

dibandingkan dengan keempat provinsi lain di Pulau Kalimantan, yaitu sekitar 37.530,52 Km² atau 6,98% dari luas Pulau Kalimantan dan 1,96% dari luas wilayah Indonesia.



Gambar 2.2 Logo Provinsi Kalimantan Selatan

Sumber: <http://dinaspmmd.kalselprov.go.id/>, akses 23 Januari 2019

Provinsi Kalimantan Selatan berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 tahun 1956 terdiri dari 11 kabupaten dan 2 kota yaitu:

1. Kabupaten Barito Kuala dengan ibukota Marabahan,
2. Kabupaten Tanah Laut dengan ibukota Pelaihari,
3. Kabupaten Tanah Bumbu dengan ibukota Batulicin,
4. Kabupaten Kotabaru dengan ibukota Kotabaru,
5. Kabupaten Banjar dengan ibukota Martapura,
6. Kabupaten Tapin dengan ibukota Rantau,
7. Kabupaten Hulu Sungai Selatan dengan ibukota Kandangan,
8. Kabupaten Hulu Sungai Tengah dengan ibukota Barabai,
9. Kabupaten Hulu Sungai Utara dengan ibukota Amuntai,
10. Kabupaten Tabalong dengan ibukota Tanjung,

11. Kabupaten Balangan dengan ibukota Paringin,
12. Kota Banjarmasin dengan ibukota Banjarmasin, dan
13. Kota Banjarbaru dengan ibukota Banjarbaru.

Secara keseluruhan terdiri atas 152 kecamatan dan 2.007 desa/kelurahan.

B. Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan

Dalam usaha untuk memajukan pariwisata Kalimantan Selatan, Disbudpar menetapkan visi kepariwisataan Provinsi Kalimantan Selatan tahun 2016-2021 yaitu “Kalimantan Selatan sebagai salah satu destinasi wisata nasional.”

Mengutip dari pariwisatakalsel.com (<http://pariwisatakalsel.com/profil-dinas-pariwisata-kalimantan-selatan/tupoksi-dinas-pariwisata-kalsel/>, akses 20 September 2018) kemudian visi tersebut di jabarkan sebagai misi-misi sebagai berikut :

1. Meningkatkan koordinasi dengan SOPD terkait untuk mengembangkan atraksi, amenitas, dan aksesibilitas obyek daerah tujuan wisata,
2. Mengembangkan dan memaksimalkan promosi pariwisata Kalimantan Selatan sehingga menarik minat wisatawan untuk berkunjung,
3. Mengembangkan sumber daya manusia pariwisata untuk mewujudkan sapa pesona pariwisata, dan
4. Mengembangkan pembinaan dan kondisi kelembagaan mitra kerja pariwisata.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Kalimantan Selatan memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan

Sumber: (<http://pariwisatakalsel.com/profil-dinas-pariwisata-kalimantan-selatan/struktur-organisasi/>, akses 20 September 2018).

C. Komunitas Pedagang Pasar Terapung



Gambar 2.4 Pasar Terapung

Sumber: <http://banjarmasin.tribunnews.com/2018/12/19/kalselpedia-8-objek-wisata-kota-banjarmasin-seribu-sungai-dari-titik-nol-km-hingga-pasar-terapung>, akses 23 Januari 2019

Keberadaan pasar terapung sudah ada dari Kerajaan Banjar. Kawasan Pasar Terapung merupakan bagian dari pelabuhan sungai yang bernama Bandarmasih. Pelabuhan sungai ini meliputi aliran Sungai Barito, dari Sungai Kuin hingga Muara Sungai Kelayan, Banjarmasin Selatan (<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2016/08/31/mengapa-ada-pasar-apung-di-banjarmasin>, akses 6 Oktober 2018). Pasar terapung merupakan pasar yang tumbuh secara alami karena memang letaknya yang tepat di pertemuan beberapa anak sungai yang menjadikannya sebagai pusat perdagangan karena mayoritas akses masyarakat pada saat itu melalui sungai-sungai.

Pasar terapung saat ini tidak lagi menjadi pusat perdagangan karena mayoritas akses jalan tidak lagi melalui sungai sehingga beralih menjadi salah satu pariwisata unik yang dimiliki Provinsi Kalimantan Selatan. Pada awalnya terdapat dua pasar

terapung yaitu di Kuin dan Lok Baintan, tetapi sejak 2010 pasar terapung di Kuin sudah hampir punah sehingga pasar terapung Lok Baintan mulai dikenal masyarakat. Sejak tahun 2015 terdapat pasar terapung baru yaitu Pasar Terapung Siring Pierre Tendean di Sungai Martapura yang letaknya tepat di tengah Kota Banjarmasin dan pada tahun 2017 dibangun dermaga apung untuk pedagang bersandar dan menjajakan jualannya sehingga sekarang ini tidak perlu lagi menuju ke pasar terapung menggunakan perahu dan mempermudah wisatawan untuk melihat pasar terapung.

Komunitas pedagang pasar terapung sendiri sejak dari tahun 2010 sudah mulai bekerjasama dengan pemerintah provinsi dan kota dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Banjarmasin dengan cara mengisi kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan terutama berfokus di sungai yaitu memberikan atraksi-atraksi air.

D. Asosiasi Perjalanan Wisata Indonesia (ASITA)



Gambar 2.5 Logo ASITA

Sumber: <https://asitaindonesia.org/>, akses 23 Januari 2019

Association of The Indonesia Tours and Travel Agencies (ASITA) atau yang bisa di Indonesiakan menjadi Asosiasi Perjalanan Pariwisata Indonesia didirikan pada tahun 1971 di Jakarta dengan tujuan untuk meningkatkan citra pariwisata Indonesia dan peran anggota sebagai pelaku pariwisata nasional yang dapat bersaing dengan global. Sekarang ASITA merupakan salah satu organisasi besar yang mengelola biro perjalanan wisata dan agen perjalanan wisata selain MATTA di Malaysia.

Sebagai organisasi yang bertujuan sosial nan berlandaskan Undang-undang Dasar 1945 dan undang-undang kepariwisataan Indonesia, ASITA mempunyai empat fungsi strategis untuk kemajuan industri pariwisata Indonesia.

1. Mewakili dan memperjuangkan kepentingan anggota, menampung saran dan memperjuangkan aspirasi anggota.
2. Mengembangkan kemampuan dan meningkatkan keterampilan para anggota agar dapat mencapai kinerja yang lebih baik.
3. Mengumpulkan dan menyebarluaskan informasi mengenai kebijakan pemerintah dan ketentuan lain di bidang usaha perjalanan wisata.
4. Menjaga etika usaha, mencegah persaingan tidak sehat, mediasi serta menggalang kerjasama untuk kepentingan anggota & kepariwisataan.

Kepengurusan ASITA terdiri dari kepengurusan tingkat pusat, daerah, dan cabang. Untuk di Kalimantan Selatan hampir 200 lebih dari anggota ASITA merupakan *ticketing*, kemudian dari 90% *ticketing* hanya beberapa yang menjalankan inbound atau mendatangkan wisatawan dari luar Kalimantan Selatan untuk berwisata atau kunjungan kerja sekaligus dibawa berwisata di Kalimantan Selatan.

E. Smart FM

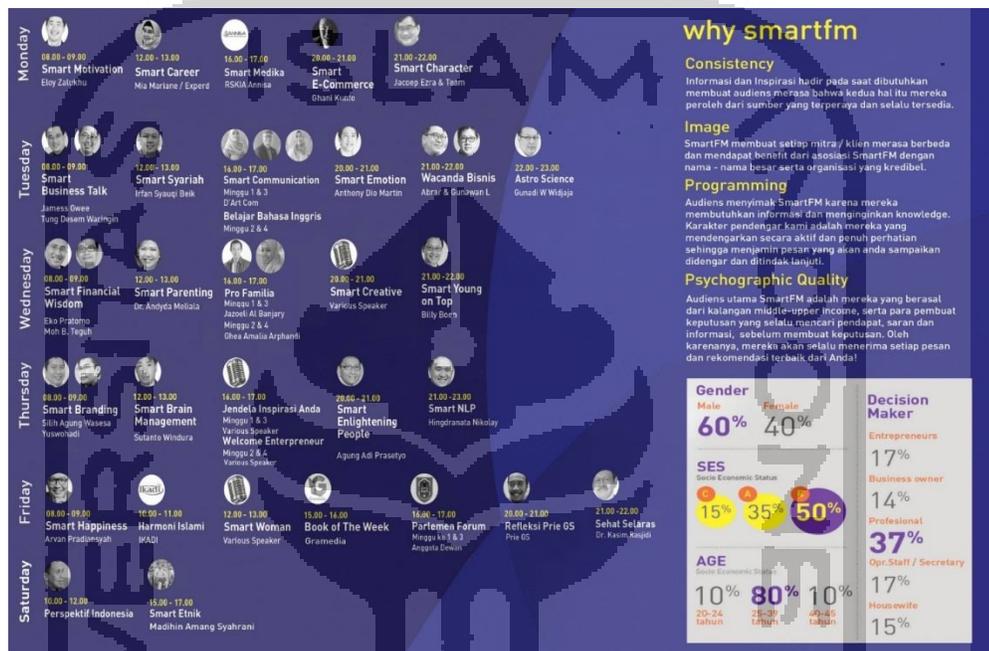


Gambar 2.6 Company Profile Smart FM

Sumber: Company Profile Smart FM, akses 23 Januari 2018

Smart FM merupakan media elektronik dengan format program yang mengarah kepada bisnis dan inspirasi. Sesuai dengan format programnya, konten yang disajikan oleh Smart FM lebih bernuansa bisnis dan berbagi informasi yang bersifat inspirasi yang mencakup semua bidang yaitu sosial, masyarakat, ekonomi, hukum, dan agama. Dari setiap program dan informasi yang di sampaikan selalu terdapat nuansa inspirasi yang terdapat harapan untuk merubah masyarakat menjadi ke arah lebih baik atau dapat membantu orang lain termotivasi dan memunculkan ide-ide baru setelah mendengarkan Smart FM. Menurut *demographic profile* dari Smart FM, pendengar pria sebanyak 60% dan wanita sebanyak 40%. Untuk pendengar berdasarkan status ekonomi sosial yaitu 50% dari golongan B, sedangkan untuk golongan A 35% dan golongan C 15%. Target pendengar menurut umur dari Smart FM yaitu usia 25-39

tahun mencapai 80% sedangkan 20% sisanya merupakan *secondary audience* (Data dari Company Profile Smart FM).



Gambar 2.7 Program dan Demographic Profile Smart FM
Sumber: Company Profile Smart FM, akses 23 Januari 2019

Untuk Smart FM Banjarmasin terdapat di frekuensi 101.1 FM. Selain sebagai media elektronik, Smart FM Banjarmasin juga sering bertindak sebagai *event organizer*. Smart FM menyelenggarakan acara-acara yang sifatnya berkorelasi dengan programnya yang diselenggarakan secara off air. Sebagai media yang menginspirasi tentu Smart FM Banjarmasin mengadakan *event* yang bernuansa inspirasi termasuk salah satunya adalah festival-festival budaya yang diadakan dengan Dinas Pariwisata Kalimantan Selatan.

F. Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)



Gambar 2.8 Logo Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)

Sumber: <http://uniska-bjm.ac.id/lambang-dan-arti/>, akses 23 Januari 2019

Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari adalah PTS tertua dan terbesar di Kalimantan Selatan, didirikan oleh yayasan UNISKA berdasarkan akte Notaris Bachtiar Nomor 6 tanggal 7 Juli 1981. Saat ini UNISKA MAB telah memiliki , 9 Sembilan Fakultas, 20 Program Studi Sarjana, dan 4 Program PACASARJANA atau Program Studi Magister.

Mengutip dari uniska.ac.id (<http://uniska-bjm.ac.id/visi-misi-dan-tujuan/>, akses 23 Januari 2019) Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) memiliki visi, misi dan tujuan sebagai berikut:

VISI

Universitas yang unggul dalam kecerdasan intelektual, emosional dan spiritual yang menekankan pada pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, seni dan ilmu keIslaman, serta pelestarian dan pengkayaan budaya bangsa yang Islami.

MISI

1. Menyelenggarakan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan prinsip belajar sepanjang hayat yang dilandasi dengan pembinaan nilai-nilai hidup Islami.
2. Mengembangkan kebebasan berpikir ilmiah yang dijiwai oleh keIslaman dan semangat ketauhidan.
3. Mengembangkan jiwa kewirausahaan dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan, teknologi, seni dan ilmu keIslaman.

TUJUAN

1. Menyiapkan intelektual yang beriman dan bertaqwa kepada kepada Allah subhanahuwata'ala, berahlak mulia, percaya pada diri sendiri serta beramal sesuai dengan bidang ilmu dengan ikhlas demi terwujudnya masyarakat yang diridhai oleh Allah Subhanahu wata'ala.
2. Mengembangkan dan menyebarluaskan berbagai ilmu pengetahuan serta pemanfaatannya untuk memajukan Islam dan meningkatkan taraf kehidupan masyarakat.
3. Menyiapkan intelektual dalam berbagai bidang yang berjiwa wirausaha, relevansi dan mutu.
4. Makin relevannya program studi dan lulusan dengan tuntutan kebutuhan pembangunan.
5. Meningkatkan kualitas dan kuantitas dosen.
6. Meningkatkan kualitas tenaga administrasi.

7. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi system pengelolaan.
8. Tercukupinya sarana dan prasarana akademik.
9. Tersusunnya kurikulum yang mantap dan fleksibel.
10. Meningkatnya mutu penelitian pendidikan dan kualitas penelitian non kependidikan.

G. Festival Budaya Pasar Terapung



Gambar 2.9 Festival Budaya Pasar Terapung 2018

Sumber: <https://www.pedomanwisata.com/event/festival/festival-pasar-terapung-2018-banjarmasin-festival-pasar-tradisional-yang-semarak-di-atas-sungai>, akses 23 Januari 2019

Festival Budaya Pasar Terapung merupakan salah satu *event* tahunan yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan dan merupakan salah satu *event* yang berpotensi untuk mendatangkan wisatawan sehingga didukung

penuh oleh Kementerian Pariwisata. Pasar terapung sendiri merupakan ikon budaya Kalimantan Selatan yang sempat menjadi pusat perdagangan dan memiliki sejarah yang panjang.

Festival Budaya Pasar Terapung berlangsung selama tiga hari dan diadakan di sepanjang tepian Sungai Martapura dan Pasar Terapung Siring sebagai pusatnya. Festival Budaya Pasar Terapung sendiri melibatkan 13 Kabupaten Kota untuk menampilkan ciri khas masing-masing dan juga 100 pedagang pasar terapung untuk memeriahkan acaranya. Terdapat berbagai macam kegiatan yang ada di Festival Budaya Pasar Terapung selama tiga hari tersebut, yaitu:

1. Pawai Budaya,
2. Karnaval Busana Banjar,
3. Kampung Banjar,
4. Festival Kesenian daerah,
5. Pawai Becak Hias,
6. Budaya Pasar Terapung,
7. Lomba Foto, dll.