

# Menyentuhkan Internet ke Sektor Wisata

**KENYATAAN** menunjukkan, perkembangan pariwisata Indonesia masih belum menggembirakan. Selama April lalu, misalnya, terjadi penurunan devisa dari sektor wisata sebesar 5,3%, dibanding perolehan bulan yang sama tahun 1996.

Melihat kenyataan ini, kemajuan sektor itu perlu terus diupayakan, misalnya melalui promosi. Pengenalan atau jangkauan promosi harus digencarkan dan diperluas.

Dengan promosi ke segala penjuru dunia, pariwisata akan menjadi sektor usaha yang mempunyai masa depan cerah. Tidak hanya dalam lingkup na-

sional atau regional, melainkan juga harus berkala internasional. Keberhasilan promosi akan memberi *income* bagi negara.

Karena kelebihan yang dimiliki, promosi wisata melalui internet cukup potensial. Di samping mengglobal, internet menyediakan visualisasi yang mendukung.

Aplikasi itu memungkinkan penayangan dokumen statis maupun aplikasi dinamis secara fleksibel, serta implementasinya lebih mudah dan murah, karena dapat diakses cukup dengan browser.

## Manfaat Global

Daya tarik internet untuk segala macam bisnis sangat jelas. Dengan investasi murah, hampir setiap praktisi bisnis dapat membangun "kios" di World Wide Web, bagian internet yang kini paling populer.

"Kios" atau homepage ini bisa dilihat jutaan orang di seluruh penjuru dunia, sebuah alam baru dengan pengguna saat ini sekitar 40 juta orang, masih ditambah pengguna baru sekitar satu juta orang setiap tahun.

Karena melihat potensi pasar yang demikian luas itu, kini berbagai bisnis sengaja disentuh dengan internet, jaringan yang mengikat sekitar 6,64 juta komputer pribadi di seluruh dunia. Pariwisata, bisnis yang menempatkan pasar sebagai kiblat keberhasilan, tentu akan mendapat nilai lebih jika bergabung dalam jaringan global ini.

Ada beberapa alasan dasar mengapa



promosi wisata di internet menguntungkan. Pertama, banyaknya pengguna internet yang tersebar di seluruh dunia merupakan pasar sangat potensial. Karena, umumnya mereka adalah kelompok masyarakat menengah ke atas, kalangan yang sadar dan butuh wisata.

Kedua, visualisasi gambar di WWW sangat mendukung kelancaran promosi. Gambar objek wisata, yang berupa pantai, hutan, gunung, air terjun, ngarai, atau benda purbakala, dengan kemampuan teknologi yang kini telah dikembangkan, dapat ditampilkan dengan jelas, hampir mendekati penampakan aslinya.

Kemampuan visualisasi objek wisata oleh internet memudahkan komunitas pasar wisata mengamatinnya.

Ketiga, informasi pendukung objek wisata dapat dimuat semenarik mungkin. Dengan kemampuan menggabungkan teks, grafis dan foto, homepage dapat dilengkapi penjelasan tentang kelebihan objek, sarana transportasi, kelengkapan akomodasi, dan sebagainya. Diharapkan sasaran menjadi tertarik dan ingin melihat objek itu secara langsung.

Keempat, memungkinkan transaksi wisata dilakukan dari jarak jauh. Dengan demikian akan diperoleh kemudahan penanganannya, misalnya bagi wisatawan berkelompok (rombongan).

Selain keempat hal di atas, masih mungkin digali manfaat promosi wisa-

ta di internet lainnya. Misalnya, kecepatan akses informasinya. Meski saat ini komunikasi data internet dirasakan masih belum sempurna, perkembangan saat ini mengindikasikan adanya kemajuan pesat.

## Kerja Sama

Untuk sukseskan dan mewujudkan sistem promosi wisata yang berhasil, perlu penyiapan perangkat keras maupun perangkat lunak.

Misalnya juru iklan pembuat homepage yang memiliki kemampuan seni grafis, redaksional, strategi pemasaran, dan kehumasan. Juga sejumlah teknisi komputer dan software aplikasi.

Untuk pembiayaannya, dapat dijalin kerja sama antara pihak-pihak terkait. Misalnya antara Departemen Pariwisata dan pengusaha hotel, biro wisata, dan penyedia transportasi. Di samping itu perlu dibentuk kolaborasi seluruh sentra wisata di Indonesia.

Langkah-langkah itu dapat meningkatkan pendapatan dari sektor wisata dan memungkinkan terbukanya lapangan kerja baru, selain bisa makin memperkenalkan Indonesia di pentas dunia.

Dengan mengembangkan forum online semacam ini, makin lama kita dapat menggalang basis informasi, yang bisa diekspor. Kita pasti akan bangga jika tempat-tempat yang sarat nilai estetis dan kultural, seperti Candi Gedong Songo, Curug Sewu, Sendang Dono, Telaga Warna, dan banyak lagi objek wisata Indonesia muncul di internet dan dikunjungi orang dari berbagai bangsa. (Carwoto, mahasiswa Teknik Elektro Fakultas Teknik Undip-31)