

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dark tourism atau pariwisata kelam menjadi perbincangan akademis sejak pertengahan tahun 1990 an. Dimulai oleh Rojek yang membahas fenomena ini pada tahun 1993 dengan mengenalkan ide atau konsep bernama '*black spots*' atau tempat kelam. Hal tersebut didefinisikan sebagai pembangunan atau pengembangan komersial dari pemakaman selebriti atau sejumlah besar orang yang mengalami kematian mendadak dan kejam (Rojek dalam Stone dkk., 2018). Tahun 1996, Seaton (dalam Stone dkk., 2018) membuat suatu istilah baru yaitu '*thanatourism*'. Seaton mendeskripsikan fenomena ini sebagai suatu perjalanan ke lokasi, yang secara menyeluruh atau sebagian dimotivasi oleh keinginan yang nyata atau sekadar simbolis dengan hal-hal yang punya korelasi dengan kematian. Kata "*Dark tourism*" baru diperkenalkan dan digunakan oleh Foley dan Lennon pada tahun 1996 untuk mendefinisikan fenomena pariwisata ini sebagai suatu isyarat *post-modern*, suatu praktik yang mengungkapkan kekhawatiran yang lebih besar mengenai kemajuan industri, ilmu pengetahuan dan politik (Iliev, 2021)

Sharpley dan Stone (2009) mengatakan bahwa selama setengah abad pertumbuhan pariwisata gelap telah menjadi luas dan beragam. Hal ini diawali dengan pencarian terhadap pengalaman berwisata unik dan baru yang dapat memuaskan motivasi-motivasi wisatawan yang berbeda. Hal tersebut menciptakan pasar mulai berinovasi membuat segmentasi dengan tipologi-tipologi spesifik,

termasuk *dark tourism* (Magano dkk., 2023). Di beberapa kasus pertumbuhan *dark tourism* didukung oleh media cetak seperti novel, majalah, koran dan juga media perfilman. Novel dan film seperti *The Parallax View*, *Executive Action* and *JFK* memberikan umpan balik yang baik dalam menumbuhkan rasa keingintahuan dan tentang kejadian kematian John F. Kenedy. Lokasi-lokasi yang erat dengan kisah hidup John F. Kennedy menjadi penuh dengan turis terutama *The New Museum at the JFK Library*, Boston (Lennon & Foley, 2000).

Meskipun mengalami pertumbuhan, *dark tourism* kenyataannya tidak dapat dinikmati oleh semua orang. Bloom (Sharpley & Stone, 2009) menjelaskan bahwasannya *dark tourism* merupakan jenis wisata yang tidak normal atau yang disebut dengan istilah *Morbid Tourism*. Sesuatu yang tidak normal tentu memiliki pasar yang hanya terbatas pada peminat tertentu. Keterbatasan tersebut menjadikan *dark tourism* sebagai wisata minat khusus yang merupakan perjalanan wisatawan ke suatu destinasi yang punya kekhususan sesuai dengan minat wisatawan (Yoeti, 2006).

Pariwisata tidak normal ini diyakini memiliki benturan moral yang berawal dari dikemasnya suatu hal yang tragis dan menyedihkan menjadi suatu produk wisata yang dapat dikomersialkan. (Chen & Xu, 2021). Namun menurut Gaya (2013) minat dan meditasi terhadap kematian dipandang sebagai hal yang normal. Terlebih lagi wisatawan *dark tourism* didominasi oleh rasa ingin tahu untuk edukasi dan pengalaman sebagai motivasi utama.

Terdapat sembilan faktor yang memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke situs *dark tourism* yaitu pengalaman, sejarah, edukasi, sosial dan budaya, peningkat, pencari sensasi seram, penasaran dengan lokasi, adanya suatu acara, kematian, dan faktor lain. Dari sembilan faktor tersebut hal yang paling sering memotivasi wisatawan adalah pengalaman. (Bhati dkk., 2021). Pengalaman merupakan awal dari emosi seseorang. Wisatawan yang berwisata di *dark tourism* dengan motivasi pengalaman emosi maka pengunjung bisa merasakan antara lain penasaran atau rasa ingin tahu, empati, kasih sayang atau kesusahan, horor, ketakutan, kemarahan, kesedihan dan bahkan rasa malu. (Isaac R. dalam Munif, 2020)

Dark tourism di dunia telah berkembang dan terus meningkat. Hohenhaus, (dalam *national geographic*, 2019) seorang penulis dan peneliti *dark tourism* telah mengunjungi lebih dari 650 situs *dark tourism*. Salah satu situs paling terkenal adalah kota mati Chernobyl yang merupakan zona eksklusif seluas 2.000 kilometer persegi dengan tingkat radiasi nuklir yang tinggi karena meledaknya reaktor nuklir pada tahun 1986. Chernobyl telah menjadi destinasi wisata dengan kunjungan mencapai 350.000 dari tahun 2017-2021 (statista.com, 2024). Secara global, market *dark tourism* diperkirakan mencapai USD 31,89 miliar pada tahun 2023 dan diproyeksikan tumbuh sebesar 2,9% dari tahun 2024 hingga 2030 (Grand View Research, 2024) Dalam laporan ini juga disebutkan bahwa pertumbuhan ini juga didorong oleh media massa seperti documenter, film bahkan serial televisi.

Indonesia juga memiliki beberapa destinasi *dark tourism* meskipun istilah ini belum dikenal secara luas dan jarang sekali disebutkan dalam literasi-literasi.

Hal ini nyatanya adalah hal yang wajar karena label *dark tourism* terkesan canggung atau tabu sehingga hanya muncul dalam studi akademis. (Lennon & Foley, 2000); Seaton (1996) (dalam Sharpley & Stone, 2009). Indonesia memiliki keunikan sejarah dan warisan budaya yang mampu dimanfaatkan sebagai destinasi wisata untuk segala tipe tipologi (Safari dkk., 2023). Terlebih lagi budaya negara Indonesia sangat kental dengan hal-hal yang bersifat mistis yang menjadi pengaruh utama (Simanjutak dalam Wailmi dkk., 2024). Pemakaman di Tana Toraja, Sulawesi Selatan, Indonesia masuk dalam adegan film dokumentasi Netflix yang berjudul *Dark Tourist* (Wailmi dkk., 2024).

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional tahun 2010-2025 (2011), *dark tourism* diartikan sebagai wisata memorial, yang didefinisikan sebagai wisata yang memberikan hal-hal berhubungan dengan tragedy manusia, perang, kematian dengan kekerasan, bencana alam dan pembantaian. Dengan menganut prinsip ini maka dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata *dark tourism* di Indonesia di antaranya Museum Tsunami Aceh (didirikan sebagai peringatan bencana alam Tsunami Aceh 2004), Bunker Kaliadem Merapi (beralih fungsi sebagai wisata memorial untuk mengenang bencana alam meletusnya Gunung Merapi tahun 2006), Museum Sepuluh Nopember (didirikan untuk melengkapi monumen Tugu Pahlawan sebagai peringatan perjuangan *arek-arek Suroboyo* dalam perang 10 November 1945) dan *Ground Zero* Legian Bali (didirikan untuk peringatan bom bali)

Kota Surabaya juga memiliki daya tarik wisata *dark tourism* yang punya keterkaitan dengan kematian dan kengerian di masa lalu seperti penjara kalisosok dan benteng kedung cowek. Namun daya tarik tersebut belum diberdayakan sebagai tempat wisata. Sedangkan daya tarik *dark tourism* yang telah didirikan di Kota Surabaya di antaranya Jembatan Merah, Hotel Majapahit, Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember. Museum Sepuluh Nopember memiliki angka kunjungan mencapai 500-800 dalam satu hari. Wisatawan yang datang didominasi oleh pelajar untuk tujuan edukasi dan hiburan (Jawapos.com, 2022)

Museum Sepuluh Nopember dibangun dibekas reruntuhan gedung pengadilan yang di bangun oleh Belanda yang bernama Raad Van Justitie lalu beralih fungsi menjadi markas polisi militer Jepang yang bernama Kempetai. Semasa kependudukan Jepang gedung ini menjadi tempat interograsi dan penyiksaan para warga sipil yang dinilai berontak dengan Jepang. Contoh yang paling dikenal adalah penyiksaan dari seniman dan aktor *ludruk* Cak Durasim. Penyiksaan ini berujung pada kematian Cak Durasim oleh Kempetai (muspen.kominfo.go.id, 2022; jawatimuran.disperpusip.jatimprov.go.id, 2012; Hutari, 2009)

Pada pertempuran 10 Nopember 1945 gedung kempetai hancur setelah di bombardir oleh artileri sekutu karena disangka telah menjadi markas Polisi Tentara Keamanan Rakyat (PTKR) dan mengakibatkan gugurnya banyak pahlawan dari pihak Surabaya. Hal ini menjadi salah satu alasan kuat dibangunnya monument Tugu Pahlawan dan menyusul Museum Sepuluh Nopember untuk melengkapi dan membagikan cerita dari peperangan 10 November 1945.

Museum Sepuluh Nopember dipilih menjadi lokasi penelitian karena dianggap memenuhi kriteria yang telah disebutkan pada Peraturan Pemerintah tentang wisata memorial atau *dark tourism*. Dalam penerapannya istilah kelam tidak dilabelkan pada daya tarik wisata ini dan narasi yang diceritakan tidak utuh meskipun Museum Sepuluh Nopember punya kaitan dengan sejarah kelam dan tragis yang melatarbelakangi perang 10 Nopember 1945.

Mempertimbangkan semua sejarah yang dimiliki Museum Sepuluh Nopember, penelitian ini menjadi sangat penting untuk menganalisis spektrum *dark tourism* di Museum Sepuluh Nopember. Narasi kelam yang dibangun dan diceritakan, benda peninggalan yang dipamerkan, jarak peristiwa dengan masa kini dapat menentukan proyeksi spektrum *dark tourism*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dihasilkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis spektrum *dark tourism* di Museum Sepuluh Nopember Surabaya sebagai daya tarik wisata?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Tujuan Umum

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui kelas spektrum *dark tourism* Museum Sepuluh Nopember sebagai daya tarik wisata

b. Tujuan Khusus

1. Menciptakan pembahasan dan perbincangan mengenai *dark tourism* dalam dunia akademis ataupun praktis.
2. Memenuhi tugas akhir Skripsi untuk program sarjana pariwisata.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1. Memperluas pemahaman tentang *dark tourism* di Surabaya khususnya Museum Sepuluh Nopember.
2. Menjadi bahan literatur akademis di bidang pariwisata tentang *dark tourism*.

b. Manfaat Praktis

Menjadi panduan bagi pemangku kepentingan atau *stakeholder* industri pariwisata dalam mengenalkan, merencanakan, mengembangkan dan memasarkan *dark tourism* di Surabaya khususnya Museum Sepuluh Nopember