proses untuk mengembangkan bentuk-bentuk kegiatan wisata yang adil dan dengan tujuan menjalin saling pengertian, solidaritas dan kesetaraan antara pihak-pihak yang terlibat.”*
- b. *Pariwisata Ekologis (“Ecotourism”) yang didefinisikan sebagai “suatu kegiatan wisata yang bertanggungjawab di tempat-tempat yang alami dengan tujuan menjaga kelestarian lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan penduduk setempat.”*
- c. *Pariwisata berbasis Masyarakat (“Community-based Tourism”) yang didefinisikan sebagai “pariwisata yang berlandaskan atau berintikan masyarakat setempat sebagai pelaku-pelaku utama dalam penyelenggaraan pariwisata sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan mereka.”*
- d. *Pariwisata yang Berpihak pada si Miskin (“Pro-poor Tourism”) yang didefinisikan sebagai “pariwisata yang memberikan keuntungan – ekonomi, sosial, lingkungan atau kebudayaan – bagi kaum miskin.”*
- e. *Pariwisata yang Berkelanjutan atau Berkesinambungan (“Sustainable Tourism”) yang didefinisikan sebagai “pariwisata yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan masa kini dan daerah-daerah ‘tuan rumah’ (‘host regions’) dengan melindungi dan meningkatkan peluang untuk itu di masa mendatang.”*

Khusus di Indonesia, upaya-upaya pengembangan “Pariwisata Non-konvensional” di atas masih dalam tahap permulaan, belum tuntas dan baru dilakukan di beberapa daerah saja sehingga belum diketahui jenis-jenisnya dan seberapa jauh tingkat keberhasilannya.

BAB IV PENULISAN

Penulisan dapat diartikan sebagai “*proses membuat tulisan*” atau “*proses pembuatan tulisan*”. Tujuannya adalah untuk mengutarakan *pikiran* dan *perasaan*, bukan sekedar menyusun rangkaian dan kumpulan huruf dan angka yang tidak mengandung makna, pengertian atau arti. Dalam bahasa Inggris dipergunakan istilah “*writing*” yang mempunyai arti ganda yaitu dapat berarti “*menulis*”, “*membuat tulisan*” atau “*penulisan*” (*kata kerja*) dan dapat juga berarti “*tulisan*” (*kata benda*).

Dalam membuat tulisan, ada dua persoalan pokok yang dihadapi oleh setiap penulis pemula, yaitu “*apa*” dan “*bagaimana*”. Seorang penulis pemula seringkali bingung dan tidak tahu mau menulis “*apa*”. Kalau pun tahu, ia pun seringkali tidak tahu “*bagaimana*” menulisnya; *bagaimana memulainya, bagaimana mengakhirinya, bagaimana membuat supaya tulisannya itu menarik dan enak dibaca*, dan lain sebagainya.

“*Apa*”-nya sesuatu tulisan adalah *isi* atau *materi* tulisannya yang juga disebut “*topik*”, “*tema pokok*” atau “*substansi tulisan*”, sedangkan “*bagaimana*”-nya membuat tulisan adalah “*cara membuat tulisan*” yang bersifat “*teknis*”, yaitu — “*teknik penulisan*” atau “*teknik membuat tulisan*” atau “*teknik mengarang*”.

“*Apanya*” tulisan.

Anda mungkin masih ingat waktu mendapat pelajaran *mengarang* di *Sekolah Dasar (SD)* dulu. Sang guru membagikan kertas kosong pada setiap murid, lalu di papan tulis ia menuliskan kata “*liburan*”. Kata “*liburan*” itu merupakan *judul*

dari tulisan yang harus dibuat oleh para murid; *judul* untuk *membuat tulisan* atau *karangan* tentang “*liburan*”. *Judul* atau kata “*liburan*” itulah yang merupakan “*apa*”-nya tulisan, merupakan *isi* atau *materi tulisan*, merupakan *topik*, *tema pokok* atau *substansi* tulisan yang harus dibuat para murid.

Dalam jam pelajaran *mengarang* waktu itu, seperti halnya dengan saya, Anda mungkin tidak pernah diberi pelajaran tentang *bagaimana caranya membuat tulisan*; tidak diberi pelajaran tentang *teknik menulis* atau *teknik mengarang*. Yang diberikan hanyalah *topik*, *tema pokok* atau *substansi* dari tulisan atau karangan yang harus Anda buat dalam bentuk *judul* dari tulisan tersebut, yaitu “*liburan*”. Dan dengan memberikan *judul* dari tulisan yang harus Anda buat, maka Anda dan para murid lainnya diberikan *topik*, *tema pokok* dan *arahan* untuk menulis tentang *apa*.

Dalam *topik*, *tema pokok*, *substansi* atau *arahan* penulisan berupa *judul tulisan* itu terkandung *ide* atau *gagasan* untuk menulis *apa*, dalam hal ini adalah *ide* atau *gagasan* untuk menulis tentang “*liburan*”, tentang “... *apa yang dilakukan masing-masing murid selama liburan sekolah*” sebagai *tema pokok* atau *substansi tulisan*.

Anda bisa menulis mengenai *topik-topik*, *tema-tema pokok* atau *substansi-substansi* tulisan lain. Misalnya menulis tentang “*pencemaran lingkungan*”, tentang “*hak azasi manusia*”, tentang “*gunung berapi*”, tentang “*sejarah kota Pekalongan*”, tentang “*pariwisata*”, tentang *masakan*, dan tentang *apa* saja.

Ilham atau inspirasi.

Topik, *tema pokok* atau *substansi tulisan* tentang *apa* yang hendak Anda tulis itu dapat ditimbulkan oleh apa yang disebut “*ilham*” atau “*inspirasi*”, yaitu “... *sesuatu yang menggerakkan hati untuk mencipta*” seperti *mengarang*, *membuat syair*, *membuat lagu*, *melukis* dan lain sebagainya. Sedangkan timbulnya “*ilham*” atau

“*inspirasi*” dapat *dipicu* oleh berbagai hal, antara lain oleh sesuatu yang Anda *alami*, oleh apa yang Anda *lihat*, oleh apa yang Anda *baca*, oleh sesuatu yang Anda *dengar*, dan lain sebagainya.

Ilham atau *inspirasi* itu sendiri *dilandasi* dan *dirangsang* atau *distimulir* oleh *daya pikir aktif* dan *rasa ingin tahu* (“...an active and inquisitive mind”). Dan *daya pikir aktif* serta *rasa ingin tahu* itu tadi pada hahekatnya merupakan kombinasi dari tiga hal, yaitu:

1. *salah satu karunia yang diberikan Tuhan kepada manusia,*
2. *hasil pendidikan – baik formal mau pun informal – yang Anda terima,*
3. *pengalaman dalam perjalanan hidup Anda.*

Ilham atau *inspirasi* itu kemudian berkembang menjadi *ide* atau *gagasan tulisan* — yaitu *rancangan penulisan yang tersusun di dalam pikiran Anda.*

Misalnya, dalam suatu perjalanan dengan kereta api ke Bandung Anda *melihat sawah* yang membentang dihadapan Anda *dengan padi yang menguning*. Melihat bentangan sawah itu tadi bisa saja membuat Anda *berpikir* dan *dirangsang* oleh *rasa ingin tahu* tentang *padi*. Atau ketika sedang makan nasi, Anda tiba-tiba dirangsang oleh *daya pikir aktif* dan *rasa ingin tahu* tentang *asal nasi itu*.

Setelah *dirangsang oleh daya pikir aktif dan rasa ingin tahu* itu, *bentangan sawah dengan padi menguning* atau *nasi di piring* secara tiba-tiba *mengilhami* atau memberi *inspirasi* kepada Anda sehingga Anda mendapatkan *ide* atau *gagasan* untuk menulis tentang “*padi*” : *dari mana asalnya, bagaimana perkembangannya, masyarakat negara-negara mana saja yang mempergunakan padi sebagai bahan makanan pokok, dan lain sebagainya.*

Ilham dan *ide* atau *gagasan* itu bisa *timbul* secara *tiba-tiba, setiap saat, di mana pun dan dalam sekejap* sehingga – *ide dan gagasan itu* — sebaiknya *segera* Anda *catat* supaya tidak hilang dari ingatan Anda.

Banyak penulis atau pengarang terkenal – antara lain *J. K. Rowling*, pengarang “*best seller*” buku “*Harry Potter*” – mengatakan bahwa ia selalu mencatat ide atau gagasan yang muncul di secarik kertas. Tidak jarang di atas kertas tisu kalau ia kebetulan tidak membawa kertas.

Bahasa dan teknik menulis.

Namun demikian, *ilham* atau *inspirasi*, *ide* atau *gagasan* saja *tidak cukup* untuk dapat menghasilkan tulisan. Adanya *ilham* atau *inspirasi* saja tidak langsung dapat menghasilkan tulisan atau karangan. *Ilham* atau *inspirasi* hanya dapat memicu timbulnya *ide* atau *gagasan* untuk membuat sesuatu tulisan. Yang dapat menghasilkan tulisan atau karangan adalah *pengetahuan*, *penguasaan substansi* yang akan Anda tulis, *penguasaan bahasa* dan *teknik menulis*.

Tegasnya, untuk dapat *menghasilkan* sesuatu *tulisan* atau *karangan* yang bermutu atau berkualitas diperlukan:

- a. *ilham* atau *inspirasi*,
- b. *ide* atau *gagasan*, yang ditunjang oleh *pendidikan*,
- c. *pengalaman hidup*,
- d. *pengetahuan umum yang luas*,
- e. *penguasaan materi atau substansi tulisan*,
- f. *penguasaan bahasa yang baik dan benar*,
- g. *penguasaan teknik menulis atau karangan*, atau *teknik membuat tulisan atau karangan*.

Tujuan dari tulisan adalah *untuk dibaca* orang lain dengan diterbitkannya dalam bentuk buku sebagai karya tulis atau di majalah atau koran dalam bentuk tulisan atau karangan disebut “*artikel*”. Agar dapat diterbitkan dalam bentuk buku dan/atau artikel di koran atau majalah, yang harus dilakukan adalah menarik perhatian dan mendorong *redaksi* pihak penerbit buku, koran atau majalah yang bersangkutan untuk memuatnya dalam media yang dipimpinya. Dan

untuk itu ada dua persyaratan utama yang harus dipenuhi tulisan Anda itu, yaitu “... *enak dibaca* dan *perlu*” (untuk meminjam “*motto*” Majalah dan Koran *Tempo*).

Soal “*enak dibaca*” adalah soal *teknik penulisan* dan *penggunaan bahasa yang baik dan benar*, sedangkan soal “*perlu*” terkait dengan *menarik tidaknya topik* tulisan dan *bermutu tidaknya* tulisan yang bersangkutan.

Penguasaan substansi.

Agar tulisan dapat *berbobot*, *bermutu* atau *berkualitas*, Anda harus tahu betul *apanya* atau *materi* yang akan Anda tulis, Anda harus *menguasai substansi* yang akan Anda tulis, termasuk segala lika-likunya. Dan *penguasaan substansi tulisan* dapat diperoleh melalui *tiga jalur upaya*, yaitu:

1. *penelitian literatur (bacaan)*,
2. *penelitian lapangan atau pengamatan*, dan
3. *wawancara nara sumber*,

yang harus diramu dengan mempergunakan *logika* atau *akal sehat* – dan sering juga dengan mendengarkan *kata* atau *bisikan hati* atau *hati nurani* (“*conscience*”) — untuk kemudian *dituangkan* dalam *karangan* atau *tulisan* yang dinilai layak oleh pihak redaksi koran atau majalah untuk diterbitkan sebagai *artikel* dalam media massa cetak yang bersangkutan.

Format tulisan.

Seperti yang telah disinggung di atas, soal “*enak dibaca*” adalah soal *teknik penulisan* dan *penggunaan bahasa yang baik dan benar* yang *dibingkai* dalam suatu *format tulisan* – yaitu *persyaratan*, *bentuk*, *gaya* dan *sistematik* penulisan — agar tulisan atau karangan yang bersangkutan dapat mengalir melalui suatu jalur pemikiran tertentu.

Ada beberapa macam format tulisan, tapi yang dibahas di sini adalah format dari tulisan ilmiah atau akademik untuk dibandingkan dengan format dari tulisan populer.

Baik tulisan ilmiah atau akademik mau pun tulisan populer mempunyai format yang bersifat standar. Bedanya terletak pada susunan dan pengelompokan bagian-bagian tulisan.

Pada karangan ilmiah atau akademik, format tulisannya bersifat baku dengan susunan dan pembagian sebagai berikut:

1. Kata Pengantar atau Pengantar saja.
2. Kata Pendahuluan atau Pendahuluan saja.
3. Beberapa bab (untuk buku) atau sub judul (pada artikel di media cetak) yang membahas topik-topik tertentu.
4. Kesimpulan.

Kata pengantar biasanya berisikan penjelasan tentang tujuan atau alasan mengapa sesuatu karangan ditulis, sedangkan pendahuluan biasanya berisikan penjelasan-penjelasan tentang hal-hal yang dijadikan landasan dan garis besar isi atau substansi tulisan atau buku. Sedangkan kesimpulan berisikan inti sari dari keseluruhan isi tulisan atau buku. Sering juga terjadi kata pengantar dan pendahuluan dijadikan satu, dan dalam bagian kesimpulan disertai saran-saran.

Gaya jurnalistik.

Lain halnya dengan karangan atau tulisan yang bersifat "populer", baik dalam bentuk fitur ("feature") atau pun yang bersifat analisis. Karangan atau tulisan populer pada umumnya disajikan sesuai dengan prinsip dan gaya jurnalistik, yaitu "menarik dan enak dibaca".

Susunan dan pembagian dari format tulisan atau karangan yang bersifat populer – yang disajikan sesuai dengan prinsip dan gaya jurnalistik¹ – terdiri dari:

1. Harjono, Rum, bahan-bahan pelatihan "Penulisan Pariwisata", GG House, Gadog, Bogor, 10-12 Desember 2005.

- *Heading*,
- *sub-heading* (kadang-kadang),
- *credit line* (*by-line*),
- *lead*,
- *bridge*,
- *body*.

Yang dimaksud dengan "*heading*" adalah *judul* tulisan. Kadang-kadang di bawah "*heading*" terdapat "*sub-heading*" yang disisipkan antara "*heading*" dan "*credit line*" atau "*by-line*". Tujuan penyisipan "*sub-heading*" itu adalah *memberikan keterangan yang lebih menyeluruh* tanpa memperpanjang kalimat "*heading*".

Yang dimaksud dengan "*lead*" adalah "*kalimat pertama*" atau "*kalimat pembukaan*" sesuatu tulisan. Sedangkan di antara "*heading*" – dan kadang-kadang "*sub-heading*" — dan "*lead*" terdapat "*credit line*" sering juga disebut "*by-line*", yaitu nama penulis dan kadang-kadang juga *status penulis*.

Judul tulisan atau "*heading*" harus dapat mencerminkan inti dari *topik* tulisan dan sari dari "*lead*" yang bersangkutan, sedangkan "*lead*" dari sesuatu tulisan berisikan inti sari tulisan, informasi dasar atau rumusan isyu dari pokok persoalan tulisan tersebut.

Fungsi dari *judul* atau "*heading*" adalah *untuk menangkap perhatian atau menggelitik "rasa ingin tahu"* pembaca sehingga seringkali bersifat "*bombastis*" atau "*dramatis*", sedangkan fungsi dari "*lead*" adalah *untuk menarik perhatian pembaca pada topik tulisan dan menumbuhkan minat untuk membaca terus*. Coba perhatikan tulisan (*fiktif*) bergaya *jurnalistik* dalam bentuk *berita* ("*news*") berikut ini.

LEDAKAN BOM MENGGUNCANG WISATAWAN BALI
Kunjungan wisatawan diperkirakan akan turun drastis.

Oleh: **Anonim**
Pengamat Pariwisata

Denpasar, 28 Januari 2009.

Sebanyak 218 pengunjung restoran "American Fried Chichen" meninggal dunia akibat ledakan bom yang terjadi di Kuta, Bali, Rabu malam 27 Januari 2009 lalu. Sebagian besar korban adalah wisatawan asing yang memang banyak mengunjungi restoran tersebut. Di samping itu, banyak juga korban wisatawan domestik, karyawan restoran dan beberapa orang yang kebetulan lewat ketika ledakan terjadi. Ledakan itu diduga disebabkan oleh pelaku peledakan bom bunuh diri.

Seluruh bangunan restoran hancur total. Beberapa bangunan di sekitar restoran juga mengalami kerusakan. Meski pun tidak separah "American Fried Chicken", namun kaca-kaca bangunan di sekitar restoran hancur. Belum diketahui jumlah kerugian materiil yang diderita akibat ledakan bom tersebut, namun diperkirakan mencapai beberapa milyar rupiah.

Juga belum diketahui siapa pelaku peledakan bom tersebut dan motivasinya. Namun yang jelas, ledakan bom di "American Fried Chicken" itu telah mengguncang para wisatawan di Bali. Banyak wisatawan mancanegara yang langsung pulang ke negara masing-masing. Bandara Ngurah Rai tanggal 28 Januari dibanjiri paling sedikit tiga ribu wisatawan asing yang berebut tiket pesawat untuk pulang.

Sebagai salah satu DTW utama di Indonesia, Bali setiap hari dikunjungi seribu limaratus lebih wisatawan

mancanegara, terutama dari Australia. Juga wisatawan domestik banyak berkunjung ke Bali, terutama di musim liburan sekolah sehingga setiap tahun Bali dikunjungi banyak wisatawan domestik pula.

Bali memang sudah sejak lama dikenal wisatawan, terutama wisatawan mancanegara. Mereka bahkan lebih mengenal Bali dari pada Indonesia. Sehubungan dengan itu baik Pemerintah mau pun Industri Pariwisata Indonesia seringkali menampilkan Bali dalam upaya-upaya promosi Pariwisata Indonesia agar lebih efektif dari pada mempromosikan daerah-daerah lain.

Dengan terjadinya ledakan bom di "American Fried Chicken" itu Pemerintah, Industri Pariwisata dan para pengamat pariwisata memperkirakan kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali, bahkan ke Indonesia, akan menurun secara drastis.

Baris pertama dan ke dua dari tulisan di atas, yaitu:

LEDAKAN BOM MENGGUNCANG WISATAWAN BALI
Kunjungan wisatawan diperkirakan akan turun drastis.

Merupakan *judul* atau "*heading*" dan "*sub-heading*" tulisan.

Substansi atau isi dari *judul* atau "*heading*" adalah inti dari topik tulisan dan merupakan sari dari substansi "*lead*", sehingga judul atau "*heading*" harus singkat, padat dan berisi; terdiri dari satu atau dua baris saja, dan tidak lebih dari enam kata. Sedangkan "*sub-heading*"-nya adalah untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tanpa memperpanjang kalimat "*heading*".

Tulisan di bawah "*heading*" dan "*sub heading*", yaitu:

Oleh: Anonim
Pengamat Pariwisata

merupakan "*credit line*" yang sering juga disebut "*by-line*"; menunjukkan nama penulis dan "*siapa dia*".

Fungsi dari "*credit line*" atau "*by-line*" adalah merupakan pemberitahuan tentang *identitas dan kualifikasi penulis* sebagai semacam "*penghargaan*" atau "*credit*" sekaligus juga "*pertanggungjawaban*" terhadap isi tulisan. Pada umumnya, tulisan berbentuk berita tidak diberikan "*credit line*" atau "*by-line*", tetapi hanya inisial penulisnya – misalnya "*NN*" — pada akhir berita, kecuali mungkin pada jenis-jenis berita yang disebut "*depth report*" atau "*investigative report*", yaitu berita-berita yang memberikan *penjelasan-penjelasan lebih mendalam* dengan dilakukannya *investigasi* oleh pihak wartawan, penulis berita yang bersangkutan.

Di bawah "*credit-line*" atau "*by-line*" terdapat nama kota atau tempat yang disebut "*date-line*" untuk menunjukkan tempat pembuatan tulisan atau berita yang bersangkutan.

Satu alinea di bahwa "*credit line*" dan "*date-line*" adalah apa yang disebut "*lead*" dari sesuatu tulisan, yang berisikan *inti sari tulisan, informasi dasar, dan rumusan isyu*, seperti yang dapat dilihat di bawah ini.

Sebanyak 218 pengunjung restoran "*American Fried Chichen*" meninggal dunia akibat ledakan bom yang terjadi di Kuta, Bali, Rabu malam 27 Januari 2009 lalu. Sebagian besar korban adalah wisatawan asing yang memang banyak mengunjungi restoran tersebut. Di samping itu, banyak juga korban wisatawan domestik, karyawan restoran dan beberapa orang yang kebetulan lewat ketika ledakan terjadi. Ledakan itu diduga disebabkan oleh pelaku peledakan bom bunuh diri.

Alinea ke dua dan ke tiga, yaitu:

Seluruh bangunan restoran hancur total. Beberapa bangunan di sekitar restoran juga mengalami kerusakan. Meski pun tidak separah " *American Fried Chicken*", namun kaca-kaca bangunan di sekitar restoran hancur. Belum diketahui jumlah kerugian materiil yang diderita akibat ledakan bom tersebut, namun diperkirakan mencapai beberapa milyar rupiah.

Juga belum diketahui siapa pelaku peledakan bom tersebut dan motivasinya. Namun yang jelas, ledakan bom di " *American Fried Chicken*" itu telah mengguncang para wisatawan di Bali. Banyak wisatawan mancanegara yang langsung pulang ke negara masing-masing. Bandara Ngurah Rai tanggal 28 Januari dibanjiri paling sedikit tiga ribu wisatawan asing yang berebut tiket pesawat untuk pulang.

... disebut "*bridge*" yang berfungsi menjadi semacam "*jembatan*" antara substansi dari tulisan di atasnya dan rangkaian informasi yang lebih rinci, relevan dan signifikan di bawahnya yang disebut "*body*" dari sebuah tulisan, yaitu:

Bali memang sudah sejak lama dikenal wisatawan, terutama wisatawan mancanegara. Mereka bahkan lebih mengenal Bali dari pada Indonesia. Sehubungan dengan itu baik Pemerintah mau pun Industri Pariwisata Indonesia seringkali menampilkan Bali dalam upaya-upaya promosi Pariwisata Indonesia agar lebih efektif dari pada mempromosikan daerah-daerah lain.

Sebagai salah satu DTW utama di Indonesia, Bali setiap hari dikunjungi seribu limaratus lebih wisatawan mancanegara, terutama dari Australia. Juga wisatawan domestik banyak berkunjung ke Bali, terutama di musim

liburan sekolah sehingga setiap tahun Bali dikunjungi banyak wisatawan domestik pula.

Dengan terjadinya ledakan bom di " American Fried Chicken" itu Pemerintah, Industri Pariwisata dan para pengamat pariwisata memperkirakan kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali, bahkan ke Indonesia, akan menurun secara drastis.

Uraian di atas baru memberikan gambaran umum tentang apa itu yang disebut "*penulisan*", format *dan* struktur tulisan, persyaratan-persyaratannya agar dapat diterima dan dimuat dalam media cetak — koran dan majalah — dengan memberikan contoh tulisan yang bersifat fiktif. Belum menyentuh soal teknik penulisan atau "*bagaimana teknik membuat tulisan*" yang akan dibahas dalam *Bab V* berikut ini.

BAB
V
TEKNIK PENULISAN
(“Writing Technique”)

Selain *format tulisan* seperti yang diuraikan dalam *Bab IV*, bidang jurnalistik juga mengenal berbagai *nomenklatur* atau *istilah*, yaitu:

- a. “5-*W*” dan “1-*H*”,
- b. “*nilai berita*”.

Yang dimaksud dengan “5-*W* dan 1-*H*” adalah *unsur-unsur* yang terdapat dalam suatu berita; sesuatu berita disebut lengkap jika berita tersebut paling sedikit mengandung 6 unsur, yaitu “5-*W*” dan “1-*H*” yang merupakan singkatan dari: *What (apa)*, *When (kapan)*, *Where (di mana)*, *Who (siapa)*, *Why (mengapa)*, dan *How (bagaimana)*.

Tidak adanya atau *hilangnya* salah satu unsur tersebut di atas membuat berita itu menjadi *tidak lengkap*.

Sebagai *contoh*, coba perhatikan lagi *alinea pertama* dari berita tentang ledakan bom di restoran “*American Fried Chicken*” berikut ini yang dikutip dari *Bab IV*:

LEDAKAN BOM MENGGUNCANG WISATAWAN BALI
Kunjungan wisatawan diperkirakan akan turun drastis.
Oleh: Anonim
Pengamat Pariwisata

Denpasar, 28 Januari 2009.

Sebanyak 218 pengunjung restoran "American Fried Chicken" meninggal dunia akibat ledakan bom yang terjadi di Kuta, Bali, Rabu malam 27 Januari 2009 lalu. Sebagian besar korban adalah wisatawan asing yang memang banyak mengunjungi restoran tersebut. Di samping itu, banyak juga korban wisatawan domestik, karyawan restoran dan beberapa orang yang kebetulan lewat ketika ledakan terjadi. Ledakan itu diduga disebabkan oleh pelaku peledakan bom bunuh diri.

Semua unsur berita terdapat dalam tulisan tersebut meski pun hanya berupa "lead" dari suatu berita dan terdiri dari hanya satu anilela saja, yaitu:

- *What* : ledakan bom,
- *When* : Rabu malam 27 Januari 2009 lalu.
- *Where* : Restoran "American Fried Chicken", Kuta, Bali,
- *Who* : a. korban : - 218 pengunjung restoran "American Fried Chicken" :
 - wisatawan asing & domestik,
 - karyawan restoran,
 - orang yang kebetulan lewat.

b. pelaku peledakan (belum diketahui).

- *Why* : motivasi peledakan (belum diketahui).
- *How* : bom bunuh diri.

Jika misalnya unsur “*What*” – yaitu kata-kata “*ledakan bom*” — dihilangkan maka berita tersebut akan berbunyi sebagai berikut :

LEDAKAN BOM MENGGUNCANG WISATAWAN BALI

Kunjungan wisatawan diperkirakan akan turun drastis.

**Oleh: Anonim
Pengamat Pariwisata**

Denpasar, 28 Januari 2009.

Sebanyak 218 pengunjung restoran “*American Fried Chicken*” meninggal dunia akibat ledakan bom yang terjadi di Kuta, Bali, Rabu malam 27 Januari 2009 lalu. Sebagian besar korban adalah wisatawan asing yang memang banyak mengunjungi restoran tersebut. Di

samping itu, banyak juga korban wisatawan domestik, karyawan restoran dan beberapa orang yang kebetulan lewat ketika ledakan terjadi. Ledakan itu diduga disebabkan oleh pelaku peledakan bom bunuh diri.

Dengan dihilangkannya kata-kata “*(pe)ledakan bom*” maka para pembaca *tidak tahu apa* yang terjadi di Kuta, Bali, Rabu malam 27 Januari 2009 lalu. Yang diketahui hanya “...sebanyak 218 pengunjung restoran “*American Fried Chicken*” meninggal dunia tapi tidak mengetahui penyebabnya. Dengan demikian maka berita itu dapat dikatakan tidak lengkap.

Sekarang kita hilangkan unsur “*Where*” — yaitu Restoran “*American Fried Chicken*”, Kuta, Bali — dari berita tersebut sehingga menjadi:

LEDAKAN BOM MENGGUNCANG WISATAWAN BALI

Kunjungan wisatawan diperkirakan akan turun drastis.

Oleh: Anonim

Pengamat Pariwisata

Denpasar, 28 Januari 2009.

Sebanyak 218 pengunjung restoran “American Fried Chichen” meninggal dunia akibat ledakan bom yang terjadi di Kuta, Bali, Rabu malam 27 Januari 2009 lalu. Sebagian besar korban adalah wisatawan asing yang memang banyak mengunjungi restoran tersebut. Di samping itu, banyak juga korban wisatawan domestik, karyawan restoran dan beberapa orang yang kebetulan lewat ketika ledakan terjadi. Ledakan itu diduga disebabkan oleh pelaku peledakan bom bunuh diri.

Dengan membaca berita di atas orang tidak tahu peristiwa ledakan bom yang memakan begitu banyak korba itu terjadi *di mana*: di Jakartakah, di Bandung, di Yogyakarta, di Bali atau di Makassar ? (*Coba Anda menghilangkan unsur-unsur lain – When, Who, Why dan How – dan lihat bagaimana hasilnya.*)

Meski pun “diciptakan” untuk penyusunan sebuah berita, keenam unsur di atas — unsur “5-W” dan “1-H” — *harus terdapat juga dalam setiap tulisan atau karangan.* Seperti halnya dengan berita, tidak adanya atau hilangnya salah satu unsur itu tadi akan membuat sesuatu tulisan atau karangan menjadi tidak lengkap.

Membuat tulisan yang menarik.

Sekarang Anda telah mengetahui tentang *tema pokok* atau *substansi tulisan*. Anda pun telah diberi tahu tentang *teknik penulisan*, tentang *teknik membuat tulisan*, tentang *unsur-*

unsur “5-W” dan “1-H” yang merupakan unsur-unsur utama (“ingredient”) suatu tulisan yang lengkap sehingga dapat menghasilkan karya tulis yang baik. Yang menjadi persoalan sekarang adalah bagaimana membuat tulisan yang menarik atau membuat tulisan yang “enak dibaca”.

Seerti yang telah disinggung di atas, tujuan sebuah tulisan atau karangan adalah untuk dibaca orang. Dibaca tidaknya sesuatu tulisan paling sedikit tergantung dari dua faktor:

1. *menarik tidaknya substansi atau isi tulisannya,*
2. *enak tidaknya tulisan itu untuk dibaca.*

Sehubungan dengan itu maka yang menjadi pertanyaan sekarang adalah:

1. *“Apa yang harus ditulis sehingga orang tertarik untuk dan mau membacanya ?”*
2. *“Bagaimana membuat sesuatu tulisan supaya enak dibaca ?”*

Agar sesuatu tulisan yang menarik untuk dibaca orang maka *isi (“content”), materi atau substansi tulisan itu adalah tentang topik atau persoalan yang menarik – atau yang mempunyai daya tarik — bagi orang yang membaca, sehingga yang menjadi pertanyaan sekarang adalah “... persoalan apa yang menarik bagi pembaca ?”*

Persoalan yang menarik bagi pembaca adalah persoalan-persoalan atau hal-hal yang mengandung unsur-unsur *“nilai berita”*, yaitu:

- a. *Unsur waktu (“timeliness”).*

Kalau Anda teliti sebuah koran atau majalah, Anda akan segera melihat bahwa peristiwa-peristiwa yang diberitakan koran atau majalah tersebut adalah peristiwa-peristiwa yang terjadi *sehari* atau *dua hari* sebelumnya atau yang akan terjadi dalam *waktu*

yang dekat. Peristiwa-peristiwa yang terjadi sehari dua hari yang lalu atau yang akan datang mempunyai *nilai berita yang tinggi* karena mempunyai "*relevansi yang tinggi*" dengan kita. Peristiwa yang terjadi seminggu, sebulan, setahun lalu atau lebih, mempunyai nilai berita yang rendah dan berita itu disebut "*basi*" karena mempunyai "*tingkat relevansi*" yang rendah.

Demikian juga peristiwa yang akan terjadi dalam waktu yang cukup lama, misalnya seratus tahun mendatang, mempunyai *nilai berita yang rendah*, meski pun *tidak* disebut "*basi*".

b. *Unsur kedekatan atau jarak ("proximity")*.

Peristiwa yang terjadi di sekitar kita (pembaca) mempunyai daya tarik yang lebih besar dibandingkan peristiwa yang terjadi di tempat yang jauh. Semakin dekat peristiwa itu terjadi, daya tariknya semakin besar. Begitu pun sebaliknya, semakin jauh peristiwa itu terjadi, semakin kurang daya tariknya bagi kita pembaca. Kebakaran yang terjadi di sebelah rumah lebih menarik dari pada kebakaran yang terjadi di kota lain.

c. *Unsur ketenaran ("prominence")*.

Berita tentang kematian seseorang yang terkenal mempunyai daya tarik yang lebih besar dari pada berita tentang kematian seseorang biasa, berita tentang kematian seseorang yang tidak terkenal.

d. *Makna, arti atau dampak ("consequence")*.

Kebakaran sebuah gedung bertingkat 50 mempunyai daya tarik yang lebih besar, artinya lebih menggemparkan, dibandingkan dengan kebakaran sebuah gubuk kecil. Penemuan obat untuk HIV/AIDS mempunyai daya tarik yang lebih besar dibandingkan dengan penemuan obat bisul.

e. Unsur “human interest”.

“Human Interest” adalah segala sesuatu yang secara umum mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

- yang mencekam (“*suspence*”) seperti, misalnya, selamat tidaknya para penumpang dalam kecelakaan pesawat terbang atau berhasil tidaknya sebuah operasi otak;
- yang tidak wajar (“*unusualness*”) seperti, misalnya, seorang wanita yang melahirkan bayi kembar delapan atau seorang minta-minta yang menemukan dompet berisikan uang limaratus ribu rupiah dan mengembalikannya kepada pemiliknya;
- kepentingan pribadi (“*personal interest*”) seperti, misalnya, mode busana terakhir atau ditemukannya pengobatan alternatif bagi penderita ambeien;
- konflik (“*conflick*”) seperti, misalnya, dituntutnya majikan kaya oleh pembantu rumah tangga karena penganiayaan;
- kemanusiaan atau yang menimbulkan *rasa iba atau simpati* (“*sympathy*”) seperti, misalnya, seorang janda miskin yang kehilangan rumah dan harta bendanya dalam kebakaran atau seorang janda yang berjumpa kembali dengan anaknya yang “hilang” selama 20 tahun;
- perkembangan atau kemajuan (“*progress*”) seperti, misalnya, keberhasilan seorang pilot buta melakukan penerbangan keliling dunia;
- seks (“*sex*”) seperti, misalnya, seorang bintang film cantik menikah dengan tukang kebunnya atau seorang bintang rock menceraikan isterinya, seorang model terkenal;

- *usia ("age")* seperti, misalnya, seorang petani di daerah perpendek berusia 150 tahun mengungkapkan rahasia usia panjang atau seorang balita selamat dari kecelakaan pesawat terbang;
- *humor* seperti, misalnya, seorang politisi berpidato berapi-api di televisi di depan mikrofon yang ternyata mati, dan lain sebagainya.

Kejadian atau peristiwa-peristiwa yang mengandung sesuatu atau beberapa unsur tersebut di atas senantiasa mempunyai daya tarik bagi manusia dan dapat dijadikan bahan tulisan. Namun di antaranya, yang paling utama adalah hal-hal yang mengandung unsur "human interest".

Tulisan yang enak dibaca.

Coba Anda membaca tulisan-tulisan di media cetak, antara lain di Koran atau Majalah *Tempo* yang menyandang motto "*Enak dibaca dan Perlu*". Anda akan melihat beberapa hal, yaitu:

1. *penggunaan (tata-) bahasa yang baik dan benar,*
2. *penggunaan kata-kata yang sederhana (mudah dimengerti),*
3. *kalimat yang pendek-pendek,*
4. *akurat,*
5. *jelas,*
6. *tidak bertele-tele.*

Berikut ini sebuah berita yang dikutip dari Koran *Tempo* edisi Jumat, 18 Mei 2007 sebagai *contoh*:

Senjata Purba dari Sangiran

Sragen - Warga sekitar kawasan situs arkeologi Sangiran di Sragen, Jawa Tengah, pekan lalu menemukan senjata berburu milik manusia purba. Usianya diperkirakan 1,8 - 8 juta tahun lalu.

Warga menemukan empat bola batu bundar berdiameter berbeda-beda, 8 - 9 sentimeter. Beratnya 700 gram, 1,1 kilogram.

"Bebatuan tersebut ditemukan bersamaan dengan fosil gigi buaya, gigi harimau, gigi hiu di lapisan tanah yang telah berusia 1,8 juta hingga 8 juta tahun karena ditemukan di formasi Puncangan atau di *pleistosen* bawah," kata Gunawan, petugas labotarium situs purbakala Sangiran, Jumat pekan lalu.

Bola-bola itu ditemukan Ngadino pada Kamis pekan lalu di tanah tegalan miliknya di Wonolelo, Ngebung, Kalijambe, Sragen. "Sebelumnya pernah ditemukan batu sejenis sebanyak 25 buah. Batu ini sengaja dibuat oleh manusia purba, yang diduga kuat untuk alat berburu. Cara menggunakannya adalah dilempar untuk melumpuhkan buruannya," ujar Gunawan.

Di lokasi yang sama, Ngadino juga menemukan dua fosil gigi harimau purba (*felis palaeo javanica*) masing-masing sepanjang 6,3 sentimeter dan 4 sentimeter, gigi buaya purba dari famili *Gavidae* sepanjang 1,7 sentimeter dan sebuah gigi ikan hiu purba sepanjang 5 sentimeter.

Belum lama ini, di sekitar lokasi penemuan itu, juga ditemukan dua fosil hewan mamalia, yaitu tulang paha bagian belakang hewan purba dari familia *Cervidae* (sejenis rusa) dan tulang paha bagian depan hewan famili *Bovidae* (sejenis kerbau/sapi). **ANAS SYAHIRUL.**

Dari berita tentang ditemukannya beberapa benda purbakala di Sragen di atas tampak hal-hal sebagai berikut:

- a. *Judul beritanya, yaitu "Senjata Purba dari Sangiran" mengandung unsur "human interest" yang cukup kuat,*
- b. *unsur "5W" dan ("1H") terpenuhi sehingga tulisan itu merupakan suatu berita yang lengkap,*
- c. *"heading" berita itu dapat dikatakan telah mencerminkan substansi tulisan,*
- d. *kalimatnya relatif pendek-pendek, yang paling panjang terdiri dari 43 kata, yaitu alinea ke 3,*
- e. *struktur bahasanya adalah baik dan benar,*
- f. *kata-kata yang digunakan adalah sederhana yang bisa dimengerti oleh orang awam,*
- g. *dipandang dari segi akademik, tulisan berita itu cukup berbobot dari dipergunakan kata-kata berbahasa Latin - bahasa akademik — untuk bagian-bagian biologi dan geologi seperti "pleistosen", "felis palaeo javanica", dan "Gavidae".*

Dengan kualifikasi seperti itu, maka berita tersebut menjadi *"enak dibaca"* dan *"perlu"* atau berkualitas.

Di samping itu masih ada beberapa hal lagi yang dapat dijadikan pedoman untuk membuat tulisan yang *enak dibaca*, yaitu:

- a. **Jangan membuat kalimat yang rumit.**
- b. **Jangan membuat kalimat bersayap.**

- c. Jangan membuat kalimat bermakna ganda.
- d. Jangan menggunakan kata-kata yang terlalu ilmiah.
- e. Jangan membuat kalimat yang menggurui.
- f. Jangan membuat kalimat yang berbunga-bunga tapi tidak bermakna.
- g. Jangan menulis tanpa arah.
- h. Jangan membuat tulisan yang dapat mempermalukan atau menghina orang lain.
- i. Jangan menafsirkan sendiri pendapat orang lain/ sumber berita.
- j. Jangan gampang merasa puas dengan tulisan yang telah dibuat.

Bagi seorang penulis pemula, mungkin ada suatu kendala yang harus ditanggulangi, yaitu rasa *kurang percaya diri* dan *ragu-ragu* apakah tulisannya bisa diterima oleh redaksi untuk dimuat di media cetak atau tidak. Ada dua cara untuk mengatasinya.

Yang *pertama*, Anda jangan buru-buru menulis suatu artikel yang berat-berat sebanyak lima enam halaman. Mulai saja dengan menulis apa yang disebut “Surat Pembaca” berisikan komentar tentang sesuatu berita yang dimuat di sesuatu media cetak, suatu rubrik yang selalu ada di setiap media cetak. Komentar berupa “*Surat Pembaca*” itu hendaknya dikirim ke redaksi yang memuat berita yang akan Anda komentari itu. Ada beberapa keuntungan dari menulis “*Surat Pembaca*”.

Pertama, tulisan dalam rubrik “*Surat Pembaca*” sudah *terfokus* pada sesuatu masalah yang tercantum dalam tulisan atau karangan yang Anda tanggapi. Dengan demikian Anda

secara otomatis sudah ditetapkan untuk menulis “*apa*”, sama seperti dalam pelajaran mengarang di SD dulu sewaktu ditugaskan untuk mengarang tentang “*berlibur*”.

Ke dua, karena menanggapi sesuatu tulisan tertentu, Anda dengan sendirinya cukup menguasai *substansi* tulisan, baik *substansi* dari tulisan yang Andaanggapi mau pun *substansi tulisan* dari tanggapan Anda sehingga peluang untuk dimuat adalah besar. Apa lagi karena tanggapan Anda itu ditulis dalam surat kabar atau majalah yang memuat tulisan yang Andaanggapi itu.

Ke tiga, tulisan tanggapan Anda – sebagai “*Surat Pembaca*” – relatif tidak terlalu panjang, tapi cukup untuk *latihan* mengekspresikan pendapat atau pandangan Anda melalui tulisan. Dan *ke empat*, dimuatnya tulisan Anda sebagai “*Surat Pembaca*” dalam koran atau majalah akan membuat Anda lebih *PD (Percaya Diri)* untuk menulis.

Saran *ke dua* untuk mengatasi rasa kurang *PD* atau perasaan ragu-ragu adalah mulai membuat tulisan atau karangan *jangan* di media cetak yang *sangat prestijius* dan *populer* karena peluang untuk dimuatnya lebih kecil; kecuali tulisan “*Surat Pembaca*” untuk menanggapi tulisan orang lain yang dimuat di media tersebut. Peluang untuk dimuatnya tulisan Anda di media yang kurang populer adalah lebih besar, meski pun honorinya mungkin juga tidak begitu besar. Yang penting, dengan dimuatnya tulisan Anda di media cetak akan membuat Anda lebih percaya diri (*PD*) akan kemampuan Anda untuk menulis.

BAB

VI

TULISAN TENTANG “PARIWISATA”

Pada hakekatnya, *tulisan* atau *karangan* tentang “*pariwisata*” atau karangan dengan subyek “*pariwisata*” dapat dibedakan dalam dua jenis tulisan, yaitu:

1. *tulisan wisata* atau “*travel writing*”,
2. *tulisan pariwisata* atau “*tourism writing*”.

Dalam *Bab VI* ini yang dimaksud dengan kata “*writing*” adalah “*tulisan*” (*sebagai kata benda*) dalam arti “*rangkaian dan pengelompokan huruf-huruf (dan angka-angka) yang mengandung makna, arti atau pengertian bagi yang membacanya.*” Sehubungan dengan itu maka — dalam *Bab VI* ini — yang dimaksud dengan “*travel writing*” adalah “*tulisan wisata*”, sedangkan yang dimaksud dengan “*tourism writing*” adalah “*tulisan pariwisata*”.

ad. 1. Tulisan Wisata (Travel Writing).

Yang dimaksud dengan “*tulisan wisata*” atau “*travel writing*” adalah tulisan atau karangan tentang *perjalanan* dan *persinggahan* wisatawan beserta segala *kegiatan* yang dilakukannya.

Seperti yang telah disinggung dalam *Bab II*, kegiatan yang dilakukan wisatawan selama melakukan perjalanan yaitu, “*kegiatan wisata*” atau “*travel activities*”, khususnya yang bersifat rekreatif, pada dasarnya terdiri dari kunjungan ke obyek-obyek wisata dan tempat-tempat yang mempunyai daya tarik wisata, makan dan minum di restoran, rumah-rumah makan, warung atau tempat-tempat makan lainnya, beristirahat dan bermalam di hotel, losmen, dan melakukan

kegiatan-kegiatan lainnya. Dan untuk dapat melakukan berbagai kegiatan wisata atau “*travel activities*” itu tadi diperlukan “*produk pariwisata*” yang terdiri dari 5 (lima) komponen, yaitu: obyek/dayatarik wisata (O/DTW), fasilitas, jasa layanan, kenang-kenangan (cinderamata) dan lain sebagainya (baca Bab II).

Fokus dan substansi dari “*tulisan wisata*” atau “*travel writing*” adalah pada pengalaman dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan para wisatawan selama melakukan perjalanan dan persinggahan (“*travel activities*”). Dan dari penjabarannya pada Bab II jelaslah bahwa yang dapat Anda tulis adalah banyak sekali.

Anda, sebagai “*penulis wisata*” atau “*travel writer*”, bisa menulis tentang obyek dan daya tarik wisata – *air terjun, goa, pantai, terumbu karang, gunung, kawah, kraton, gaya arsitektur, bangunan tua* dan lain sebagainya — yang ada di setiap kabupaten dan/atau kota. Atau menulis tentang manifestasi seni budaya dan nilai-nilai budaya dari 300 suku dan kelompok etnis yang ada di Indonesia, tentang *masakan* tradisional, tentang *Tari Kecak* atau *Serimpi*, tentang *situs-situs sejarah* dan *arkeologis* yang tersebar di seluruh nusantara, dan masih banyak lagi. Bentuk dari *tulisan wisata* pada umumnya berupa *fitur* atau “*feature*”, bersifat mikro dan diskriptif dengan pendekatan dari bawah (“*bottom-up approach*”).

ad. 2. Tulisan Pariwisata (Tourism Writing).

Yang dimaksud dengan “*tulisan pariwisata*” atau “*tourism writing*” adalah tulisan atau karangan tentang “*hal-hal, soal-soal dan/atau masalah-masalah yang ditimbulkan oleh pariwisata, perkembangannya, pengembangannya dan kegiatan wisata*”.

Seperti yang telah disinggung dalam Bab II juga ada dua hal yang perlu mendapatkan perhatian dari para *pengamat, pakar* dan *penulis pariwisata*, yaitu bahwa apa yang disebut “*pariwisata*” dan *perkembangan serta pengembangannya*:

a. *senantiasa menimbulkan berbagai interaksi:*

- *interaksi antara wisatawan dengan penduduk setempat yang menjadi tuan rumah mereka,*
- *interaksi antara manusia (baik wisatawan mau pun penduduk setempat) dan industri pariwisata dengan lingkungan fisik setempat,*

b. *bersifat serba “multi”, yaitu multi dimensi, multi kompleks dan multi “stake-holders” sehingga bersifat lintas sektoral.*

Sehubungan dengan itu, maka *pariwisata, perkembangan dan pengembangannya* akan menimbulkan hal-hal, soal-soal dan/atau dampak-dampak tertentu pada penduduk setempat — *dampak ekonomi, sosial, budaya* — dan *lingkungan hidupnya*. Dampak-dampak itu dapat bersifat positif mau pun negatif, dan seringkali sangat kompleks dan rumit.

Seperti yang telah disinggung di *Bab II*, pengembangan pariwisata bisa membuka lapangan kerja dan memperluas bidang usaha, namun, pada umumnya, yang dapat mengisi lowongan kerja adalah *para pendatang* yang telah mempunyai ketrampilan yang diperlukan untuk bekerja di bidang pariwisata, *bukan penduduk setempat*. Semua itu telah disinggung dalam *Bab II* juga.

Di sini *fokus dan substansi* dari “*tulisan pariwisata*” atau “*tourism writing*” lebih diarahkan pada *hal-hal, soal-soal dan masalah-masalah kepariwisataan dan dampak-dampak* yang ditimbulkan oleh *pariwisata, perkembangan dan pengembangannya*. Bukan pada Obyek/Daya tarik Wisata (O/DTW) atau komponen-komponen tertentu lainnya dari “*Produk Pariwisata*” yang pada hakekatnya merupakan *subyek* dari *tulisan wisata* atau “*travel writing*”. Sehubungan dengan itu, Anda sebagai penulis kepariwisataan *harus mengetahui hal-hal, soal-soal dan masalah-masalah* yang ditimbulkan oleh pariwisata dan kegiatan wisata yang sebagian sudah diungkapkan dalam *Bab II dan Bab III*.

Uraian dalam *Bab II* dan *Bab III* mungkin baru dapat memberikan gambaran yang *komprehensif* tentang apa itu “*pariwisata*” dan “*industri pariwisata*”. Anda masih harus banyak membaca tentang soal-soal pariwisata yang ditulis dan dikaji oleh para pakar pariwisata, dan Anda masih harus mengembangkan serta menjabarkan *substansi* dalam *Bab II* dan *Bab III* dengan pemikiran-pemikiran yang *kritis*.

Anda sebagai “*penulis pariwisata*” atau “*tourism writer*”, bisa menulis, misalnya, tentang *dampak dari pengembangan pariwisata di negara-negara sedang berkembang terhadap nilai-nilai sosial budaya masyarakat setempat*, tentang *peranan pariwisata dalam mengembangkan kebudayaan*, tentang *pariwisata ekologis*, *pariwisata berkelanjutan*, *pariwisata alternatif* dan lain sebagainya. Bentuk dari *tulisan pariwisata* pada umumnya berupa *kajian analisis* dan bersifat *makro* dengan *pendekatan dari atas* (“*top-down approach*”).

Kombinasi.

Di samping “*tulisan wisata*” (“*travel writing*”) dan “*tulisan pariwisata*” (“*tourism writing*”), ada juga *jenis tulisan ke tiga* yang pada hakekatnya merupakan *kombinasi* dari “*tulisan wisata*” (“*travel writing*”) dan “*tulisan pariwisata*” (“*tourism writing*”).

Tulisan jenis ke tiga ini biasanya diawali dengan penulisan yang bersifat *mikro* untuk kemudian mengangkat masalah-masalah *makro*. Agar lebih jelas, perhatikan cuplikan tulisan jurnalistik berbentuk berita tentang ledakan bom di Bali pada *Bab I* berikut ini:

“Sebanyak 218 pengunjung restoran “*American Fried Chicken*” meninggal dunia akibat ledakan bom yang terjadi di Kuta, Bali, Rabu malam 27 Januari 2009 lalu. Sebagian besar korban adalah wisatawan asing, terutama wisatawan dari Australia yang memang banyak mengunjungi restoran tersebut. Di samping itu, banyak

juga korban wisatawan mancanegara dari negara-negara lain, wisatawan domestik, karyawan restoran dan beberapa orang yang kebetulan lewat ketika ledakan terjadi. Ledakan itu diduga disebabkan oleh pelaku peledakan bom bunuh diri.

Seluruh bangunan restoran hancur total. Beberapa bangunan di sekitar restoran juga mengalami kerusakan. Meski pun tidak separah " *American Fried Chicken*", namun kaca-kaca bangunan di sekitar restoran hancur. Belum diketahui jumlah kerugian materiil yang diderita akibat ledakan bom tersebut, namun diperkirakan mencapai beberapa milyar rupiah. Juga belum diketahui siapa pelaku peledakan bom tersebut dan motivasinya. Namun yang jelas, ledakan bom di " *American Fried Chicken*" itu telah mengguncang para wisatawan di Bali. Banyak wisatawan mancanegara yang langsung pulang ke negara masing-masing. Bandara Ngurah Rai tanggal 28 Januari dibanjiri paling sedikit tiga ribu wisatawan asing yang berebut tiket pesawat untuk pulang.

Sebagai salah satu DTW utama di Indonesia, Bali setiap hari dikunjungi seribu limaratus wisatawan mancanegara, terutama dari Australia, dan dari negara-negara lain. Juga wisatawan domestik banyak berkunjung ke Bali, terutama di musim liburan sekolah sehingga setiap tahun Bali dikunjungi wisatawan domestik.

Bali memang sudah sejak lama dikenal wisatawan, terutama wisatawan mancanegara. Mereka bahkan lebih mengenal Bali dari pada Indonesia. Sehubungan dengan itu baik Pemerintah mau pun Industri Pariwisata Indonesia seringkali menampilkan Bali dalam upaya-upaya promosi Pariwisata Indonesia sehingga lebih efektif dari pada mempromosikan daerah-daerah lain...dst.

Dengan terjadinya ledakan bom di " *American Fried Chicken*", Pemerintah, Industri Pariwisata dan para

pengamat pariwisata memperkirakan kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali, bahkan ke Indonesia, akan menurun secara drastis.

Ledakan bom tersebut hendaknya dijadikan pelajaran bagi kita untuk tidak mengandalkan pariwisata sebagai sumber penghasil utama Bali dan mulai mempromosikan daerah-daerah Indonesia lainnya."

Dalam tulisan tentang ledakan bom di Bali di atas terasa seolah-olah ada semacam jarak antara substansi atau isi tulisan dengan si penulis dan dengan pembaca sehingga tulisan itu disebut bersifat "*im-personal*"; terasa sekali bahwa penulis seolah-olah berada di luar kejadian tersebut. Sekarang bandingkan tulisan di atas dengan tulisan di bawah ini:

"Suasana penuh gembira ria "Nyoman Café", di mana saya bersama beberapa teman sedang menikmati bir dingin, mendadak berubah menjadi gempar oleh sebuah ledakan dahsyat yang berasal dari sebuah restoran beberapa belas meter dari kami. Dan suasana itu segera berubah pula menjadi kepanikan yang dipenuhi dengan teriakan-teriakan histeris dan isak tangis yang terdengar di mana-mana..."

Sebanyak 218 pengunjung restoran "*American Fried Chicken*" meninggal dunia akibat ledakan bom yang terjadi di Kuta, Bali, Rabu malam 27 Januari 2009 lalu. Sebagian besar korban adalah wisatawan asing, terutama wisatawan dari Australia yang memang banyak mengunjungi restoran tersebut. Di samping itu, banyak juga korban wisatawan mancanegara dari negara-negara lain, wisatawan domestik, karyawan restoran dan beberapa orang yang kebetulan lewat ketika ledakan terjadi. Ledakan itu diduga disebabkan oleh pelaku peledakan bom bunuh diri.

Begitu ledakan terjadi, saya secara refleks menjatuhkan diri dan bersembunyi di bawah meja. Entah berapa lama saya berlindung di bawah meja. Setelah tidak mendengar ledakan susulan, saya memberaikan diri untuk berdiri. Sambil bergemataran saya memeriksa tubuh saya. Untunglah saya tidak menderita luka-luka kecuali sedikit lecet di lutut. Setelah meyakinkan semua tetam-teman baik-baik saja barulah saya melihat keadaan di sekitar saya.

Seluruh bangunan restoran hancur total. Tubuh-tubuh bergelimpangan dan darah berceceran di mana-mana. Beberapa bangunan di sekitar restoran juga mengalami kerusakan. Meski pun tidak separah "*American Fried Chicken*" namun kaca-kaca bangunan di sekitar restoran hancur. Termasuk "*Nyoman Cafee*" di mana beberapa saat sebelumnya masih dipenuhi suka ria pengunjungnya. Belum diketahui jumlah kerugian materiil yang diderita akibat ledakan bom tersebut, namun diperkirakan mencapai beberapa milyar rupiah. Juga belum diketahui siapa pelaku peledakan bom tersebut dan motivasinya. Namun yang jelas, ledakan bom di "*American Fried Chicken*" itu telah mengguncang para wisatawan di Bali. Banyak wisatawan mancanegara yang langsung pulang ke negara masing-masing, termasuk dua teman Australia yang bersama saya minum-minum di "Nyoman Cafee". Bandara Ngurah Rai tanggal 28 Januari dibanjiri paling sedikit tiga ribu wisatawan asing yang berebut tiket pesawat untuk pulang.

Sebagai salah satu DTW utama di Indonesia, Bali setiap hari dikunjungi seribu limaratus wisatawan mancanegara, terutama dari Australia, dan dari negara-negara lain. Juga wisatawan domestik banyak berkunjung ke Bali, terutama di musim liburan sekolah sehingga setiap tahun Bali dikunjungi wisatawan domestik.

Bali memang sudah sejak lama dikenal wisatawan, terutama wisatawan mancanegara. Mereka bahkan lebih mengenal Bali dari pada Indonesia. Sehubungan dengan itu baik Pemerintah mau pun Industri Pariwisata Indonesia seringkali menampilkan Bali dalam upaya-upaya promosi Pariwisata Indonesia sehingga lebih efektif dari pada mempromosikan daerah-daerah lain...dst.

Dengan terjadinya ledakan bom di "American Fried Chicken", Pemerintah, Industri Pariwisata dan para pengamat pariwisata memperkirakan kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali, bahkan ke Indonesia, akan menurun secara drastis.

Ledakan bom tersebut hendaknya dijadikan pelajaran bagi kita untuk tidak mengandalkan pariwisata sebagai sumber penghasil utama Bali dan mulai mempromosikan daerah-daerah Indonesia lainnya."

Dengan disispkannya kata:

"... Suasana penuh gembira ria "Nyoman Café", di mana saya bersama beberapa teman sedang menikmati bir dingin, mendadak berubah menjadi gempar oleh sebuah ledakan dahsyat yang berasal dari sebuah restoran beberapa belas meter dari kami. Dan suasana itu segera berubah pula menjadi kepanikan yang dipenuhi dengan teriakan-teriakan histeris dan isak tangis yang terdengar di mana-mana..."

dan kalimat-kalimat lain yang diberi garis bawah, karangan tersebut menjadi berbeda, tulisan itu mendapatkan *nuansa* dan *warna* lain, yaitu:

1. mendapatkan sentuhan personal, karena penulis menjadi dan merupakan bagian dari peristiwa ledakan bom tersebut,

2. *menghilangkan jarak antara substansi dengan penulis dan pembaca sehingga mendekatkan pembaca, melalui penulis dengan peristiwa ledakan bom yang dialami penulis,*
3. *berita tentang peledakan bom di Bali menjadi karangan tentang dampak dari peledakan bom di restoran “American Fried Chicken” terhadap perkembangan pariwisata di Bali, dan umumnya terhadap perkembangan pariwisata di Indonesia.*

Apa pun bentuk dan jenis tulisan yang Anda buat – *tulisan wisata, tulisan pariwisata atau kombinasi dari keduanya* – sebaiknya dikaitkan dan diwarnai dengan pengalaman, kesaksian, perasaan serta gejala-gejala hati pribadi Anda sendiri sehingga dapat membawa dan mendorong pembaca masuk ke dalam tulisan tersebut, membuat pembaca seolah-olah berada dan terlibat dalam apa yang Anda alami dan rasakan. Paling tidak, tulisan Anda dapat menjadi lebih menarik.

Ingat ! *Anda membuat tulisan atau karangan tentang pariwisata, bukan berita tentang pariwisata !¹*

1. *Cobalah tulisan berbentuk berita tentang peledakan bom di “American Fried Chicken” di atas Anda beri tambahan-tambahan kata atau kalimat sehingga “berita” tersebut dapat menjadi sebuah “karangan” yang mengandung makna.*

BAB
VII
PENULISAN WISATA
(“Travel Writing”)

Seperti yang telah dijabarkan dalam *Bab VI* tentang “*tulisan pariwisata*”, pada hakekatnya ada dua jenis *tulisan* atau *karangan* dengan subyek “*pariwisata*”, yaitu:

1. *tulisan wisata atau “travel writing”*,
2. *tulisan pariwisata atau “tourism writing”*.

Sehubungan dengan itu maka ada pula dua jenis *penulisan* dengan subyek “*pariwisata*”, yaitu “*penulisan wisata*” dan “*penulisan pariwisata*” yang dalam bahasa Inggris disebut “*travel writing*” dan “*tourism writing*” saja.

Yang dimaksud dengan “*tulisan wisata” atau “travel writing”* adalah *tulisan* atau *karangan* tentang *perjalanan* dan *persinggahan* wisatawan beserta segala *kegiatan* yang dilakukannya, yaitu:

- a. *mengunjungi obyek-obyek wisata dan tempat-tempat yang mempunyai daya tarik wisata,*
- b. *makan dan minum di restoran, rumah-rumah makan, warung atau tempat-tempat makan lainnya,*
- c. *beristirahat dan bermalam di hotel, losmen, guest house, villa atau tempat-tempat penginapan lainnya,*
- d. *berbelanja di “shopping center” atau “shopping mal”, pasar tradisional, toko swalayan, toko cinderamata atau tempat-tempat berbelanja lainnya,*

- e. berrekreasi di teater, sanggar seni, kelab malam, dan lain sebagainya,
- f. dan untuk melakukan semua kegiatan itu ia (wisatawan) memerlukan transportasi.

Yang dimaksud dengan “*tulisan pariwisata*” atau “*tourism writing*” adalah tulisan atau karangan tentang “*hal-hal, soal-soal dan/atau masalah-masalah yang ditimbulkan oleh pariwisata, perkembangannya, pengembangannya dan segala kegiatan yang dilakukan oleh para wisatawan*”.

Dari yang diuraikan dalam *Bab II* tentang “*Pariwisata*” dan *Bab III* tentang “*Industri Pariwisata*” kiranya dapat Anda lihat bahwa banyak sekali hal-hal dan persoalan-persoalan yang dapat kita tulis dengan *subyek pariwisata* atau tentang *pariwisata*; baik sebagai “*tulisan wisata*” atau “*travel writing*” mau pun sebagai “*tulisan pariwisata*” atau “*tourism writing*”. Namun justru karena banyaknya hal dan persoalan yang dapat ditulis, Anda seringkali menjadi bingung mau menulis tentang *apa* seperti yang banyak dikeluhkan orang. Anda bingung untuk memilih salah satu subyek tulisan tertentu, pikiran Anda menjadi tidak fokus.

Marilah kita sekarang memfokuskan pembahasan pada jenis *tulisan tentang pariwisata* yang pertama, yaitu pada “*tulisan wisata*” atau “*travel writing*”, dan kemudian dalam *Bab VIII* nanti pada jenis *tulisan tentang pariwisata* yang ke dua, yaitu “*tulisan pariwisata*” atau “*tourism writing*”.

Tulisan wisata (“travel writing”).

Seperti yang telah dikemukakan dalam *Bab II* tentang “*Pariwisata*” dan juga telah disinggung di atas, *kegiatan utama* yang dilakukan oleh wisatawan adalah ‘*mengunjungi dan melihat-lihat Obyek atau Daya Tarik Wisata (O/DTW)* yang ada di sesuatu atau beberapa *Daerah Tujuan Wisata (DTW)* tertentu. Sehubungan

dengan itu maka “*Obyek/Dayatarik Wisata*” (*O/DTW*) merupakan komponen utama dari produk pariwisata.

Apa yang disebut “*Obyek/Daya Tarik Wisata*” (*O/DTW*) itu sangat banyak jenisnya dan ada di setiap negara termasuk Indonesia, seperti yang telah disinggung dalam *Bab II* tentang “*Pariwisata*”. Indonesia juga memiliki sejarah yang panjang. Negeri yang sekarang disebut “*Indonesia*” ini, khususnya Pulau Jawa telah dihuni manusia sejak ribuan tahun lalu yang terbukti dari ditemukannya kerangka atau tengkorak manusia purba disebut “*Pithecanthropus erectus*”. Di samping itu, nama “*Pulau Jawa*” sudah dicatat dalam “*Indian Chronicles*” pada 600 tahun Sebelum Masehi. Dengan demikian maka banyak sekali yang dapat Anda tulis tentang “*pariwisata*”, baik sebagai “*tulisan wisata*” atau “*travel writing*” mau pun sebagai “*tulisan pariwisata*” atau “*tourism writing*”.

Dua jenis penulisan wisata.

Ada beberapa jenis “*tulisan*” dan “*penulisan wisata*” atau “*travel writing*” yang dapat Anda lakukan. Yang *pertama* adalah tulisan dan penulisan wisata yang sekedar bersifat *informatif* berbentuk *laporan* (“*reportase*” atau “*reportage*”) yang sedikit banyak bersifat “*netral*” atau “*obyektif*” seperti berita, yang *ke dua* adalah tulisan dan penulisan wisata berbentuk *fitur* (“*feature*”) yang sedikit banyak bersifat “*subyektif*” di mana *pendapat, pandangan* dan kadang-kadang juga *perasaan* si penulis ikut mewarnai karangan tersebut.

Di samping itu ada tulisan dan penulisan wisata atau “*travel writing*” berupa tulisan tentang sesuatu obyek wisata tertentu saja (“*spot writing*”), dan ada lagi tulisan berupa “*kisah perjalanan*” dan kunjungan ke beberapa obyek wisata.

Sebagai contoh, berikut ini saya salinkan sebuah tulisan wisata yang sekedar bersifat informatif dalam bentuk “*reportase*” berupa “*spot writing*” yang dimuat *Majalah Travel Club* edisi 185/Juni 2007/tahun XIX:

MENERAWANG INDAH

di Balekambang

Wisata alam Kabupaten Malang bukan cuma perkebunan the dan air terjun. Obyek wisata lainnya yang bisa kita nikmati adalah pantai. Sekurangnya ada 3 obyek wisata pantai di kabupaten ini yang merupakan rangkaian Pantai Selatan Jawa, yakni Pantai Ngliyep, Sendang Biru, dan Pantai Balekambang. Kondisi alam ketiga pantai ini masih asri.

Pantai Balekambang merupakan pantai andalan Kabupaten Malang. Sebelum menjadi obyek wisata, pantai ini kerap digunakan sebagai lokasi kegiatan Pramuka. Pada 1985, pantai ini dikelola Pemkab Malang kemudian hingga menjadi obyek wisata yang ramai dikunjungi masyarakat Malang dan sekitarnya. Pengunjungnya paling ramai, terutama pada hari libur seperti Lebaran dan Tahun Baru serta liburan sekolah. Pada hari-hari tersebut, biasanya di pantai ini dipertunjukkan hiburan musik, kuda lumping, dan wayang kulit.

Fasilitas pendukung wisata di Pantai Balekambang cukup lengkap. Ada kamar mandi umum, pendopo, warung, dan toko cenderamata. Tersedia pula penginapan dengan tarif kamar bervariasi. Kamar berdinding batu Rp 150.000 per malam dan kamar berdinding bambu Rp 75.000 per malam, lengkap dengan kamar mandi di setiap kamar.

Kondisi pantainya masih asri dengan pemandangan menawan. Pantainya berpasir putih membentang

sepanjang sekitar 500 meter hingga akhirnya menjadi tembok-tembok karang raksasa di sebelah timur. Airnya masih jernih dan bersih. Di pantai ini, kita bisa berjemur sambil bersantai di pasir, bermain air di tepian pantainya. Tidak disarankan berenang karena ombaknya besar.

Di pantai ini terdapat sebuah pura yang berdiri sejak tahun 2001, tepatnya di atas sebuah pulau karang yang menjorok ke laut. Untuk mencapainya kita harus meniti jembatan permanen. Pulau karang tempat berdirinya Pura Amerta Jati itu bernama Pulau Ismoyo. Saat berada di atas Pura tersebut, kita bisa melihat bentangan Pantai Balekambang sampai ke arah timur. Saat perayaan agama Hindu seperti hari raya Nyepi, pura ini ramai didatangi umat Hindu dari berbagai daerah dan sering diadakan upacara khusus.

Pantai Balekambang dapat dicapai dari kota Kepanjen menuju menuju kota Kecamatan Bantur. Tiket masuk ke pantai ini sebesar Rp 5.000 per orang. Melihat keindahan dan kekhasan Pantai Balekambang, rasanya kurang lengkap kalau Anda belum mengunjunginya saat berwisata di Kabupaten Malang.
TC Ferry.

Sekarang bandingkan tulisan tentang Pantai Balekambang di atas dengan beberapa *cuplikan* tulisan saya berbentuk fitur atau “*feature*” yang pernah dimuat di *Harian Kompas* tanggal 4 November 1979 berjudul “*Mari bertamasya: Mendengarkan simfoni alam di Karang Bolong*” berikut ini :

Mari bertamasya:

MENDENGARKAN SIMFONI ALAM

DI

KARANG BOLONG

Oleh: H. Kodhyat.

Setelah bekerja enam hari penuh, kita pada umumnya ingin beristirahat menikmati hari libur di rumah; bangun tidur agak siang dan santai bermalas-malasan. Jarang terlintas dalam benak kita bahwa waktu yang terbuang ta'kan dapat diulang.

Mengapa kita tidak memanfaatkan hari libur ini dengan bertamasya; sendirian, bersama pacar, dengan keluarga atau ramai-rama bersama kawan ? Tetapi, ke mana kita harus pergi ?

Terserah anda ! Jika mau sebentar melayangkan pikiran ke tempat-tempat di sekitar kediaman anda, pasti anda akan menemukannya. Dan pasti banyak yang dapat anda lihat dan nikmati.

Beberapa waktu yang lalu, saya sekeluarga bersama keluarga adik saya mengunjungi pantai Carita dan Karang Bolong di pesisir Selat Sunda. Letaknya kurang lebih 170 - 180 kilometer dari Jakarta. Di gulung ombak yang cukup besar, pantai berpasir putih desa Carita itu mengingatkan saya akan pantai Kuta di Bali. Hanya suasananya saja yang berbeda; lebih tenang dan tenteram, tidak diganggu oleh pemandangan orang-orang bertiduran berjemur diri... dst.

Singgah di Batukuwung.

Kami berangkat dari Jakarta sekitar jam 09.00 (pagi),

lewat Tangerang dan Serang. Jarak Jakarta - Serang sekitar 92 kilometer. Dari Serang kami menuju Selatan ke arah Pandeglang. Kira-kira 20 kilometer sebelah Selatan Serang, di desa Cadasari, tiba-tiba kami menjumpai sebuah persimpangan jalan dengan papan berpanah menunjuk ke kanan. Pada papan tersebut tertera tulisan "Batukuwung". Tanpa pikir panjang lagi, kami membelokkan kendaraan mengikuti arah panah tersebut.

Kondisi jalan tidak baik, kalau tidak mau dikatakan buruk. Terutama setelah melewati beberapa kilometer dari persimpangan jalan tadi. Beberapa kali kendaraan harus melintasi jembatan darurat. Bahkan beberapa kali terpaksa harus menuruni sungai dangkal berpasir karena jembatan sedang diperbaiki. Akhirnya kami tiba juga di Batukuwung. Jaraknya dari persimpangan jalan tadi sekitar 12 kilometer.

Di sana terdapat pemandian air panas. Hari itu, yang memang hari libur, tempat itu cukup banyak dikunjungi orang; terutama dari Jakarta karena memang mempunyai daya tarik tersendiri. Yakni air panas yang mengandung beberapa mineral, sehingga, menurut keterangan yang tertera di papan pengumuman, dapat menyembuhkan berbagai jenis penyakit kulit. Tapi justru membaca keterangan itu, kami sekeluarga malah tidak berani mandi di kolam renang.

Di sana terdapat juga kamar-kamar mandi khusus bagi mereka yang ingin mencoba kemujaraban air panas yang mengandung mineral itu. Tetapi melihat kondisinya yang sangat kurang terawat, hilanglah selera untuk mencobanya... dst. ...

Setelah singgah di Batukuwung kira-kira tiga perempat jam, kami melanjutkan perjalanan menuju sasaran utama tamasya kami; pantai Carita dan Karang bolong.

Sebenarnya ada jalan lintas yang langsung menuju pantai di Selat Sunda, dekat Karang bolong. Tetapi beberapa penjual buah-buahan menasehatkan kami agar jangan menempuh jalan itu; jalan terlalu rusak untuk dilewati mobil sedan. Maka kami pun kembali menuju desa Cadasari, persimpangan jalan yang kami masuki tadi. Dan dari sana kami melanjutkan perjalanan menuju Pandeglang di sebelah Selatan... dst.

Kami tiba di Labuhan sekitar jam 15.05, dan langsung menuju Utara ke arah Carita. Jaraknya dari Labuhan sekitar 10 kilometer. Pantainya indah sekali...dst.

Pantai Carita terletak di sebuah teluk. Maka di kejauhan tampak ujung teluk berupa sederetan pohon kelapa yang memenuhi pantai menjulang ke laut. Dan lebih jauh lagi di Selatan tampak samat-samar pesisir cagar alam Ujung Kulon.

Simfoni alam.

...Setelah tanya kanan kiri, ternyata letak Karang bolong hanya sekitar 18 kilometer di sebelah Utara Carita. Kondisi jalan memang kurang baik; masih berupa batu-batu kapur yang disusun belum diaspal. Walau pun demikian, jalan itu masih dapat dilalui tanpa menimbulkan gangguan yang berarti, asalkan saja kendaraan tidak dilarikan terlalu kencang.

Desa tersebut juga terletak di tepi pantai. Disebut "Karang bolong" karena di sana terdapat sebuah batu karang raksasa yang berlubang menembus ke laut. Tempat itu juga mempunyai daya tarik tersendiri. Melalui anak tangga yang dipahat pada dinding batu karang raksasa tersebut, kita dapat naik ke atas guna menikmati pemandangan alam yang indah.

Di sana, di atas batu karang raksasa, suasananya memberikan kesan tersendiri. Dibuai oleh angin yang cukup kencang tampak gulungan-gulungan ombak memukul padas, menimbulkan suara menggelegar dan menderuderu; seolah-olah sedang mempagelarkan orkes simfoni alam yang begitu megah sehingga kita merasa diri menjadi kecil berhadapan dengan kebesaran alam semesta... dst.

Tulisan saudara *TC Ferry* tentang *Pantai Balekambang* di Malang yang dimuat di *Majalah Travel Club* edisi 185/Juni 2007/tahun XIX disalin secara lengkap untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang sebuah tulisan atau penulisan wisata ("*travel writing*") berbentuk fitur atau "*feature*" yang sekedar bersifat informatif dan bersifat "*spot writing*", sedangkan tulisan saya tentang *Karang Bolong* yang dimuat di *Harian Kompas* 4 November 1979 hanya disalin beberapa cuplikannya saja karena terlalu panjang untuk di muat keseluruhannya. Namun demikian, cuplikan-cuplikan tulisan tentang Karang bolong itu sudah cukup memberikan gambaran tentang tulisan dalam bentuk fitur atau "*feature*" di mana subyektifitas dalam bentuk pandangan, pendapat dan perasaan ikut mewarnai tulisan tersebut.

Di sekeliling Anda.

Seperti yang telah dikemukakan di atas, karena banyaknya hal-hal yang dapat ditulis tentang *subyek pariwisata*, Anda seringkali menjadi bingung mau menulis tentang *apa*. Namun, satu hal yang perlu Anda ketahui. Di antara sekian banyak hal yang dapat Anda tulis, *subyek tulisan yang selalu menarik bagi masyarakat umum* adalah tulisan tentang *manusia* dengan *segala kegiatan dan aspek kehidupannya: pola dan gaya hidupnya, kebudayaan dan nilai-nilai sosial budaya yang mereka anut, bentuk arsitektur rumah mereka, cara mereka mencari nafkah dan lain sebagainya*, karena semua itu mengandung unsur "*human interest*" yang kuat sekali. Dan seperti

yang telah disinggung di atas, Indonesia dihuni oleh lebih dari 300 suku bangsa dan kelompok etnis, sehingga Anda tidak bakal kehabisan bahan untuk menulis.

Saya tidak tahu Anda – pembaca buku ini – tinggal atau berada di mana. Tapi cobalah Anda melihat sekeliling Anda...

Mungkin Anda tinggal di atau berasal dari *Rangkasbitung*, ibukota *Kabupaten Lebak* di *Propinsi Banten*. Di Kabupaten Lebak, relatif tidak jauh dari Rangkasbitung, terdapat suatu komunitas yang disebut "*Masyarakat Baduy*", suatu komunitas yang "*mengasingkan diri*" dari kelompok-kelompok masyarakat lainnya. Anda bisa menulis tentang masyarakat itu; tentang struktur sosialnya, tentang pola dan gaya hidup mereka, tentang lingkungan hidupnya, tentang nilai-nilai sosial budaya dan kepercayaan atau agama yang mereka anut dan masih banyak lagi.

Begitu juga Anda bisa menulis tentang masyarakat "*Orang Rimba*" atau masyarakat "*Kubu*" di Propinsi Jambi, tentang "*Orang Minang*", "*Orang Batak*", "*Orang (Dayak) Benuaq*" dan suku-suku Dayak lainnya, "*Orang Papua*" dan lain sebagainya.

Indonesia memiliki lebih dari 40 *Taman Nasional*, belum lagi *Taman Hutan Wisata* dan jenis-jenis *kawasan konservasi* lainnya. Semua itu bisa Anda tulis. Anda bisa menulis tentang *flora* dan *fauna*, baik yang ada di hutan-hutan dekat tempat tinggal Anda. Anda bisa menulis tentang komunitas-komunitas terumbu karang baik secara umum mau pun yang ada di Indonesia.

Untuk dapat menulis, Anda tentunya harus mengetahui dan menguasai subyek yang akan Anda tulis; mengenal masyarakat *Baduy* dengan segala adat istiadatnya, tentang masyarakat *Kubu* dan lain sebagainya. Dan seperti yang telah disinggung di muka, untuk itu, selain membaca (*melakukan penelitian literatur*), Anda harus melakukan *peninjauan di lapangan* dan *wawancara* karena tulisan Anda itu termasuk jenis tulisan *non-fiksi* meski pun bersifat *populer*, bukan *akademik* atau *ilmiah*.

Agar tulisan Anda menjadi lebih menarik, sertakan juga *peta* dan *foto-foto* tentang O/DTW yang Anda tulis.

Anda dapat juga mendapatkan bahan-bahan informasi dari berbagai sumber seperti *buku-buku*, *tulisan-tulisan* di media massa, dan jangan lupa melalui *internet*. Salah satu sumber informasi tentang O/DTW yang terdapat di daerah Anda adalah dari Dinas Pariwisata setempat.

Subyek yang menarik juga untuk ditulis adalah *aktivitas* manusia seperti *trekking/hiking*, *canoeing*, *caving/menjelajah goa*, dan lain sebagainya, termasuk *makan* dan *shopping* seperti yang telah disinggung di atas. Juga tentang pengalaman perjalanan yang Anda lakukan. Dan kalau Anda mempunyai hobi melakukan kegiatan-kegiatan seperti itu, jenis-jenis kegiatan tersebut dapat dijadikan bahan atau subyek tulisan yang menarik, baik bagi sesama hobiist, apa lagi bagi orang awam.

Daerah perkotaan.

Pada kesempatan ini saya ingin menyinggung dua *subyek tulisan* yang dapat Anda lakukan karena mungkin jarang terpikirkan orang.

Yang *pertama* adalah tentang *masakan* yang dapat Anda kaitkan dengan soal *kebudayaan* dan *lingkungan*, bukan hanya sekedar tulisan tentang resep-resep masakan. Ibu *Suryatini N. Ganie*, pemilik *Majalah Selera*, banyak menulis tentang jenis-jenis masakan yang dikaitkan dengan soal budaya dan lingkungan, yaitu biasanya edisi hari Minggu di koran *Jakarta Post* yang berbahasa Inggris. Biar bagaimana pun juga, masakan adalah hasil karya manusia, dan hasil *karya manusia* – paling tidak menurut beberapa pakar – merupakan salah satu bentuk manifestasi *budaya* yang sangat dipengaruhi oleh lingkungan fisik atau alam sekitarnya, terutama dalam kaitannya dengan bahan-bahan mentah dari masakan yang bersangkutan. Sehubungan dengan itu, apa yang disebut “*Wisata Kuliner*” dewasa ini mulai menjadi “*trend*” seperti yang dapat Anda lihat di televisi, antara lain program “*The ABC of Cooking Adventure with Willian Wongso*” di Metro-TV dan di “*Discoveru Channel: Travel and Living*”.

Subyek tulisan lainnya yang menarik untuk ditulis adalah obyek-obyek dan dayatarik wisata di daerah-daerah perkotaan yang kaya akan bangunan-bangunan kuno, sejarah dan perkembangannya. Anda pun bisa menulis tentang kota di mana Anda tinggal dan sejarahnya; tentang kota Bandung dan sejarahnya, tentang kota Cirebon, Tegal, Pekalongan, Semarang, Solo, Yogyakarta, Surabaya, Medan, Makassar dan kota-kota Indonesia lainnya di mana Anda tinggal. Selain dari literatur, Anda bisa mendapatkan informasi dari orang-orang tua yang lahir dan dibesarkan di kota yang bersangkutan. Dengan demikian Anda bisa menjadi “Sejarahwan Kota” atau “Town Historian”.

BAB
VIII
PENULISAN PARIWISATA
(“Tourism Writing”)

Sekarang marilah kita bahas *jenis tulisan* dengan subyek “*pariwisata*” yang *ke dua*, yaitu “*tulisan pariwisata*” atau “*tourism writing*”.

Seperti yang telah disinggung dalam *Bab IV* masalah yang dihadapi setiap calon penulis — termasuk *penulis wisata* (“*travel writer*”) dan *penulis pariwisata* (“*tourism writer*”) — adalah “*apa ?*” dan “*bagaimana ?*”; yaitu “*menulis apa ?*” dan “*bagaimana cara menulisnya ?*” Seperti halnya dengan *penulisan wisata* atau “*travel writing*”, begitu juga dengan *penulisan pariwisata* atau “*tourism writing*” banyak hal yang dapat Anda tulis.

Kalau dalam “*tulisan wisata*” atau “*travel writing*” yang ditulis adalah soal-soal yang berkaitan dengan *perjalanan*, *persinggahan* dan *kegiatan wisatawan*, maka dalam “*tulisan pariwisata*” atau “*tourism writing*” yang ditulis adalah:

- a. *hal-hal, soal-soal, masalah-masalah yang berkaitan dengan keseluruhan fenomena dan hubungan-hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan wisatawan, manusia di luar habitatnya,*
- b. *tentang industri yang memenuhi kebutuhan-kebutuhannya, dan dampak-dampak yang ditimbulkan oleh manusia dan industri terhadap aspek-aspek sosial budaya, ekonomi dan lingkungan fisik dari kelompok masyarakat yang merupakan tuan rumah.*
Bab II tentang Pariwisata dan Bab III tentang Industri

Pariwisata telah memberikan gambaran yang konprehensif tentang apa itu “*pariwisata*” dan unsur-unsurnya dapat Anda gunakan sebagai acuan untuk mengkaji soal-soal kepariwisataan.

Bagaimana menulisnya ?

Yang menjadi persoalannya sekarang adalah *bagaimana menulisnya, bagaimana memulainya*, dan apa yang dapat *memicu tulisan pariwisata* (“*tourism writing*”) ?

Kalau *tulisan wisata* atau “*travel writing*” pada umumnya berbentuk *fitur* atau “*feature*”, maka bentuk *tulisan pariwisata* atau “*tourism writing*” lebih bersifat *analisis* atau bisa juga *gabungan dari keduanya*, yakni *fitur* (“*feature*”) dan *analisis*. Tentang bentuk-bentuk tulisan telah dibahas dalam *Bab I*. Kedua jenis atau bentuk tulisan tersebut — *fitur* mau pun *analisis* — bisa bersifat akademik mau pun populer.

Seperti halnya dengan *tulisan-tulisan wisata* atau “*travel writings*”, Anda bisa memulai *penulisan pariwisata* atau “*tourism writing*” dari mana saja. Yang penting adalah Anda terlebih dahulu harus mengetahui hendak menulis tentang “*apa*”, mengetahui *topik* atau *tema pokok* dari tulisan yang hendak Anda buat. Salah satu contohnya adalah tulisan saya yang dimuat di *Harian Suara Karya* edisi 28 November 1987 berikut ini.

MEMBENAHI JAKARTA MENJADI KOTA PARIWISATA

Orang masih saja mengasosiasikan Daerah Tujuan Wisata (DTW) dengan daerah-daerah yang berhawa sejuk di daerah pegunungan atau daerah pantai dengan pemandangan indah. Sedikit sekali yang bisa menerima bahwa kota-kota besar dapat menjadi DTW yang menarik, sehingga Jakarta lebih sering diasosiasikan sebagai kota industri atau kota dagang dari pada sebagai DTW... dst.

Dari judul atau “*heading*” tulisan di atas para pembaca sudah dapat memperkirakan *topik* atau *tema pokok* tulisan tersebut, yaitu tentang “...*potensi Jakarta sebagai kota pariwisata*”. Dan dari “*lead*” yang terdapat pada alinea pertama dari cuplikan tulisan di atas Anda dapat melihat bagaimana saya membuka atau memulai tulisan tersebut. Kedua-duanya, yaitu *heading* dan *lead* yang saya buat di atas telah memenuhi tujuan dan fungsinya masing-masing seperti yang disinggung dalam *Bab IV*.

Dari tulisan yang sama, saya bisa juga memakai *judul* atau “*heading*” yang berbeda yaitu, misalnya, “*Potensi Jakarta sebagai Kota Pariwisata*” atau “*Jakarta sebagai Kota Pariwisata ?*” dan berbagai judul atau “*headings*” lainnya. Dari judul atau “*heading*” yang saya pergunakan mau pun dari “*heading-heading*” lainnya yang bisa dipergunakan di atas kiranya dapat dilihat bahwa fungsi “*heading*” telah terpenuhi, yaitu “... *untuk menangkap perhatian atau menggelitik “rasa ingin tahu” pembaca*. Demikian juga *judul* atau “*heading*” tulisan yang saya pergunakan dan alternatif-alternatifnya dapat mencerminkan inti dari *topik* tulisan dan sari dari “*lead*” yang bersangkutan.

Begitu juga “*lead*” atau *kalimat pembuka* tulisan tersebut dapat diganti dengan misalnya: “*Tidak banyak orang yang menyadari bahwa Jakarta mempunyai banyak obyek dan daya tarik wisata...dst.*” Dan dari “*lead*” yang saya pergunakan atau dari “*lead*” alternatif di atas dapat dilihat pula bahwa fungsi “*lead*” terpenuhi juga, yaitu untuk “...*menarik perhatian pembaca pada topik tulisan dan menumbuhkan minat untuk membaca terus*” dan sekali gus juga “*berisikan inti sari tulisan, informasi dasar atau rumusan isyu dari pokok persoalan tulisan tersebut.*”

Pemicu penulisan pariwisata (“tourism writing”).

Seperti halnya dengan *penulisan wisata* atau “*travel writing*”, yang dapat memicu ide atau gagasan *penulisan pariwisata* atau “*tourism writing*” bisa macam-macam juga.

Pertama-tama, sesuatu *tulisan* atau *penulisan pariwisata* dapat *dipicu* oleh berita-berita yang dimuat di media massa seperti, misalnya, diluarkannya—“*travel warning*” oleh pemerintah Amerika Serikat dan Australia kepada warganegaranya untuk tidak mengunjungi Indonesia. Membaca tentang dikeluarkannya “*travel warning*” itu Anda dapat membuat tulisan sebagai tanggapan tentang “*travel warning*” tersebut.

Salah satu contoh *tulisan pariwisata* yang *dipicu* oleh *pemberitaan* di media massa adalah cuplikan dari tulisan saya yang dimuat *Harian Kompas* edisi 21 Desember 1981, berjudul “*Pariwisata Sebagai Sumber Penghasil Devisa ke Tiga ?*” berikut ini:

**PARIWISATA SEBAGAI SUMBER
DEWISA KE TIGA ?**

PERTENGAHAN tahun ini terbetik sebuah berita yang menggembirakan bidang pariwisata di Indonesia. Di hadapan para wartawan, Dirjen. Pariwisata mengungkapkan keinginan Presiden, agar sub-sektor pariwisata dapat dijadikan penghasil devisa nomor tiga atau empat di negeri ini. Sekarang nomor enam... dst.

Pemicu-pemicu lain yang dapat menimbulkan *ide* atau *gagasan* bagi *penulisan pariwisata* dapat Anda peroleh dari percakapan dengan orang-orang lain, dari apa yang Anda lihat sewaktu pergi ke suatu tempat, dan masih banyak lagi. Namun demikian, di antara pemicu-pemicu tersebut di atas, pemicu yang paling efektif adalah pemberitaan di media massa karena persoalan yang dijadikan landasan tanggapan Anda adalah masih sangat relevan.

Salah satu contoh cuplikan *tulisan pariwisata* saya yang *dipicu* oleh percakapan dengan seseorang adalah tulisan yang dimuat *Harian Kompas* edisi 21 Juni 1983, adalah sebagai berikut.

Pariwisata Indonesia:

SEMINAR "PRODUK DISAIN INDUSTRI PARIWISATA"

SEORANG warga negara Inggris yang sudah empat tahun tinggal di Indonesia berkata kepada saya: "*Do you realize that you are actually sitting on a gold mine ?*" Sadarkah Anda bahwa sebenarnya Anda duduk di atas tambang mas ?

Dia mengatakan itu sewaktu kami sedang makan siang di Coffee Shop Hotel Kusuma Sahid Prince Solo awal bulan ini ketika sama-sama menghadiri seminar tentang Produk Disain Industri Pariwisata Jawa Tengah dan Yogyakarta. Kata-katanya tadi diucapkan dalam konteks kekayaan kepariwisataan Indonesia... dst.

Kedua cuplikan di atas menunjukkan bahwa *sesuatu berita* di media massa dan *percakapan* dengan seseorang dapat menjadi *pemicu* bagi suatu *penulisan pariwisata* atau "*tourism writing*". Dan kedua cuplikan tulisan di atas sekali gus dapat dijadikan contoh bagaimana *membuka* atau *memulai* sesuatu *tulisan pariwisata* atau "*tourism writing*".

Berpikiran kritis.

Dalam melakukan *penulisan pariwisata* dengan topik apa saja, dengan pendekatan dan dari sudut pandang yang berbeda-beda. Namun demikian, Anda harus tetap berpikiran *kritis*; jangan melihat persoalan hanya dari permukaannya saja ("*at face value*"), jangan "*terjebak*" dalam *pola pikir sempit yang baku dan searah* dan menerima segala sesuatu begitu saja sebagai suatu kebenaran ("*taken for granted*"). Anda harus berusaha untuk dan dapat berpikir secara "*lateral*", yaitu berpikir dari sisi atau sudut pandang lain, sudut

pandang yang berbeda, meski pun kadang-kadang dirasakan tidak logis.

Kekurang-pahaman mengenai pariwisata seringkali menimbulkan *pola pikir sempit yang baku dan searah* tersebut di atas sehingga menjebak pikiran orang; bukan saja pikiran masyarakat awam, tapi juga — bahkan justru — pikiran para profesional pariwisata. Penyebabnya adalah karena pemikiran “*ego-sentris*” dan “*ego-sektoral*” yang masih sering menjebak pola pikir kita, termasuk pola pikir pada profesional pariwisata.

Contohnya, seperti yang telah disinggung dalam *Bab III* tentang “*Industri Pariwisata*”, para “*promotor*” pariwisata — yaitu mereka-mereka yang terlibat dalam pengembangan pariwisata atau “*orang-orang pariwisata*” — seringkali cenderung untuk melihat *pembangunan* dengan pendekatan sektoral, yaitu hanya dari *sisi* dan dari *kepentingan pariwisata* saja. Di luar pariwisata seolah-olah tidak ada “*stake-holders*” lain, sektor-sektor lain yang juga mempunyai kepentingan.

Selain itu, seperti yang telah disinggung dalam *Bab III*, mereka juga seringkali cenderung untuk melihat pariwisata dan pengembangannya hanya dari sisi yang positif saja, yaitu bahwa pariwisata dan pengembangannya berpotensi untuk membuka dan/atau memperluas lapangan kerja dan bidang usaha, yang secara otomatis atau “*taken for granted*” akan diisi oleh masyarakat. Titik !

Mereka tidak mempertanyakan lagi siapa yang mengisinya; *penduduk setempat* atau *masyarakat pendatang* ? sehingga yang seringkali terjadi adalah bahwa masyarakat atau penduduk setempat tergusur atau terpinggirkan. Begitu juga soal perolehan dan peningkatan pendapatan devisa, soal peningkatan kegiatan ekonomi, dan lain sebagainya.

Contoh lain lagi tentang “*jebakan pola pikir baku*”. Pariwisata memang memerlukan *lingkungan yang baik, sehat dan bersih* sehingga kebanyakan orang — terutama “*orang-orang pariwisata*” — beranggapan bahwa perkembangan dan pengembangan pariwisata *secara otomatis* atau *dengan sendirinya* (“*taken for granted*”) akan menciptakan lingkungan yang baik pula.

Kenyataannya seringkali justru sebaliknya. Coba lihat saja, di sebagian besar tempat wisata, sampah senantiasa berserakan, kotor, dan tidak sehat.

Perkembangan dan pengembangan pariwisata di kawasan Puncak, Jawa Barat, menimbulkan berbagai dampak negatif sebagai berikut:

- *terjadinya polusi atau pencemaran udara karena padatnya kendaraan bermotor, khususnya pada akhir pekan dan hari-hari libur,*
- *terjadinya polusi atau pencemaran pemandangan atau panorama karena makin banyak dipenuhi oleh bangunan-bangunan, gubuk-gubuk dan tenda-tenda biru penjual buah-buahan di tepi jalan sehingga merusak keindahan panorama,*
- *makin berkurangnya lahan pertanian karena terjadinya alih fungsi lahan,*
- *makin berkurangnya daerah resapan air oleh makin banyaknya rumah-tumah, vila-vila, jalan-jalan dan bangunan-bangunan lain sehingga...*
- *mengakibatkan daerah Puncak menjadi rawan longsor,*
- *dan banjir di daerah-daerah yang lebih bawah seperti Bogor dan Jakarta, bahkan seringkali juga di daerah Puncak sendiri.*

Kebanyakan orang seringkali juga tidak membedakan “*perkembangan*” dari “*pengembangan*”, karena di Indonesia kata “*development*” dipakai untuk mengartikan “*perkembangan*” mau pun “*pengembangan*”, juga di bidang pariwisata.

Kata “*pengembangan*” atau “*development*” mengandung arti “... *perkembangan yang direncanakan dan dikendalikan*”,

sedangkan kata "*perkembangan*" atau "*evolution*" mengandung arti "... *pertumbuhan yang tidak terencana mau pun terkendali*". Sehubungan dengan itu maka pada umumnya yang terjadi adalah "*perkembangan pariwisata*" yang oleh orang asing diistilahkan sebagai "*tourism evolution*", bukan "*pengembangan pariwisata*" atau "*tourism development*".

Kalau toh ada aspek perencanaan, yang ada hanyalah *perencanaan tata ruang* atau "*spatial planning*" tentang sesuatu kawasan pariwisata, bukan perencanaan yang berkaitan dengan "... *pariwisata sebagai suatu studi tentang manusia di luar habitatnya, tentang industri yang memenuhi kebutuhan-kebutuhannya, dan dampak-dampak yang ditimbulkan oleh manusia dan industri terhadap aspek-aspek sosial budaya, perekonomian dan lingkungan fisik dari kelompok masyarakat yang merupakan tuan rumah*" ... seperti yang diungkapkan oleh Jafar Jafari dalam Bab II.

Dampak-dampak negatif dari perkembangan pariwisata di kawasan Puncak tersebut di atas disebabkan karena yang terjadi di kawasan Puncak *bukan pengembangan pariwisata, tetapi perkembangan pariwisata, yaitu pertumbuhan pariwisata yang tidak terencana, tidak terkendali, tidak sesuai atau melanggar ketentuan-ketentuan tata-ruang (kalau ada), tidak sesuai atau melanggar Analisa Dampak Lingkungan atau AMDAL (kalau ada), dan hanya berorientasi pada Pendapatan Asli Daerah (PAD)*.

Semua itu harus dapat Anda mengantisipasinya dan mengungkapkannya dalam tulisan-tulisan Anda; tentunya dengan argumentasi yang solid.

Mungkin tulisan Anda tidak mendapatkan tanggapan dari pihak-pihak yang bersangkutan. Tidak jadi soal. Pokoknya Anda telah mengutarakannya. Salah satu contoh tulisan seperti itu adalah salinan artikel saya yang dimuat di Harian Suara Karya edisi 29 Agustus 1989 berikut ini.

KASUS CIBODAS, DAMPAK PARIWISATA YANG BISA MERUGIKAN PARIWISATA SENDIRI

Oleh: H. Kodhyat.

Tujuannya memang baik. Pembangunan lapangan golf dan sarana akomodasi di Cibodas akan menambah khasanah kepariwisataan di kawasan Puncak. Dan, menurut keterangan para pejabat seperti yang dimuat di beberapa surat kabar, khasanah kepariwisataan itu paling sedikit akan membuka lapangan kerja buat 400 orang.

Tetapi, mengapa pembangunan khasanah kepariwisataan itu sampai menimbulkan kehebohan? Karena kehadiran pariwisata itu menimbulkan korban: digusurnya sekian ratus keluarga petani yang telah menggarap tanah di sana sejak beberapa puluh tahun dengan "ganti rugi" sebesar Rp. 30, — per meter persegi.

Kasus itu mencerminkan berbagai hal, dan tentu termasuk dalam hal kepariwisataan. Tampaknya secara nyata bahwa pariwisata benar-benar bersifat multidimensional dan multisektoral. Kehadiran pariwisata, dalam bentuk lapangan golf dan sarana akomodasi, di Cibodas telah menimbulkan masalah yang bersumber pada perbedaan beberapa kepentingan dan yang dapat dilihat dari berbagai aspek: aspek ekologis/konservasi, aspek sosial, aspek hukum dan keadilan.

Kepentingan.

Karena lokasinya konon bertetangga dengan Taman Nasional Cibodas, pembangunan lapangan golf dan sarana akomodasi itu sedikit banyak akan mempengaruhi kelestarian Taman Nasional tersebut. Dilihat dari segi ekologi,

khususnya hidrologi, mungkin tidak akan menimbulkan dampak negatif, bahkan justru bisa positif karena lapangan golf tersebut akan dapat menyerap air hujan dan menjadi semacam zona penyangga dari taman itu.¹

Dampak negatif yang mungkin bisa timbul adalah pencurian kayu di kawasan Taman Nasional itu yang terpaksa dilakukan penduduk karena mata pencarian mereka dari hasil garapan tanah telah menjadi lapangan golf dan hotel mewah. Sayang sekali bahwa PHPA, yang sebenarnya berkepentingan dalam kasus ini, tidak bersuara.

Yang jelas, di sini kita dihadapkan pada pilihan antara kepentingan pariwisata dan fihak penguasa yang ingin mendapatkan keuntungan dari situ dengan kepentingan rakyat petani penggarap yang hidup dari hasil garapannya di tanah itu.

Perbedaan atau pertentangan kepentingan itu diatasi melalui jalur hukum. Setelah diteliti, tanah itu konon milik desa yang diolah petani penggarap dengan membayar semacam uang sewa kepada desa. Karena hasilnya tidak cukup untuk membiayai pengeluaran rutin para pamong desa, maka tanah itu dikontrakkan kepada perusahaan yang akan membangun dan mengelola sarana dan fasilitas kepariwisataan itu. Hasilnya cukup besar untuk membiayai pengeluaran rutin itu tadi.

Jika tanah itu memang milik desa, secara hukum formal, fihak petani penggarap berada dalam posisi yang lemah. Apa lagi kalau proses perjanjian kontrak antara pamong desa dengan fihak pengusaha dilakukan menurut jalur yang sudah benar seperti yang dikemukakan oleh Mendagri.

1. Baru belakangan, sekitar pertengahan tahun 1990-an, saya mendapat informasi bahwa (konon) daya serap lapangan golf terhadap air hujan hanya sekitar 40 % saja, sedangkan 60 % akan mengalir ke sungai, danau, laut dan tempat-tempat lain dengan segala bahan-bahan kimia beracun yang digunakan untuk pembuatan lapangan golf sehingga akan membunuh biota-biota yang ada di daerah sekitar lapangan golf.

Yang tampak dan rupanya menjadi permasalahan di sini adalah bahwa di Indonesia, sampai dewasa ini, seolah-olah masih terdapat dualisme hukum. Di satu pihak diberlakukannya hukum formal yang berlandaskan pada sistem hukum Barat. Dan di lain pihak, berlakunya suatu bentuk hukum yang hidup di masyarakat yang berlandaskan sistem hukum adat dan yang, kalau tidak salah, diakui oleh Undang-undang Pokok Agraria. Dan menurut sistem hukum adat yang oleh Van Vollenhoven adalah benar-benar hukum, pada hemat saya, para petani penggaraplah yang lebih berhak atas tanah karena sudah menggarapnya sejak puluhan tahun yang lalu secara turun menurun.

Sayangnya, para ahli hukum (khususnya para ahli hukum adat) tidak bersuara. Mungkin karena kasus ini dianggap masalah pariwisata ?

Soal keadilan.

Tapi, dalam segala kesimpangsiuran ini, yang mungkin lebih relevan dalam kasus ini adalah soal keadilan yang pada hakekatnya merupakan landasan bagi setiap sistem hukum dan bagi setiap keputusan yang diambil oleh para pemegang kekuasaan.

"Imbalan bernada kasihan" (menurut Pejabat Kepala Desa Cimacan, seharusnya para petani itu bersyukur karena masih mendapatkan uang "*pangjeujuh*") sebesar Rp. 30,— per m² bagi petani yang mengolah tanah itu sejak puluhan tahun secara turun menurun itu, jelas tidak mencerminkan keadilan dengan ukuran apa pun. Bahkan sama sekali tidak manusiawi.

Beberapa pejabat mengatakan bahwa dibangunnya sarana dan fasilitas kepariwisataan itu akan membuka lapangan kerja dan bidang usaha baru, sesuai dengan teori

kepariwisataan, paling sedikit bagi 400 orang untuk dijadikan "caddy" atau membuka warung.

Masalahnya, beralih profesi tidak semudah yang diucapkan, betapa pun sederhananya profesi baru yang terbuka bagi para petani penggarap. Dan yang lebih menjadi masalah lagi adalah bahwa profesi baru itu baru terbuka beberapa tahun lagi. Pada hal, manusia harus makan setiap hari meski pun hanya sekali sehari.

Kepentingan para pamong desa jelas tidak boleh diabaikan. Dengan mengkontrakkan tanah seluas 29 ha. Itu kepada pihak pengusaha dan mendepositkan hasil kontrakan itu pada bank, maka gaji dan tunjangan kesejahteraan para pamong desa pasti lebih terjamin jika dibandingkan dengan hasil pungutan sewa dari para petani penggarap. Tapi apakah jaminan kesejahteraan para pamong itu harus diperoleh dari penderitaan para petani yang harus diemongnya itu? Dan bukankah sudah menjadi kewajiban Pemerintah untuk menggaji dan memberikan tunjangan kesejahteraan kepada aparatnya?

Dampak pariwisata.

Akhirnya kita bertanya, meski pun dalam hati, pembangunan pariwisata itu sebenarnya untuk apa dan untuk siapa?

Untuk memberikan sarana dan fasilitas hobi dan rekreasi bagi sekelompok orang tertentu saja atau untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat?

Ironinya, peristiwa itu terjadi pada saat Pemerintah sedang getol-getolnya berusaha membangkitkan "sadar wisata" di seluruh lapisan masyarakat. Apakah dengan terjadinya peristiwa itu bisa diharapkan terbangkitnya peran-serta masyarakat dalam pembangunan dan

pengembangan pariwisata ? Apakah, dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata, manusia menjadi subyek atau obyek ?

Orang-orang kota, memang sering pandai bersilat lidah. Apalagi jika sudah berbicara soal peraturan dan jalur formil, masyarakat petani hanya bisa menderita. Tapi, hati nuranilah, kalau masih ada, yang bisa mengatakan mana yang benar, mana yang salah, mana yang adil, mana yang tidak adil.

Yang jelas, peristiwa yang terjadi dalam kasus Cibodas itu dan peristiwa-peristiwa serupa, merupakan salah satu dampak pariwisata yang pada akhirnya bisa merugikan pariwisata sendiri.***

* H. Kodhyat SH Direktur Lembaga Studi Pariwisata Indonesia.

Tulisan tentang “kasus Cibodas” itu sengaja disalin lengkap, meski pun panjang, karena mempunyai relevansi dengan semua uraian dalam buku ini.

Tulisan saya di atas memang tidak ditanggapi oleh pihak penguasa. Pembangunan lapangan golf dan sarana akomodasi berjalan terus, dan kasus-kasus serupa terjadi lagi diberbagai daerah lainnya; di Wonogiri, di Pulau Nias dan di tempat-tempat lain. Namun sepuluh tahun kemudian, setelah Presiden Soeharto lengser (atau dilengserkan ?), terbetik berita bahwa lapangan golf di Cibodas itu dicangkuli dan ditanami kembali oleh masyarakat petani.

Makna “Pengembangan Pariwisata”

Pada umumnya, jika berbicara soal pengembangan pariwisata yang dimaksud adalah meningkatkan kegiatan wisata; baik kegiatan wisata domestik, terutama meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Itulah sebabnya maka para penyelenggara pariwisata, termasuk pihak Pemerintah, mengutamakan aspek pemasaran dan promosi.

Pilihan pada peningkatan kegiatan wisata dalam pengembangan pariwisata adalah masuk akal. Buat apa mengembangkan *produk pariwisata*, mengembangkan *daerah tujuan wisata*, *industri pariwisata* dan lain sebagainya kalau *kegiatan wisatanya* tidak berkembang, kalau *wisatawannya* tidak ada atau tidak kunjung datang ? Namun demikian, kalau kegiatan wisatanya – baik domestik mau pun mancanegara – sudah meningkat, lalu *apa makna pengembangan pariwisata ?*

Pada umumnya para penyelenggara pariwisata – baik dari pihak Pemerintah mau pun dari pihak Usaha Kepariwisataan – berhenti sampai di situ, sehingga peningkatan kegiatan wisata dijadikan tujuan akhir dari pengembangan pariwisata. Ditambah dengan sikap “*ego-sentris*” dan “*ego-sektoral*” maka para penyelenggara pariwisata menganggap dan menjadikan *pariwisata* sebagai “*panglima*”: semuanya harus tunduk pada “pariwisata”, terutama di daerah-daerah di mana bidang pariwisata telah berkembang cukup signifikan sehingga Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pariwisata cukup besar di dibandingkan dari sektor-sektor lainnya.

Akibatnya, perkembangan pariwisata di daerah tersebut tidak terkendali sehingga melampaui ambang batas daya dukung lingkungan dan menimbulkan berbagai dampak negatif dalam bentuk seperti yang telah disinggung dalam *Bab II* tentang “*Pariwisata*”.

Pada mulanya, pihak pemerintah mau pun dunia usaha tidak melihat dampak-dampak negatif itu tadi. Dan kalau pun melihat, mereka seringkali menutup mata karena “silau oleh glamur” dan keuntungan materiil yang dihasilkan oleh pariwisata. Yang paling merasakan dampak-dampak negatif itu tadi adalah terutama penduduk setempat karena, biar bagaimana pun juga, pada hakekatnya pariwisata adalah kejadian-kejadian yang bersifat lokal (*local happenings*).

Sebagai penulis pariwisata, semua itu harus dapat diantisipasi oleh Anda dalam menulis soal-soal kepariwisataan. Dan Anda pun harus dapat menggugah perhatian pihak-pihak yang

berkepentingan untuk mencari jalan keluar dari permasalahan-permasalahan yang ditimbulkan oleh perkembangan dan pengembangan pariwisata. Paling tidak, Anda harus mengingatkan akan akibat dan dampak-dampak negatif yang bisa ditimbulkan oleh pariwisata dan pengembangannya.

BAB
IX
CATATAN AKHIR

Setelah membaca, berlatih dan mempraktekkan semua hal yang diuraikan dalam buku “*Cara Mudah Penulisan Pariwisata*” ini diharapkan Anda bisa menjadi penulis pariwisata yang handal. Namun, yang lebih penting lagi adalah menjadi penulis pariwisata yang peduli; peduli pada kelestarian lingkungan — baik alam maupun budaya — yang merupakan sumber daya pariwisata, dan terutama peduli terhadap masyarakat, khususnya penduduk setempat karena merekalah yang paling besar merasakan dampak dari perkembangan dan pengembangan pariwisata.

Sampai sekarang, pariwisata seringkali dipersepsikan sebagai *alat* atau *instrumen* dan diarahkan untuk :

- a. *meningkatkan pendapatan, khususnya perolehan devisa,*
- b. *memperluas lapangan kerja dan bidang usaha,*
- c. *mendorong pembangunan daerah,*
- d. *memperkenalkan alam dan kebudayaan Indonesia.*

Sehubungan dengan itu maka tampak sekali bahwa pengembangan pariwisata bersifat *ekonomi sentris* dan kurang memperhatikan aspek-aspek sosial, budaya dan lingkungan sehingga seringkali menimbulkan dampak-dampak yang bersifat negatif seperti yang telah diungkapkan di muka.

Di samping itu, persepsi dan arah pengembangan pariwisata yang bersifat *ekonomi sentris* “tersebut di atas secara substansial

mengecilkkan atau “*under-estimate*” *potensi pariwisata*. Sebenarnya pariwisata mempunyai potensi yang jauh lebih besar dan lebih mulia dari pada itu.

Selain mempunyai potensi untuk meningkatkan pendapatan, khususnya perolehan devisa, memperluas lapangan kerja dan bidang usaha, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan alam dan kebudayaan Indonesia, pariwisata juga berpotensi untuk:

- a. *meningkatkan kualitas hubungan manusia,*
- b. *meningkatkan kualitas hidup masyarakat, khususnya penduduk setempat,*
- c. *meningkatkan kualitas lingkungan.*

Dengan demikian pariwisata memiliki nilai yang sangat strategis dalam pembangunan nasional dan dalam upaya untuk ikut menciptakan perdamaian dunia seperti yang diamanatkan dalam Pembukaan Undang-undang Dasar 1945, yaitu:

- a. *Meningkatkan kualitas hubungan manusia berarti meningkatkan saling pengertian, saling menghargai, persehabatan, solidaritas yang bisa mengarah pada perdamaian.*
- b. *Meningkatkan kualitas hidup manusia — khususnya penduduk setempat — berarti tidak hanya meningkatkan kesejahteraan materiil atau ekonomi semata-mata, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan spiritual, kultural dan intelektual yang bisa mengarah pada menciptakan manusia (Indonesia) seutuhnya.*

- c. *Meningkatkan kualitas lingkungan hidup — baik lingkungan fisik atau alam, mau pun lingkungan budaya — berarti juga menjaga kelestarian sumber daya alam, budaya sehingga mengarah pada kesinambungan sumber daya pariwisata dan menunjang upaya-upaya pembangunan yang berkesinambungan atau “sustainable development”.*

Agar dapat “memanfaatkan” potensi-potensi pariwisata tersebut di atas secara optimal maka diperlukan perubahan persepsi tentang pariwisata dan perubahan paradigma dalam pengembangan pariwisata. Perubahan-perubahan itu dapat Anda lakukan sebagai penulis pariwisata meski pun perwujudannya mungkin sangat lambat.

DAFTAR PUSTAKA

1. Burkart and Medlik; *Tourism: Past, Present and Future*; 2nd Edition, 1981, Heinemann, London.
2. Mathieson, Alister and Geoffrey Wall (1982); *Tourism — Economic, Physical, and Social Impact*; London; Longman.
3. Jafari, Jafar; *Annals of Tourism Research V*; 1977.
4. Yoeti, Oka A.; *Pengantar Ilmu Pariwisata*; Penerbit Angkasa, Bandung, 1983.
5. Kodhyat SH, H.; *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*; Grasindo 1996.
6. Kodhyat SH, H.; “Mendengarkan Simfoni Alam di Karang Bolong”; *Harian Kompas* 4 November 1979.
7. Kodhyat SH, H.; “Pariwisata sebagai Sumber Penghasil Devisa ke Tiga ?”; *Harian Kompas* 21 Desember 1981.
8. Kodhyat SH, H.; “Pariwisata Indonesia: Seminar Produk Disain”; *Harian Kompas* 21 Juni 1983
9. Kodhyat SH, H.; “Membenahi Jakarta Menjadi Kota Pariwisata”; *Harian Suara Karya* 28 November 1987.
10. TC, Ferry; “Menerawang Indah di Balekambang”; *Majalah Travel Club*, Juni 2007.

11. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan; Kamus Besar Bahasa Indonesia; Cetakan ke dua, 1989; Balai Pustaka.
12. Rosenthal M.S., Irving and Yarmon B.S., Morton; The Art of Writing Made Simple; Made Simple Book, Inc., New York, 1956.
13. Atmowiloto, Arswendo; Mengarang itu Gampang; Gramedia, Jakarta, 1982.
14. Harjono, Rum; Bahan-bahan Pelatihan “Penulisan Pariwisata” yang diselenggarakan oleh Lembaga Studi Pariwisata Indonesia bekerja sama dengan Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, tanggal 10 – 12 Desember 2005 di GG House, Gadog, Bogor.
15. Banjarnahor, Gundar; Wartawan Freelance, Panduan Menulis Artikel Untuk Media Cetak dan Elektronik; Ghalia Indonesia, 1994.
16. Widarso, Wishnubroto; Pengalaman Menulis Buku Non-Fiksi; Penerbit Kanisius, Yogyakarta, 2001.
17. Tim Penyusun Cipta Loka Caraka; Teknik Mengarang; Penerbit Kanisius, Yogyakarta 1971.

Biodata

H. KODHYAT, SH

H. Kodhyat numpang lahir di Ciamis, Jawa Barat, pada tanggal 15 Mei 1938. Ia diboyong orang tuanya ke Desa Sumberejo, Bojonegoro, Jawa Timur, ketika masih berusia sekitar satu tahun, untuk kemudian pindah ke Surabaya. Selama jaman Jepang dan jaman Revolusi ia tinggal di “*Kota Pahlawan*” tersebut.

Tahun 1951 ia diboyong lagi ke Jakarta dan pada tahun 1959 sekolah di Bandung pada Fakultas Hukum, Universitas Katolik Parahyangan. Lulus Sarjana Hukum tahun 1965 ia kembali ke Jakarta untuk mengadu nasib. Tahun 1966 ia menikah dengan gadis Tegal yang dijumpainya di Bandung dan dikaruniai dua orang anak yang lahir tahun 1967 dan 1969. Dari dua orang anaknya itu ia dikaruniai empat orang cucu, tiga laki-laki dan seorang cucu perempuan.

Tahun 1967 ia menjadi wartawan di *Harian Kompas* dengan tugas meliput kegiatan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR-RI) hingga tahun 1977 dan kemudian ditugaskan untuk menjadi penulis pariwisata di harian yang sama. Tahun 1984 ia mengundurkan diri dari *Harian Kompas* dan mendirikan *Lembaga Studi Pariwisata Indonesia (LSPI)* yang dipimpinya hingga sekarang.

Selain ratusan artikel dan makalah tentang kepariwisataan — juga tentang masalah-masalah politik, sosial dan soal “human interests” lainnya — H. Kodhyat menulis beberapa buku, yaitu:

1. “*Hotel*” yang merupakan kumpulan artikel tentang hotel dan dimuat di *Harian Kompas* secara serial pada awal tahun 1980-an, dan diterbitkan pada pertengahan tahun 1980-an.
2. *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia yang diterbitkan oleh PT Grasindo pada 1996.*

3. *Bersama dengan Bapak Ramaini (alm.) menyusun Kamus Pariwisata dan Perhotelan yang diterbitkan oleh PT Grasindo pada tahun 1996 juga.*
4. *Cara Mudah Memahami Pariwisata dan Mengembangkan Pariwisata Indonesia yang sedang dalam proses pencetakan dan diterbitkan oleh INDECON.*

Sejak 1984 hingga sekarang, melalui *Lembaga Studi Pariwisata Indonesia*, H. Kodhyat sering dan banyak menyelenggarakan seminar, loka karya dan berbagai pelatihan untuk membantu peningkatan pengembangan pariwisata, perkembangan hotel-hotel kecil dan menengah, termasuk pelatihan penulisan pariwisata, penyusunan rencana pengembangan pariwisata daerah, menjadi nara sumber dalam berbagai seminar dan menjadi dosen tamu di berbagai perguruan tinggi untuk program-program pasca sarjana dari berbagai jurusan disiplin ilmu.

H. Kodhyat bisa dihubungi di *h_kodhyat@hotmail. Com*.

Perpustakaan
Jenderal