

PELATIHAN PEMBUATAN BUSANA KARNAVAL BERBASIS BUDAYA KABUPATEN PARIGI MOUTONG SEBAGAI SARANA PROMOSI PARIWISATA

Agus Sunandar

Universitas Negeri Malang; jl. Semarang 5, telp/fax
Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Malang
e-mail: agus.sunandar.ft@um.ac.id

Abstrak

Indonesia memiliki banyak sekali potensi pariwisata, selain keindahan alam, ada juga keragaman dari unsur adat, budaya, kuliner dan busananya. Dewasa ini daerah-daerah yang memiliki potensi pariwisata, saling berusaha melakukan pencitraan dengan memberi penguatan pada simbol atau penanda tertentu, yang digunakan oleh pemerintah di daerah dalam mengembangkan pariwisata yang berbasis budaya dan kearifan lokal. Potensi pariwisata ini masih tinggi, bahkan menjadi kecenderungan potensi wisata di masa depan. Oleh karena itu perlu pola pengembangan wisata yang berbasis budaya dan kearifan lokal sebagai daya tarik wisata yang lebih estetik dan etis. Pengembangan pariwisata di suatu daerah harus memberi jaminan rasa aman bagi pendatang, karena penduduk beserta cipta, rasa dan karsanya merupakan obyek wisata yang menarik dan eksotis.

Kabupaten Parigi Moutong Propinsi Sulawesi Tengah, saat ini berupaya untuk mengangkat budaya kearifan lokal sebagai daya tarik pariwisata. Potensi wisata yang sedang gencar dikembangkan adalah wisata budaya. Salah satu potensi wisata budaya yang ingin dikembangkan adalah busana karnaval, yaitu kostum yang dikenakan ketika parade atau karnaval pada perayaan hari-hari besar. Karnaval biasanya dilakukan di jalanan atau ditanah lapang yang luas, sehingga terlihat megah dan indah. Busana karnaval tersebut diharapkan dapat menjadi ikon wisata budaya serta menjadi sarana promosi wisata dalam rangka mendatangkan wisatawan domestik maupun asing.

Kata kunci : *Busana karnaval, wisata budaya, promosi pariwisata daerah*

Abstract

Indonesia has a lot of tourism potential, in addition to natural beauty, there is also a diversity of elements of customs, culture, cuisine and fashion. Nowadays regions with tourism potentials, trying to imitate each other by reinforcing certain symbols or markers, used by local governments in developing tourism based on culture and local wisdom. The potential of this tourism is still high, even a trend of tourism potential in the future. Therefore, it needs a pattern of tourism development based on culture and local wisdom as a more aesthetic and ethical tourism attraction. Tourism development in a region must provide security for the migrants, because the residents and their creativity, taste and the cargo are interesting and exotic attractions.

Parigi Moutong Regency, Central Sulawesi Province, is currently trying to lift the culture of local wisdom as a tourist attraction. Tourism potential is being intensively developed is cultural tourism. One of the cultural tourism potentials to be developed is the carnival fashion, the costumes worn when the parade or carnival in the celebration of the big days. Carnival is usually done on the streets or in a vast field, so it looks magnificent and beautiful. Clothing carnival is expected to become an icon of cultural tourism as well as a means of tourism promotion in order to bring in domestic and foreign tourists.

Keywords: *Clothing carnival, cultural tourism, tourism promotion area*

1. PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia saat ini telah tumbuh dan berkembang dengan baik. Pengembangan sektor pariwisata yang dilakukan dengan baik dan maksimal akan mampu menarik wisatawan domestik maupun wisatawan asing untuk datang. Sektor pariwisata merupakan alternatif pemasukan bagi pendapatan daerah maupun bagi devisa negara. Terkait dengan hal itu, dalam Undang Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 menyatakan bahwa kepariwisataan mempunyai peranan penting untuk memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat serta memupuk rasa cinta tanah air, memperkaya kebudayaan nasional dan memantapkan pembinaannya dalam rangka memperkuat jati diri bangsa dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Indonesia mempunyai banyak potensi pariwisata. Selain keindahan alam, juga didukung oleh banyaknya keragaman yang dimiliki, baik dari segi adat, budaya, agama, suku dan bahasa. Kekayaan alam dan budaya yang dimiliki Indonesia perlu mendapat perlindungan serta membutuhkan upaya pelestarian. Klaim Malaysia terhadap budaya asli Indonesia, baik berupa lagu, musik (Rasa Sayange, Angklung dan Tor-tor), kesenian

(Reog Ponorogo), hasil karya (kain batik) menunjukkan betapa lemahnya pengelolaan dan perlindungan kekayaan wisata Indonesia. Demikian juga promosi pariwisata Indonesia diantara sesama negara Asia Tenggara masih lemah sehingga atraksi kebudayaan milik Indonesia diakui sebagai milik negara lain, terutama negara serumpun Malaysia. Padahal bila kekayaan budaya dikelola dengan baik, sektor pariwisata dapat menjadi sektor ekonomi yang mendatangkan devisa bagi negara.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah meningkatkan aliran modal, investasi, barang dan jasa dari suatu negara ke negara lain, terutama dari negara maju ke negara-negara berkembang pada umumnya. Era dunia tanpa batas ini kemudian disebut era globalisasi. Pendapat bahwa ideologi globalisasi adalah bentuk imperialism dalam bentuk baru tidak sepenuhnya salah. Ada yang berpendapat bahwa globalisasi tidak bisa dihindari sehingga mau tidak mau harus diterima oleh negara-negara berkembang. Budaya dan kearifan lokal menjadi salah satu pilihan strategi budaya untuk meminimalisir dampak globalisasi dan bahkan menjadi *counter culture* dominasi budaya massa yang dikuasai oleh negara-negara maju dan berpengaruh besar terhadap pola pikir dan “budaya” masyarakat negara-negara berkembang (Sutarso, 2012).

Dewasa ini semakin banyak daerah yang memiliki potensi pariwisata berusaha melakukan pencitraan dengan memberi penguatan pada simbol atau penanda tertentu. Demikian juga simbol atau penanda yang digunakan oleh pemerintah di daerah-daerah dalam mengembangkan pariwisata yang berbasis budaya dan kearifan lokal. Pemerintah Kota Surakarta misalnya, menggunakan branding “*Solo the Spirit of Jawa*” sebagai upaya merevitalisasi di dataran nilai-nilai, filosofi atau pandangan hidup; sistem kehidupan masyarakat dalam berinteraksi dan menjalani kehidupannya, maupun hasil karya atau produk yang dihasilkan dengan semangat budaya tersebut. Kekayaan budaya berupa batik Laweyan dan Kauman, kawasan bangunan cagar budaya beserta kehidupan masyarakatnya menjadi daya tarik wisata yang ditawarkan kepada wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara.

Simbol dan penanda disadari sangat penting dalam menentukan sebuah tempat sebagai destinasi wisata. Simbol ini terkait dengan citra sebuah tempat di benak para pelancong seperti misalnya slogan-slogan pariwisata *The Exotic Bali, the romantic Paris*, dan *The Virgin Pasific* (Pitana dan Gayatri, 2005). Budaya massa (*mass culture*) sering dianggap hanya mewakili selera massa yang bersifat artificial dan sesaat, dan seringkali dianggap memiliki selera rendah dan sangat

duniawi. Berbeda dengan produk budaya yang mendalam dan substansial, dalam hal ini diwakili oleh budaya lokal yang memiliki nilai-nilai yang tinggi, baik nilai-nilai yang bersifat filosofis, sosiologis dan produk budaya yang dihasilkan dari semangat budaya yang khas tersebut. Dengan bahasa lain, budaya lokal adalah sesuatu yang eksotis. Menurut Spillane (1994) eksotis diartikan sebagai yang asing, atau belum diketahui orang banyak sehingga merangsang rasa ingin tahu.

Keindahan alam, kehidupan manusia di dalamnya, kekayaan spiritual yang dimiliki masyarakat tentu akan mengundang rasa ingin tahu itu. Setiap daerah wisata mempunyai citra (image) tertentu, yaitu mental maps seseorang terhadap suatu destinasi yang didalamnya mengandung keyakinan, kesan dan persepsi (Pitana dan Gayatri, 2005). Citra yang terbentuk di pasar merupakan kombinasi antara berbagai faktor yang ada pada destinasi yang bersangkutan, seperti iklim, pemandangan alam, keamanan, kesehatan, fasilitas akomodasi, keramahtamahan penduduk, ketersediaan alat-alat transportasi di satu pihak, dengan informasi yang diterima oleh calon wisatawan dari berbagai pihak atau dari fantasinya sendiri terhadap pengalamannya selama mengadakan perjalanan wisatanya.

Menurut Buck dan Law dalam Pitana dan Gayatri (2005) memandang bahwa pariwisata adalah industri yang berbasiskan

citra, karena citra mampu membawa calon wisatawan ke dunia simbol dan makna. Bahkan beberapa ahli pariwisata mengatakan bahwa citra ini memegang peranan yang penting daripada sumberdaya pariwisata yang kasat mata. Dari pengertian ini, maka pembangunan brand image menjadi penting bagi sebuah daerah yang hendak mengembangkan diri sebagai tujuan wisata.

Potensi budaya dan kearifan lokal dalam bidang pariwisata masih tinggi bahkan menjadi kecenderungan potensi wisata di masa depan. Oleh karena itu perlu pola pengembangan wisata yang berbasis budaya dan kearifan lokal sebagai daya tarik wisata yang lebih estetik dan etis. Demikian juga pengembangan pariwisata di suatu daerah harus memberi jaminan rasa aman bagi pendatang karena penduduk beserta cipta, rasa dan karsanya merupakan obyek wisata yang menarik dan eksotis (Sutarso, 2012). Pemerintah Daerah Parigi Moutong, berupaya untuk mengangkat budaya dan kearifan lokal sebagai daya tarik pariwisata yang mencerminkan budaya dan kearifan lokal Parigi Moutong.

Sulawesi Tengah merupakan salah satu daerah yang memiliki perpaduan serasi antara keindahan alam, kekayaan budaya, dan sejarah yang panjang, yang sangat menarik untuk diketahui, dipelajari, dan berpotensi sebagai daerah tujuan wisata. Salah satu daerah yang memiliki sejuta keindahan alam dan budaya

yang layak untuk sebagai tujuan wisata adalah Kabupaten Parigi Moutong. Kabupaten Parigi Moutong adalah salah satu Daerah Tingkat II di Provinsi Sulawesi Tengah. Ibu kota kabupaten ini terletak di Parigi.

Pada tahun 2015, Kabupaten Parigi Moutong bertindak sebagai tuan rumah event internasional Sail Tomini 2015. Acara puncak Sail Tomini 2015 berlokasi di Pantai Kayubura. Melalui event tersebut, Parigi Moutong dikenal luas baik masyarakat di nusantara maupun dunia. Dari event tersebut, Menteri Koordinator Pemberdayaan Manusia dan Kebudayaan Puan Maharani menilai bahwa Kabupaten Parigi Moutong, Sulawesi Tengah, sudah siap untuk menjadi daerah tujuan wisata baru yang unggul. (Nationalgeographic.co.id).

Data pada Dinas Pemuda, Kebudayaan dan Pariwisata Parigi Moutong menyebutkan bahwa ada 7 potensi wisata yang ada pada daerah tersebut, yaitu wisata bahari, wisata budaya, agro wisata, wisata alam, makanan khas, kerajinan dan cagar budaya. Selama ini potensi wisata yang ada belum dikelola dengan baik. Potensi-potensi wisata yang ada perlu dikembangkan untuk menarik wisatawan baik domestik maupun asing.

Potensi wisata yang sedang gencar dikembangkan Kabupaten Parigi Moutong adalah wisata budaya. Berbagai macam tari-tarian, upacara adat, pakaian adat maupun alat musik tradisional menjadi ciri khas Parigi

Moutong. Pertunjukan tarian-tarian seperti Tari Dero, Tari Pomonte maupun Tari Pajoge Maradika sering ditampilkan dalam event nasional. Salah satu potensi wisata budaya yang ingin dikembangkan Parigi Moutong adalah busana karnaval.

Busana karnaval adalah kostum yang dikenakan ketika parade atau karnaval. Karnaval umumnya dilakukan di jalanan. Busana karnaval biasanya menggabungkan beberapa elemen dari topeng, sirkus dan parade jalanan. Busana karnaval terlihat meriah dan memiliki banyak asesoris tambahan. Kabupaten Parigi Moutong ingin mengembangkan busana karnaval yang mencirikan budaya dan kearifan lokal daerah setempat. Busana karnaval tersebut akan menjadi ikon wisata budaya serta menjadi sarana promosi wisata dalam rangka mendatangkan wisatawan domestik maupun asing.

Pengembangan dan promosi pariwisata, baik di tingkat nasional maupun di tingkat daerah dinilai semakin penting untuk mendukung pembangunan nasional. Demikian juga kekayaan alam dan budaya yang dimiliki Indonesia, perlu mendapat perlindungan serta membutuhkan upaya pelestarian agar dapat menjadi daya tarik wisata yang dapat menarik jumlah kunjungan wisata baik domestik maupun manca negara. Daya tarik lokalitas ini menjadi penting, ditengah kebosanan terhadap budaya massa yang dibawa oleh kapitalisme global. Menurut Giddens (2001) globalisasi

menjadi alasan bagi kebangkitan kembali identitas budaya lokal di berbagai belahan dunia. Semakin homogen gaya hidup masyarakat akibat globalisasi, semakin kokoh ketergantungan masyarakat kepada nilai-nilai yang lebih dalam seperti agama, seni dan sastra. Demikian juga dari perspektif lokal, ketika dunia semakin tumbuh homogen, maka kita semakin menghargai tradisi yang bersemi dari dalam.

Nilai lokal mampu menginspirasi tumbuhnya kearifan lokal (*local indigeneus*). Nilai strategis budaya lokal telah menginspirasi berbagai daerah untuk mengembangkan potensi lokalitas dalam pengembangan pariwisata (Sutarso, 2012). Dengan berbagai pertimbangan tersebut di atas, maka pengembangan pariwisata tidak boleh meminggirkan budaya dan spirit lokal. Oleh karena itu perlu digagas pengembangan pariwisata yang sejalan dengan pengembangan budaya dan semangat manusia beserta cipta, rasa dan karsanya. Gagasan tersebut dikembangkan berdasarkan asumsi bahwa pembangunan daya tarik wisata didasarkan pada pembangunan masyarakat dan budayanya.

2. METODE

Kegiatan pelatihan dilaksanakan selama 2 hari pada hari Kamis-Jumat Tanggal 18-20 Februari 2016 dengan total waktu 12 jam. Kegiatan pelatihan dimulai pukul 08.00 sampai pukul 15.00 dengan istirahat selama 1 jam.

Kegiatan pelatihan diselenggarakan di Aula Rumah Jabatan Bupati Parigi Moutong Jl. Tora Ranga No. 1 Kelurahan Loji, Parigi Sulawesi Tengah. Kegiatan tersebut diikuti oleh peserta yang berasal dari Sekretariat Kantor Bupati Parigi Moutong, Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata, Dinas Perindustrian, Dinas Pendidikan serta perwakilan dari ibu-ibu PKK Kabupaten Parigi Moutong.

Lingkup kegiatan pelatihan pembuatan busana karnaval berbasis budaya Parigi Moutong sebagai sarana promosi pariwisata daerah terbagi dalam 5 materi. Pelatihan dilaksanakan dengan menggunakan metode ceramah dengan media LCD (*power point*). Selain itu juga menggunakan metode tanya jawab untuk masing-masing sesi materi. Selanjutnya diikuti dengan metode demonstrasi cara membuat desain busana karnaval dengan memasukkan unsur budaya dan kearifan lokal Parigi Moutong serta bagaimana proses produksi dari desain busana karnaval yang dihasilkan.

Pelatihan dilaksanakan dengan menggunakan metode ceramah dengan media LCD (*power point*). Selain itu juga menggunakan metode tanya jawab untuk masing-masing sesi materi. Selanjutnya diikuti dengan metode demonstrasi cara membuat desain busana karnaval dengan memasukkan unsur budaya dan kearifan lokal Parigi Moutong serta bagaimana proses produksi dari desain busana karnaval yang dihasilkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Program Pengabdian kepada Masyarakat melalui kegiatan pelatihan pembuatan busana karnaval berbasis budaya Parigi Moutong adalah para peserta dari Sekretariat Kantor Bupati Parigi Moutong, Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata, Dinas Perindustrian, Dinas Pendidikan serta perwakilan dari ibu-ibu PKK Kabupaten Parigi Moutong memiliki pengetahuan dan ketrampilan dalam membuat busana karnaval dengan menggali budaya dan kearifan lokal Parigi Moutong ke dalam busana karnaval yang dihasilkan. Selain itu, para peserta juga mempunyai wawasan tentang cara mempromosikan pariwisata daerah berbasis budaya dan kearifan lokal.



Gambar 1. Peserta pelatihan Busana Karnaval
Sumber: Dokumentasi PKM

Hasil kreasi busana karnaval yang dihasilkan dari pelatihan ini memiliki keistimewaan. Penampilan dari kreasi busana karnaval yang mengangkat budaya dan kearifan

lokal Parigi Moutong tentu menghasilkan produk yang unik. Produk busana karnaval yang dihasilkan memiliki paduan warna, motif serta modifikasi lainnya yang sesuai dengan karakteristik budaya dan kearifan lokal Parigi Moutong. Produk busana karnaval yang dihasilkan akan dijadikan sarana promosi pariwisata budaya Kabupaten Parigi Moutong.



Gambar 2. Penjelasan produk Busana Karnaval
Sumber: Dokumentasi PKM



Gambar 3. Praktek pembuatan Busana Karnaval
Sumber: Dokumentasi PKM

Busana Karnaval yang dijadikan sarana promosi pariwisata budaya, layak untuk terus dikembangkan sebagai salah satu pilar dalam rangka memperkenalkan kepariwisataan daerah khususnya wisata budaya. Selain keindahan alam, sudah selayaknya budaya juga diangkat sebagai sarana promosi pariwisata untuk mengenalkan ciri khas suatu daerah. Pelatihan ini sebagai upaya pembinaan pemberdayaan budaya dan kearifan lokal yang ada pada suatu daerah sebagai sarana promosi wisata budaya daerah.



Gambar 4. Pembuatan sayap Busana Karnaval
Dokumentasi PKM

Promosi adalah kegiatan memberitahukan produk atau jasa yang hendak ditawarkan kepada calon konsumen/wisatawan yang dijadikan target pasar. Kegiatan promosi idealnya dilakukan secara berkesinambungan melalui beberapa media yang dianggap efektif dapat menjangkau pasar, baik cetak maupun elektronik, namun pemilihannya sangat tergantung pada target pasar yang hendak dituju (Lupiyoadi, 2001).

Promosi dalam pariwisata adalah arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan calon wisatawan atau lembaga usaha pariwisata kepada tindakan yang mampu menciptakan pertukaran (jual beli) dalam pemasaran produk pariwisata. Promosi dalam

pemasaran pariwisata berperan sebagai pendukung transaksi, dengan menginformasikan, membujuk, mengingatkan dan membedakan produk pariwisata yang dipromosikan dengan produk pariwisata lain (Karyono, 1997).



Gambar 5. Busana Karnaval ikon Parigi Moutong
Sumber: Dokumentasi PKM

Apabila dicermati, nampak bahwa setiap karya manusia Indonesia selalu menyiratkan berbagai tujuan. Setiap benda yang disentuh dan dikerjakan senantiasa mengandung suatu nilai. Oleh karena itu dapat dikatakan suatu karya seni dalam hal ini seni menciptakan busana, perhiasan dan kerajinan lainnya bukan semata-mata sebagai benda fungsional atau benda kebudayaan yang mempunyai isi melainkan juga

mencerminkan nilai-nilai tertentu yang merupakan kekayaan budaya suatu bangsa.



Gambar 6. Sambutan Bupati Parigi

Sumber: Dokumentasi PKM

Potensi budaya dan kearifan lokal dalam bidang pariwisata masih tinggi bahkan menjadi kecenderungan potensi wisata di masa depan. Oleh karena itu perlu digagas pola pengembangan wisata yang berbasis budaya dan kearifan lokal sebagai daya tarik wisata yang lebih estetik (edipeni) dan etis (adiluhung). Penyediaan sarana transportasi, penginapan dan infrastruktur yang lain jangan sampai merusak eksotisme alam dan manusia yang hidup di dalamnya.



Gambar 7. Busana karnaval ikon Kab. Parigi Moutong

Sumber: Dokumentasi PKM

Pengembangan pariwisata di suatu daerah harus pula memberi jaminan rasa aman bagi pendatang karena penduduk beserta cipta, rasa dan karsanya merupakan obyek wisata yang menarik dan eksotis. Keramah-tamahan penduduk merupakan daya tarik wisata yang dimiliki oleh bangsa Indonesia, demikian juga kehidupan masyarakat ketika berinteraksi dengan alam dan tuhan-tuhan merupakan atraksi pariwisata yang memikat dan menawan hati.

4. KESIMPULAN

Dewasa ini semakin banyak daerah yang memiliki potensi pariwisata berusaha melakukan pencitraan dengan memberi penguatan pada simbol atau penanda tertentu. Demikian juga simbol atau penanda yang digunakan oleh pemerintah di daerah-daerah dalam mengembangkan pariwisata yang berbasis budaya dan kearifan lokal

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berbentuk pelatihan pembuatan busana karnaval

berbasis budaya Parigi Moutong, sebagai sarana promosi pariwisata daerah memberikan pengetahuan tentang busana karnaval kepada Pemerintah Kabupaten Parigi Moutong. Pelatihan tersebut juga memberikan wawasan tentang sosiologi budaya bidang busana serta strategi promosi wisata daerah berbasis budaya dan kearifan lokal daerah setempat. Selain itu, kegiatan tersebut juga memberikan pengetahuan dan ketrampilan pembuatan desain busana karnaval serta proses produksi busana karnaval berbasis budaya dan kearifan lokal Parigi Moutong.

5. SARAN

Saran untuk Pemerintah Kabupaten Parigi Moutong adalah agar bisa mengembangkan lebih lanjut potensi wisata budaya khususnya busana karnaval dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia di daerah tersebut. Ke depan, diharapkan Kabupaten Parigi Moutong menjadikan busana karnaval sebagai ikon wisata budaya yang menjadi unggulan dalam promosi pariwisata Pemerintah Daerah kabupaten Parigi Moutong. Budaya lokal memiliki potensi dan peran sebagai budaya tandingan (*counter culture*) bagi dominasi budaya global yang dimitoskan sebagai sesuatu yang tidak bisa dielakkan (Fakih, 2003).

Pemerintah Daerah Parigi Moutong, harus mampu menciptakan *branding* yang

mencerminkan budaya dan kearifan lokal Parigi Moutong.

UCAPAN TERIMA KASIH

Sebagai rasa terima kasih, kami mengucapkan terima kasih kepada :

- a. Prof. Dr. Ach. Fatchan, M.Pd., M.P. selaku Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat yang memberikan kesempatan dilakukannya kegiatan pengabdian.
- b. Dr. H. Andoko, S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Malang yang telah memberikan arahan dan saran mengenai kegiatan pengabdian.
- c. Dra. Esin Sintawati, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Teknologi Industri Fakultas Teknik Universitas Negeri Malang yang memberikan dorongan terlaksananya kegiatan pengabdian.
- d. H. Samsurizal Tombolotutu selaku Bupati Parigi Moutong yang memberikan kesempatan kepada kami melaksanakan kegiatan pengabdian.
- e. Seluruh rekan sejawat dosen Jurusan Teknologi Industri dan pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fakih, Mansour. 2003. Runtuhnya Teori Pembangunan dan Globalisasi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

-
- [2] Giddens, Anthony. 2001. Runaway World: Bagaimana Globalisasi Merombak Kehidupan Kita. Jakarta: Gramedia.
- [3] Karyono, Hari. 1997. Kepariwisata. Jakarta: PT Gramedia Widia Sarana Utama.
- [4] Lupiyoadi. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik. Jakarta: Salemba Empat.
- [5] Nationalgeographic.co.id. Parigi Moutong Siap jadi Destinasi Wisata. Diakses pada 5 April 2016.
- [6] Pariwisataparimo.wordpress.com. Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Parigi Moutong. Diakses pada 5 April 2016.
- [7] Pitana, I Gde, dan Putu G. Gayatri. 2005. Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta: Andi Offset.
- [8] Spillane, James J. 1994. Pariwisata Indonesia: Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan. Yogyakarta: Penerbit Kanisius dan Lembaga Studi Realino.
- [9] Sutarso, Joko. (2012). Menggagas Pariwisata Berbasis Budaya Dan Kearifan Lokal. Prosiding Seminar Nasional Menggagas Pencitraan Berbasis Kearifan Lokal. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jenderal Soedirman.