

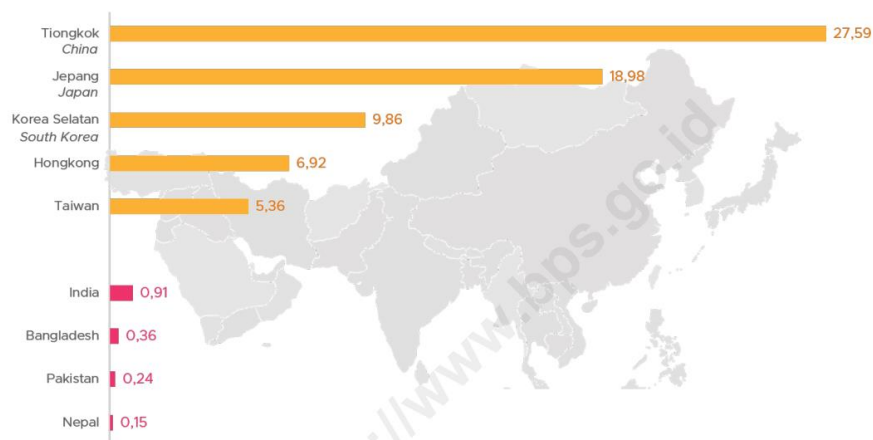
## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi secara masif menjadikan sektor media digital dan hiburan mampu memberikan akses tak terbatas terhadap beragam produk ataupun budaya populer dari seluruh dunia. Transformasi konsumsi media ini menciptakan fenomena baru dalam industri pariwisata yang dikenal dengan *popular culture tourism* atau *media-induced tourism*. Menurut (Lexhagen dkk., 2023), *popular culture tourism* atau pariwisata budaya populer adalah perilaku yang muncul akibat berbagai bentuk budaya populer yang mencakup seni, olahraga, dan hiburan. Pariwisata budaya populer mudah dijangkau melalui media digital maupun platform sosial yang berasal dari berbagai negara diseluruh dunia. *Korean wave* atau gelombang budaya populer dari Korea Selatan merupakan salah satu pendorong terjadinya *popular culture tourism*.

*Korean wave* atau *Hallyu* merupakan gelombang budaya yang populer berasal dari Negara Korea Selatan. *Korean wave* terdiri dari Korea-Pop, drama Korea, film Korea, kuliner, mode, hingga perawatan wajah yang menjadikan *Korean wave* ada dalam bagian hidup. Sama halnya yang dikatakan oleh (Toding, 2024) yang menyebutkan bahwa *Korean wave* dalam ranah hiburan memberikan manfaat, bukan hanya manfaat pada aspek hiburan tetapi terjalin dalam rutinitas sehari-hari seperti pada gaya hidup, fashion, kuliner, hingga kecantikan yang sering terlihat dalam drama Korea sebagai cerminan dari budaya populer. Perspektif orang Indonesia tentang Korea Selatan yaitu bahwa Korea Selatan memiliki daya tarik yang populer dan menarik (Hyeonseock, 2017). *Korean wave* melalui drama Korea yang terjadi di Indonesia dimulai dengan munculnya drama Korea *Mother's Sea* dan *Endless love* pada tahun 2002, drama tersebut menjadi populer dan konsumsi budaya Korea di Indonesia mulai meningkat (Sukendi dkk., 2023). Dalam laporan 2024 Overseas Hallyu Survey menyebutkan bahwa Indonesia berada pada peringkat 1 dalam konsumsi

budaya korea (KOFICE, 2024). Berdasarkan hal tersebut, tidak dapat dihindari jika Negara Korea memiliki keterikatan dengan Indonesia yang dibuktikan dengan tingkat konsumsi budaya korea yang dapat membentuk keinginan untuk berkunjung ke Negara Ginseng tersebut (Amalia dkk., 2025). *Korean wave* telah berubah menjadi fenomena global yang memberikan pengaruh pada sektor pariwisata di Korea Selatan. Dampak tersebut berpengaruh pada pola wisata masyarakat Indonesia, terutama dalam memilih destinasi wisata ke wilayah Asia Timur.



**Gambar 1. 1 Perjalanan wisatawan nasional Indonesia ke ASIA Timur dan ASIA Selatan**

Sumber : bps.go.id, 2025

Dalam Laporan Wisatawan Nasional Indonesia : Outbound Tourism Statistics 2024, menyebutkan bahwa jumlah wisatawan nasional yang melakukan perjalanan internasional tumbuh positif dibandingkan tahun 2023. Pada tahun 2024 bertumbuh positif dengan persentase 18.9% pada tahun sebesar 8.9 juta wisatawan nasional. Negara Asia menjadi tujuan favorit wisatawan nasional Indonesia dan mengalami kenaikan ditahun 2024 sebesar 17.3% dibandingkan tahun 2023 sebesar 15.7%. Negara Asia Timur seperti Jepang, Tiongkok, dan Korea Selatan menjadi destinasi yang mendominasi tujuan utama wisatawan nasional Indonesia. Berdasarkan data tersebut wisatawan nasional Indonesia memiliki minat yang tinggi dalam perjalanan internasional terutama pada perjalanan ke wilayah Asia Timur (BPS, 2025). Hal tersebut diperkuat oleh laporan dari Korea Tourism Data Lab yang

menyebutkan bahwa wisatawan Indonesia meningkat di tahun 2024 yaitu sebesar 336.185 wisatawan yang melakukan perjalanan ke Korea Selatan. Wilayah Asia Timur yang menjadi favorit untuk bepergian yaitu Korea Selatan, salah satu wilayah yang memiliki daya tarik bagi masyarakat Indonesia yaitu Pulau Jeju.

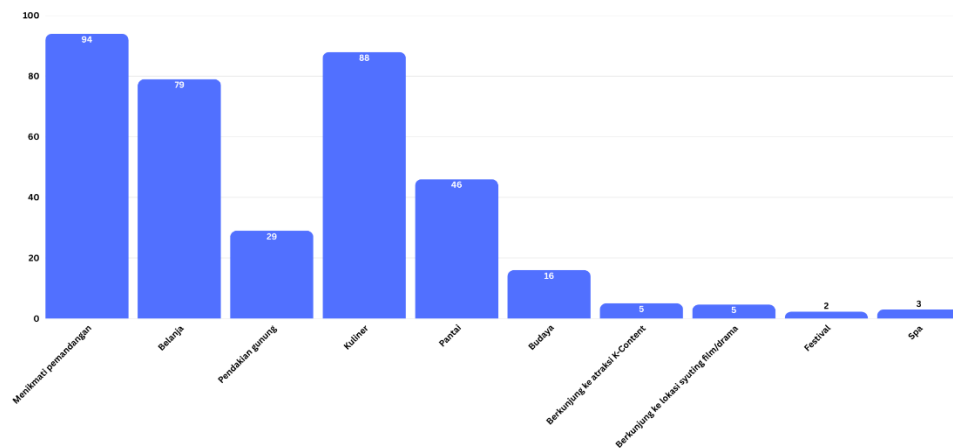


**Gambar 1. 2 Data kunjungan wisatawan Indonesia ke Pulau Jeju**

*Sumber : Data pribadi melalui korespondensi e-mail dengan Jaehun-Choi.  
(Jeju Tourism Organization, komunikasi pribadi, 2025)*

Pulau Jeju merupakan salah satu provinsi otonomi Korea Selatan yang terletak di selatan Semenanjung Korea dan terdiri dari wilayah kepulauan. Berdasarkan data dari Jeju Tourism Organization pada gambar 1.2 menunjukkan data kunjungan wisatawan Indonesia ke Pulau Jeju dari tahun 2019 hingga Mei 2025. Terjadi penurunan drastis pada tahun 2020 – 2022 akibat dari COVID-19 tetapi pada tahun 2023 – 2024 terjadi peningkatan kunjungan wisatawan Indonesia. Walaupun tidak sebesar jumlah kedatangan ke Pulau utama tetapi Pulau Jeju pun mengalami kenaikan. Salah satu faktornya dapat dikaitkan dengan tayangnya drama korea populer yang mengambil latar utama di Pulau Jeju, seperti *Our Blues* (2022) dan *Welcome to Samdalri* (2023-2024). Hal ini diperkuat data dari (Korean Tourism Data Lab, 2025) menyebutkan bahwa Pulau Jeju masuk dalam destinasi yang menjadi favorit wisatawan Indonesia setelah Seoul, Gyeonggi, Incheon, Busan, dan Jeolla. Pulau Jeju menawarkan berbagai atraksi wisata seperti keindahan alam, termasuk pulau-pulau kecil, air terjun, pedesaan dengan kebudayaan

tradisional. Selain dikenal sebagai gudang objek dan atraksi wisata, Pulau Jeju pun dikenal sebagai tempat pembuatan konten *Korean wave*. Pembuatan konten *Korean wave* seperti video musik K-Pop, drama Korea, film Korea, hingga *reality show* (D. Kim & Suh, 2023).



**Gambar 1. 3 Aktivitas wisatawan asing di Pulau Jeju**

Sumber : Jeju Tourism Organization Big Data (2024)

Dalam gambar 1.3 menunjukkan aktivitas wisata wisatawan asing di Pulau Jeju. Dalam laporan Analisis Terpadu 11 Tahun : Laporan Hasil Survei Kuantitatif Terhadap Wisatawan Yang Berkunjung ke Pulau Jeju (2024), memperlihatkan mayoritas wisatawan masih berfokus pada aktivitas alam seperti menikmati pemandangan (94%), kuliner (88%), dan belanja (79%). Tetapi pada aktivitas wisata *Hallyu* mulai tercatat dalam statistik kunjungan seperti mengunjungi tempat yang ada pada *K-Content* (5%) dan mengunjungi lokasi syuting film atau drama (5%). Walaupun persentasenya kecil, adanya kategori ini dalam data resmi menandakan bahwa *film-induced tourism* melalui drama Korea telah menjadi salah satu faktor pendorong dalam menarik wisatawan ke Pulau Jeju. Kehadiran aktivitas wisata “mengunjungi lokasi syuting film/drama” dalam survei yang dilakukan oleh Jeju Tourism Organization menandakan adanya wisatawan yang memiliki minat dengan destinasi Pulau Jeju melalui representasi media drama Korea.

Pulau Jeju dipilih sebagai objek penelitian dalam studi ini berdasarkan beberapa pertimbangan. Pertama, Pulau Jeju merupakan salah satu destinasi

wisata favorit wisatawan nasional Indonesia. Kedua, adanya kebijakan bebas visa bagi pemegang paspor Indonesia untuk kunjungan yang singkat ke Pulau Jeju. Ketiga, Pulau Jeju memiliki daya tarik yang diakui secara internasional dengan beberapa situs yang terdaftar sebagai warisan dunia UNESCO. Keempat, Indonesia memiliki Duta Pariwisata khusus Pulau Jeju yaitu Anang Hermansyah, salah satu artis Indonesia yang ditunjuk oleh pemerintah Pulau Jeju untuk menjadi Duta Pariwisata Pulau Jeju yang menunjukkan bahwa tingginya minat dan hubungan bilateral dalam sektor pariwisata (Jeju Special Self-Governing Province & Jeju Business Agency, 2024). Kelima, Pulau Jeju dikenal karena menjadi lokasi syuting drama korea yang populer seperti *Jewel in Palace*, *Boys Over Flower*, *The Legend of Blue Sea*, *Our Blues* hingga *Welcome to Samdal-ri*. Hal tersebut menjadikan Pulau Jeju sebagai destinasi yang tidak hanya dikenal karena keindahan alamnya, tetapi juga keterkaitannya dengan produk media korea yang populer.

Bagian dari *popular culture tourism* yaitu *film-induced tourism*, dimana tayangan visual seperti film atau drama mampu membentuk persepsi dan minat berkunjung terhadap lokasi syutingnya. *Film-induced tourism* atau *screen tourism* merupakan kegiatan wisata ke lokasi atau tempat ikonik karena terdapat hubungan dengan sebuah film atau serial televisi yang populer (Cabuyao dkk., 2023). *Screen tourism* memberikan dampak pada lokasi wisata di seluruh dunia, contohnya seperti pada serial *Game of Thrones* mengalami lonjakan wisatawan yang menginap di Dubrovnik, Kroasia sebesar 59.000 pertahun, trilogi *Lord of The Rings* yang mengalami lonjakan wisatawan sebesar 10% ke New Zealand, dan pengaruh film *Harry Potter* yang memberikan dampak peningkatan wisatawan di Inggris (Depken dkk., 2020; Hudson & Ritchie, 2006). Drama korea adalah salah satu bentuk dari *film-induced tourism* atau *screen tourism* yang mendorong terjadinya *Korean wave*. *Korean wave* digemari oleh banyak orang yang mampu menarik wisatawan dari negara lain ke Korea Selatan, dengan ketertarikannya pada budaya korea, destinasi wisata, artis atau selebriti dan juga kuliner (Pramita & Harto, 2016). Laporan oleh hasil survey oleh JakPat tahun 2024 menyebutkan bahwa 51% orang Indonesia menonton drama korea

yang didominasi oleh kaum perempuan. Sebanyak 47% penonton menghabiskan waktunya untuk menonton drama korea yaitu 1.5 jam – 3 jam, sedangkan generasi Z menonton drama korea lebih lama yaitu 3-5 jam (Jakpat, 2025). Film dan serial televisi ini dapat memberikan dampak yang besar terhadap cara pandang calon wisatawan mengenai lokasi tersebut (Araújo-Vila dkk., 2024). Film dan televisi tidak hanya menarik penonton karena keindahan fisiknya tetapi juga karena alur cerita, tema, karakter tokoh, adegan yang dapat menumbuhkan perasaan emosional, hingga sikap terhadap destinasi tersebut (Hua dkk., 2021). Eksposur dari tayangan visual tersebut secara tidak langsung membentuk persepsi penonton.

Representasi visual yang di konstruksi melalui tayangan berperan dalam membentuk citra destinasi. Penelitian oleh Telim dkk. (2022) menyoroti tentang *destination image* dan *film tourism* dalam konteks *Korean wave*, dengan hasil penelitian yaitu *destination image* dapat mempengaruhi minat berkunjung ke Korea Selatan. Penelitian oleh Chen (2023) mengevaluasi bagaimana penempatan lokasi dalam sebuah film dapat mempengaruhi niat perjalanan wisatawan yang melibatkan variabel mediasi yaitu *involvement* dan *place attachment*. Peletakan lokasi dalam film berpotensi memicu niat untuk berkunjung melalui tahapan psikologis yang rumit, dimana *involvement* dan *place attachment* merupakan variabel mediasi dalam proses memunculkan keinginan untuk berkunjung (P.-T. Chen, 2023). Penelitian yang sama oleh Shi dkk. (2024) yang meneliti pengaruh *audience involvement* terhadap niat perilaku sebelum berkunjung dengan *place attachment* sebagai variabel mediasi. Dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *audience involvement* merupakan elemen penting dalam membentuk niatan perilaku wisata, dimana *place attachment* penghubung psikologis dan keputusan nyata untuk berkunjung.

Meskipun ketiga studi ini telah memberikan kontribusinya dalam memahami keterkaitan antara media dan perilaku wisatawan, masih ada beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan terkait dampak drama Korea terhadap minat berkunjung ke Pulau Jeju. Pertama, penelitian oleh Chen (2023)

dan Shi dkk. (2024) cenderung bersifat umum dan belum secara rinci meneliti fenomena *Korean wave* yang memiliki ciri khasnya tersendiri dalam mempengaruhi pandangan wisatawan. Kedua, dalam penelitian oleh Telim dkk. (2022) melibatkan wisatawan Indonesia dan konteks destinasi Korea Selatan, namun belum secara langsung memusatkan perhatian pada Pulau Jeju sebagai salah satu tempat di Korea Selatan sebagai lokasi yang memiliki daya tarik tersendiri berkat drama Korea. Ketiga, belum terdapat penelitian yang mengkombinasikan empat variabel utama yaitu *destination image*, *involvement*, *place attachment*, dan minat berkunjung dalam satu model penelitian yang berfokus pada dampak drama korea terhadap minat berkunjung ke destinasi khusus seperti Pulau Jeju.

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dari itu penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Destination Image* Dalam Drama Korea Terhadap Minat Berkunjung Ke Pulau Jeju : Mediasi *Involvement* dan *Place Attachment*”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, berikut rumusan permasalahan penelitian :

1. Bagaimana pengaruh *destination image* dalam drama korea berlatar Pulau Jeju terhadap *involvement* ?
2. Bagaimana pengaruh *destination image* dalam drama korea berlatar Pulau Jeju terhadap *place attachment* ?
3. Bagaimana pengaruh *destination image* dalam drama korea berlatar di Pulau Jeju terhadap minat berkunjung ke Pulau Jeju ?
4. Bagaimana pengaruh *involvement* dalam drama korea berlatar di Pulau Jeju terhadap *place attachment* ?
5. Bagaimana pengaruh *place attachment* dalam drama korea berlatar di Pulau Jeju pada *minat berkunjung* ke Pulau Jeju ?
6. Bagaimana pengaruh *involvement* dalam drama korea berlatar di Pulau Jeju berpengaruh terhadap *minat berkunjung* ke Pulau Jeju?

7. Bagaimana pengaruh *destination image* terhadap *place attachment* melalui *involvement*?
8. Bagaimana pengaruh *destination image* terhadap minat berkunjung ke Pulau Jeju melalui *involvement*?
9. Bagaimana pengaruh *destination image* terhadap minat berkunjung ke Pulau Jeju melalui *place attachment*?
10. Bagaimana pengaruh *involvement* terhadap minat berkunjung ke Pulau Jeju melalui *place attachment*?
11. Bagaimana pengaruh berurutan *destination image* terhadap minat berkunjung ke Pulau Jeju melalui *involvement* dan *place attachment*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, berikut tujuan penelitian ini :

1. Menganalisis pengaruh *destination image* dalam drama korea berlatar di Pulau Jeju terhadap *involvement*
2. Menganalisis pengaruh *destination image* dalam drama korea berlatar di Pulau Jeju terhadap minat berkunjung ke Pulau Jeju.
3. Menganalisis pengaruh *destination image* dalam drama korea berlatar di Pulau Jeju terhadap *place attachment*
4. Menganalisis pengaruh *involvement* dalam drama korea berlatar di Pulau Jeju terhadap *place attachment*
5. Menganalisis *place attachment* dalam drama korea berlatar di Pulau Jeju terhadap minat berkunjung ke Pulau Jeju.
6. Menganalisis *involvement* dalam drama korea berlatar di Pulau Jeju terhadap minat berkunjung ke Pulau Jeju.
7. Menganalisis pengaruh *destination image* Pulau Jeju terhadap *place attachment* melalui *involvement*.
8. Menganalisis pengaruh *destination image* terhadap minat berkunjung ke Pulau Jeju melalui *involvement*.
9. Menganalisis pengaruh *destination image* terhadap minat berkunjung ke Pulau Jeju melalui *place attachment*.



10. Menganalisis pengaruh *involvement* terhadap minat berkunjung ke Pulau Jeju melalui *place attachment*.
11. Menganalisis pengaruh berurutan *destination image* terhadap minat berkunjung ke Pulau Jeju melalui *involvement* dan *place attachment*.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis, sebagai berikut :

##### 1. Akademis

Penelitian ini dapat menjadi pengembangan ilmu pariwisata terutama pada studi *film-induced tourism* pada minat berkunjung. Serta pengembangan bidang pariwisata *outbound* yang didorong oleh *film-induced tourism*. Selain itu, dapat menjadi rujukan penelitian selanjutnya di masa mendatang.

##### 2. Praktis

Penelitian ini dapat menjadi saran atau referensi terhadap pemerintah Indonesia maupun perusahaan dibidang kreatif yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke suatu destinasi yang dikemas melalui *film-induced tourism*.

#### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada skripsi ini dilakukan sesuai dengan pedoman penulisan yang tertuang dalam Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia (2024). Sistematika penulisan tersebut sebagai berikut :

##### 1. BAB I: PENDAHULUAN

Pada Bab ini terdapat penjelasan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan peneltian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

##### 2. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini menguraikan teori para ahli tentang penelitian sebagai landasan teori, kerangka penelitian, dan hipotesis.

##### 3. BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan yaitu lokasi, populasi dan sampel, variabel instrumen, hingga pengumpulan data.

#### 4. BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan terkait hasil data dan pembahasan data hasil penelitian yang diperoleh melalui penelitian oleh peneliti.

#### 5. BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan dari temuan penelitian yang dilakukan peneliti dan implikasi yang diberikan sebagai rekomendasi penelitian di masa mendatang.

#### 6. DAFTAR PUSTAKA

#### 7. LAMPIRAN