

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata pada dasarnya merupakan aktivitas yang berupa pelayanan atas produk yang dihasilkan oleh industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan. Menurut Mc. Intosh (1995), menyatakan bahwa pariwisata adalah *“a composite of activities, services and industries that delivers a travel experience: transportation, accommodation, eating and drinking establishment, shops, entertainment, activity, and other hospitality service available for individuals or group that are away from home”*. Unsur pembentuk pengalaman wisatawan yang utama berupa daya tarik wisata dari suatu tempat atau lokasi yang dikunjungi.

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, memberikan pengertian bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Sedangkan pengertian kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.

Pariwisata minat khusus mengacu pada jenis pariwisata yang muncul dari minat spesifik wisatawan. Dengan kata lain wisata minat khusus adalah salah satu alternatif pariwisata yang terutama dimotivasi oleh minat/hobi khusus wisatawan

(Hall&Weiler, 1992). Pada era abad ke-21, wisatawan mencari jenis wisata yang baru dan unik yang dapat memenuhi minat, kegemaran dan rasa keingintahuan mereka.

Pariwisata minat khusus merujuk pada jenis pariwisata yang melibatkan individu atau kelompok yang ingin mengeksplorasi minat khusus dengan mengunjungi lokasi atau destinasi yang berkaitan dengan subjek tertentu (Lee & Bai, 2016). Contohnya termasuk pengamatan burung (*bird watching*), memancing, berbelanja, perawatan spa dan penyegaran, arung jeram, golf, kasino. Tidak hanya itu, kegiatan wisata minat khusus mencakup kegiatan *camping* (*Family camp, Educamp*), Penjelajahan (*adventure*), Penelusuran (*jelajah air terjun, tracking hutan, susur Sungai*), ekowisata, wisata desa.

Kemajuan pariwisata minat khusus sesungguhnya pun searah dengan kemajuan *lifestyle* manusia maka muncul beberapa istilah baru seperti *culinary tourism, halal tourism, dark tourism, Tolkien tourism* (mendatangai posisi film *Lord of The Rings*), *drug tourism, getto tourism, event jejepangan* serta aktivitas lain yang terkait dengan hobi atau minat khusus wisatawan (Dewitinalah.com).

Dalam konteks perjalanan pariwisata, motivasi merujuk pada dorongan atau keinginan seseorang untuk mengunjungi objek wisata atau atraksi wisata tertentu. Motivasi ini memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan calon wisatawan dalam memilih destinasi wisata yang akan mereka kunjungi, yang didasarkan pada persepsi mereka terhadap daerah atau daya tarik wisata yang tersedia. Persepsi ini dipengaruhi oleh preferensi individu, pengalaman sebelumnya, dan informasi yang mereka terima (Mill, R.C. dan Morrison, A.M.,2009)

Kunjungan wisatawan ke suatu daerah atau objek wisata sering kali memberikan pengalaman baru dan unik bagi mereka. Ada beberapa definisi tentang apa yang dimaksud dengan "daya tarik" menurut berbagai sumber, diantaranya: segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu (Yoeti, 1996). Segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat (Pendit, 1994).

Menurut UU Nomor.9 tahun 1990 Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna, segala bentuk daya tarik yang dimiliki oleh alam, contohnya yaitu: laut, pantai, gunung, danau, lembah, bukit, air terjun, sungai dan hutan. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia atau daya tarik wisata budaya yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, agrowisata, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi dan tempat hiburan. Daya tarik wisata buatan, meliputi daya tarik wisata budaya, contohnya sebagai berikut: tarian tradisional, wayang, upacara adat, upacara atau ritual dan daya tarik wisata yang berupa hasil karya atau seni seperti: bangunan seni, lukisan, pahatan dan ukiran.

Salah satu subkultur budaya pop yang sangat digemari oleh generasi Z (milenial) pada *manga* dan *anime* di Indonesia adalah *cosplay* (Yongkie Angkawijaya, 2018). Menurut Wang (2010) dalam Sarinastiti, A., & Merdiana, A. P. (2022) kata *costume* diartikan bahwa seseorang memerlukan pakaian dan aksesoris untuk bisa menjadi karakter tertentu dan kata *play* diartikan sebagai salah satu jenis kegiatan melakukan suatu hal. Jadi pengertian *cosplay* atau *kosupre-* adalah seseorang yang mengenakan pakaian lengkap dengan aksesoris dan dandanan yang

mirip dengan karakter tokoh baik di dalam *anime*, *game*, ataupun *video game* dan mengikuti gerakan yang dilakukan karakter tersebut seperti mimik muka untuk memberikan penampilan yang terbaik (Bonnichsen,2011). *Cosplay* bisa berubah atau menjadi identitas yang berbeda dari kehidupan sehari-harinya. Seiring berjalannya waktu, selain kostum yang di-*cosplay*-kan tidak hanya terbatas pada *manga* dan *anime* tetapi juga merambah ke *game*, drama jepang, hingga karakter original yang dibuat oleh *cosplayer* (Ahn ,2008).

Cosplay adalah cara bagi seseorang menyalurkan hobi dan kesenangan pribadinya dengan memamerkan kostum. Dengan *cosplay*, anak muda dapat mengekspresikan diri mereka sembari mencari identitas diri mereka melalui karakter yang ditirukan. Melalui *cosplay*, seorang *cosplayer* dapat menentukan bagaimana ia ingin dikenali dan diterima (Rastati, 2015)

Jepang telah berhasil dalam upaya menyebarkan *soft power*, terbukti dengan rutusnya kegiatan *cosplay* dan festival budaya Jepang di Indonesia, terutama di kota-kota besar. Pada tahun 2012, Indonesia menjadi bagian dari *World Cosplay Summit*, sebuah ajang pertemuan bagi *cosplayer* dari seluruh dunia yang diselenggarakan di Nagoya, Jepang. Pada tahun 2014, wakil Indonesia berhasil meraih peringkat tiga dalam kompetisi ini. Untuk menjadi wakil Indonesia di *World Cosplay Summit*, tim *cosplayer* Indonesia harus memenangkan kompetisi Indonesia *Cosplay Grand Prix* yang diadakan oleh Festival Ennichisai.

Menurut Wang (2010) dalam Sarinastiti, A., & Merdiana, A. P. (2022) tujuan berperan dalam *cosplay* pun bervariasi tetapi hal utama yang diinginkan para *cosplayer* adalah menjadi karakter yang disukai dan mencari perhatian dari

penonton karena mereka berpenampilan menjadi sosok yang berbeda dari biasanya. Dalam dunia *cosplay*, terdapat segmen pertunjukan yang melibatkan penampilan di atas panggung mirip dengan sebuah pameran busana. Ini menjadi salah satu cara bagi *cosplayer* demi mengekspresikan gaya busana unik mereka dan berpose untuk difoto di atas panggung. Kegiatan *cosplay* juga melibatkan pembentukan komunitas di mana anggotanya dapat berbagi pengalaman seputar *cosplay*, bertemu, memahami gaya hidup, serta mengurangi tekanan sosial dan emosi negatif yang mungkin mereka alami. *Cosplay* bisa membuat seseorang menjadi terobsesi tampil beda di depan umum dengan mengenakan kostum yang mereka pilih ataupun yang mereka sukai. Pengaruh dari sekitar seperti dari teman dan juga media informasi berupa internet juga turut andil besar dalam perkembangan *cosplay* itu sendiri.

Di Indonesia, kegiatan *cosplay* kebanyakan dimulai dari komunitas dan kelompok kecil yang memiliki minat dan hobi yang sama. Terutama, komunitas-komunitas semacam itu sering ditemukan di lingkungan kampus yang memiliki jurusan terkait dengan budaya Jepang. Di Indonesia, komunitas *cosplayer* ini sering menyelenggarakan acara *cosplay* dalam skala nasional. Seperti *Japan Festival Harajuku Street* yang diadakan pada tanggal 21 Oktober – 5 November 2023 di Mal Ciputra Tangerang. *Japanese Film Festival 2023*, *Japan Culture Daisuki CHOCODAYS 10th* tanggal 23-24 Desember 2023 di Convention Hall Tunjungan Plaza 3, Surabaya. *KIMATSU x 6th ANNIVERSARY JAPAN MATSURI SURABAYA* pada 14 Januari 2024 di Lagoon Avenue Mall Surabaya, *Honda Festipark Coswalk* pada tanggal 25 November 2023 di Grand Atrium Pakuwon Mall Surabaya dan *FUNDOME The Biggest Cabaret Event* pada tanggal 3 Desember 2023 di Balai

Pemuda Surabaya. IMPACTNATION Japan Festival 2023 yang diadakan pada tanggal 29-30 Juli 2023 di Istora GBK Senayan yang dihadiri hingga 70 ribu wisatawan dilansir dari Impactnation Japan Festival 2023 Hadirkan Banyak Artis Ternama Jepang (Liliyanti, L., 2023).

Kondisi seperti ini telah memicu minat masyarakat untuk menghadiri acara-acara bertema Jepang seperti *cosplay*, *anime*, *manga*, dan aspek budaya lainnya. Beberapa orang mengikuti acara *cosplay* bertema Jepang karena cinta atau kegemaran terhadap salah satu karakter *anime*, *manga*, dan *game*. Dengan mengenakan kostum, seorang *cosplayer* dapat mengubah penampilannya menjadi karakter yang mereka pilih dan sukai. Beberapa *cosplayer* tertarik melakukan *cosplay* karena mereka terobsesi dengan karakter dalam *anime* dan ingin mewujudkannya dalam bentuk tiga dimensi. Namun ada beberapa *cosplayer* yang tidak memilih karakter yang dimainkan atau diperankan karena menyukai original kostum buatan *cosplayer* sendiri.

Walaupun ada banyak acara *jejepangan* dengan partisipasi yang besar serta minat yang tinggi dari penggemar, kegiatan *cosplay* masih dianggap aneh dan tidak umum oleh sebagian besar masyarakat (Anwar Bahar Basamalah,2023). Terutama, desain kostum karakter sering kali dianggap aneh, minim, atau menakutkan. Akibatnya, banyak *cosplayer* mengalami perlakuan tidak menyenangkan seperti *body shaming* dan ejekan (Pikri Alamsyah,2020). Perlakuan tidak menyenangkan ini bisa datang dari masyarakat umum, orang tua, bahkan sesama penggemar *cosplay*.

Meskipun ada pandangan negatif dari sebagian masyarakat, penggemar acara bertema Jepang seperti *cosplay*, *anime*, *manga*, dan budaya Jepang tetap bersemangat menghadiri acara-acara tersebut (Anwar Bahar Basamalah,2023). Para wisatawan datang karena menyukai *anime*, budaya Jepang dan melakukan / melihat *cosplay* yang sekarang merambah ke *event Jepang*. Tidak hanya itu saja, banyak pula wisatawan datang menjadi seorang *cosplayer* untuk memerankan karakter tertentu. Menjadi *cosplayer* tidak hanya sebatas memakai kostum saja namun mereka sudah mempunyai dedikasi memerankan secara lebih mendalam dan menyiapkan *budget* untuk *cosplay* seperti menyewa kostum, membeli kostum atau membuat kostum sendiri.

Selain itu, wisatawan datang ke *event Jepang* yaitu untuk bertemu dengan *cosplayer* terkenal atau *waiifu/husbu*-nya seperti *meet and greet*, berfoto bersama dengan pose karakter yang diperankan, tanda tangan *merchandise* oleh *cosplayer*, berbincang, dan berjabat tangan bersama *guest star*. Adapula yang datang ke *event Jepang* untuk *hunting merchandise* seperti *poster*, *action figure*, dan aksesoris. Disamping itu, di dalam *event Jepang* kerap kali menampilkan teater *musical anime* dan *band idol* terkenal, banyak pula wisatawan yang berkunjung demi melihat *band idol* idolanya tampil menyanyikan album mereka atau meng-*cover* lagu dari *anime* / *band idol* dari Jepang. Terlebih lagi wisatawan tersebut ingin melepas penat dari kegiatan sebelumnya dan menikmati acara dengan penuh percaya diri, ekspresif, dan merasa bebas untuk menjadi diri sendiri.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, bahwa adanya *event Jepang* di Indonesia seperti kegiatan *cosplay*, *anime*, *manga* dan budaya Jepang

lainnya berdampak pada motivasi wisatawan untuk berkunjung ke *event jejepangan* karena atraksi wisatanya yang unik dari yang lainnya. Maka dari itu, peneliti tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Motivasi dan Atraksi Wisata Minat Khusus terhadap Keputusan Berkunjung di *Event jejepangan*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Melalui pada uraian latar belakang diatas, oleh karena itu rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi :

1. Apakah ada Pengaruh Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung di *Event Jejepangan*?
2. Apakah ada Pengaruh Atraksi Wisata Minat Khusus terhadap Keputusan Berkunjung di *Event Jejepangan*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada uraian permasalahan tersebut, maka tujuan yang dapat diambil pada penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh motivasi wisatawan terhadap Keputusan berkunjung di *event jejepangan*.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh atraksi wisata terhadap Keputusan berkunjung di *event jejepangan*.

2.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian “Pengaruh Motivasi dan Atraksi Wisata Minat Khusus Terhadap Keputusan Berkunjung di *Event Jejepangan*” diharapkan nantinya akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu :

- a. Memberikan kontribusi pemikiran mengenai Motivasi dan Atraksi Wisata Minat Khusus terhadap Keputusan Berkunjung di *Event jejepangan*
- b. Sebagai referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Pengaruh Motivasi dan Atraksi Wisata Minat Khusus terhadap Keputusan Berkunjung di *Event jejepangan*.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung untuk mengetahui tentang Pengaruh Motivasi dan Atraksi Wisata Minat Khusus terhadap Keputusan Berkunjung di *Event jejepangan*.

b. Bagi Universitas

Sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun penelitian yang serupa dan media pembelajaran yang tepat sebagai landasan penyusunan laporan.