

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang penting bagi suatu negara. Dengan adanya pariwisata, pendapatan suatu negara atau lebih khususnya suatu daerah akan meningkat. Hal ini bukanlah tanpa alasan, karena saat ini semakin banyak negara-negara yang sadar bahwa pengembangan sektor pariwisata penting bagi pendorong sektor ekonomi negaranya.

Sektor pariwisata yang dikelola dengan baik mampu menarik perhatian wisatawan nusantara maupun mancanegara. Indonesia merupakan salah satu negara dengan kekayaan sumber daya alam dan obyek wisata yang sangat banyak. Pengembangan sektor pariwisata juga dilakukan oleh Negara Indonesia. Menurut Menteri Pariwisata Arief Yahya, pemerintah berencana menjadikan sektor pariwisata sebagai andalan perolehan devisa. Pasalnya, pariwisata Indonesia dinilai memiliki keunggulan dari sisi destinasi dan harga (*sumber: www.kemenpar.go.id*). Oleh karena itu, pemerintah Indonesia terus berusaha mengembangkan pariwisata Indonesia. Hal ini dilakukan untuk terus meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan terutama wisatawan mancanegara. Berikut ini merupakan tabel perkembangan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia.

Tabel 1.1

Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia

Tahun	Jumlah Kunjungan
2011	7.649.731
2012	8.044.462
2013	8.802.129
2014	9.435.411
2015	10.406.759
2016 (Jan-Nov)	10.405.947

Sumber: <https://www.bps.go.id>

Berdasarkan Tabel 1.1, menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2011, jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 7.649.731 wisatawan dan terus meningkat hingga mencapai 10.405.947 wisatawan pada tahun 2016 (Jan-Nov).

Tabel 1.2
Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Indonesia

Tahun	Jumlah Kunjungan
2011	6.750.416
2012	7.453.633
2013	8.024.876
2014	7.899.070
2015	7.908.534
2016 (Jan-Okt)	6.677.918

Sumber: <http://www.kemenpar.go.id>

Berdasarkan Tabel 1.2, berbeda dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang terus meningkat setiap tahunnya, jumlah kunjungan wisatawan nusantara cenderung fluktuatif. Pada tahun 2011, jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 6.750.416 wisatawan dan sangat meningkat pada tahun-tahun berikutnya sampai pada tahun 2013. Namun, terjadi penurunan jumlah wisatawan pada tahun berikutnya yaitu pada tahun 2014, tetapi mengalami kenaikan kembali pada tahun 2015. Dan pada tahun 2016, jumlah wisatawan sebanyak 6.677.918 dan masih berkemungkinan melebihi tahun 2015 karena data pada tahun 2016 baru hanya sampai bulan Oktober.

Berdasarkan data diatas, membuktikan bahwa aktivitas pariwisata sudah mulai berkembang. Jumlah kunjungan yang terus meningkat ini membuat optimis yang tinggi di masa mendatang terhadap pertumbuhan ekonomi tanah air.

Salah satu obyek pariwisata yang sangat terkenal dikalangan domestik maupun mancanegara adalah pulau Bali. Selain pulau Bali, pulau Jawa merupakan tujuan untuk menarik para wisatawan melalui kekayaan sumber daya alam yang ada di dalamnya, salah satunya adalah Daerah Istimewa Yogyakarta. Kota

Yogyakarta berkedudukan sebagai ibukota Propinsi DIY. Kota Yogyakarta memiliki luas wilayah tersempit dibandingkan dengan daerah tingkat II lainnya, yaitu 32,5 Km² yang berarti 1,025% dari luas wilayah Propinsi DIY (*sumber:www.jogjakota.go.id*).

Menurut Kepala Dinas Pariwisata DIY, bahwa tingkat kunjungan wisatawan dari domestik maupun mancanegara ke Yogyakarta setiap tahun terus meningkat dan melebihi target yang ditentukan oleh pihaknya(*sumber:www.jogja.tribunnews.com*).

Tabel 1.3

Data Jumlah Wisatawan Nusantara di Yogyakarta

Tahun	Jumlah Kunjungan
2011	1.438.129
2012	2.162.422
2013	2.602.074
2014	3.091.967
2015	3.813.720
*2016	± 4.000.000

Sumber:Dinas Kepariwisataaan Yogyakarta

* Perkiraan Data

Berdasarkan Tabel 1.3, menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Yogyakarta meningkat setiap tahunnya.Pada tahun 2011, jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 1.438.129 wisatawan dan terus meningkat hingga mencapai ±4.000.000 wisatawan pada tahun 2016.

Untuk mengetahui mengenai presepsi wisatawan terhadap destinasi wisata yang menjadi favorit di Indonesia, peneliti melakukan pra-penelitian kepada 30 responden. Pra-penelitian ini dilakukan untuk mengetahui destinasi wisata mana yang akan dipilih untuk dikunjungi oleh responden. Berikut ini, Gambar 1.1 merupakan hasil dari pra-penelitian.



Sumber: Pra-penelitian kepada responden, 2017

Gambar 1.1 Pemilihan Destinasi Wisata Favorit

Dari Gambar 1.1, menunjukkan bahwa sebanyak 47% responden memilih Bali sebagai destinasi wisata favorit di Indonesia. Dan, hanya 14% responden yang memilih Yogyakarta yang menempati posisi ketiga, dibawah Raja Ampat yang menempati posisi kedua. Hal itu menunjukkan bahwa pengaruh film AADC 2 tidak menjadikan Yogyakarta sebagai destinasi wisata favorit di Indonesia oleh para wisatawan nusantara.

Semenjak munculnya film, banyak wisatawan yang berkunjung ke sebuah lokasi yang muncul dalam sebuah film pada saat pembuatan atau sesudah produksi film (Roesch:2009). Menurut penelitian oleh Tanja Taskanen (2012) dalam jurnal *Film Tourism: Study on How Films Can Be Used to Promote Tourism*, industri pariwisata mendapatkan keuntungan dari industri perfilman. Film merupakan alat yang sangat kuat bagi konsumen untuk membentuk sebuah persepsi. Didorong oleh pertumbuhan perjalanan secara internasional dan perkembangan dari industri hiburan, pariwisata film menjadi fenomena yang terus berkembang yang dianggap merupakan salah satu strategi pemasaran pariwisata.

Pada saat ini dunia perfilman sudah sangat maju ditandai dengan banyaknya produksi film yang bagus dan menarik untuk ditonton. Menurut Butler (1990), film tidak hanya dibuat dengan tujuan untuk menarik wisatawan, tetapi juga bertujuan untuk menyampaikan serta mempengaruhi penonton dengan pesan secara tidak langsung melalui media cerita. Film juga merupakan media ekspresi artistik sebagai suatu alat bagi para seniman dan insan perfilman dalam rangka mengutarakan gagasan-gagasan dan ide cerita. Secara esensial dan substansial film memiliki power yang akan berimplikasi terhadap komunikasi masyarakat. Selain itu definisi film menurut pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2009 Tentang Perfilman mengatakan bahwa, film merupakan karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan. Industri perfilman saat ini mengenalkan sebuah fenomena tren baru, yaitu *film induced tourism*. *Film Induced Tourism* merupakan fenomena yang berkembang secara mendunia yang mendorong peningkatan wisata dan perkembangan industri hiburan (Hudson&Ritchie:2006).

Seperti halnya dalam membaca buku dan mengunjungi pameran lukisan yang menjadi salah satu inspirasi untuk pergi ke sebuah tempat yang baru, film menjadi salah satu motivasi terkini yang menginspirasi untuk pergi ke sebuah lokasi yang ada di dalam sebuah film. *Film induced tourism* merupakan bentuk pariwisata yang baru dan membuat pengalaman baru yang melibatkan tur film seperti kunjungan ke lokasi film atau taman bermain yang terinspirasi dari sebuah film. Seperti contoh, wisatawan ingin berkunjung ke New Zealand karena ingin melihat lokasi film yang muncul di *The Lord of The Rings*(Beeton:2005).

Walaiporn (2008) menyebutkan bahwa mengapa *film induced tourism* sangat menarik bagi wisatawan, karena menonton film merupakan salah satu pengalaman visual yang berwujud sehingga tergerak untuk mengalami sendiri untuk berada di lokasi sesungguhnya, tetapi dengan mengunjungi lokasi film pengalaman visual tersebut menjadi nyata. Ini membuat *film induced tourism* menjadi destinasi wisata yang membuat wisatawan dapat menjadi

terhubung dan menghidupkan emosional antara lokasi film, cerita film maupun karakter film.

Saat ini, perfilman Indonesia sudah sangat maju dilihat dari meningkatnya jumlah penonton mencapai 16 juta semenjak awal 2016 hingga pertengahan 2016 yang merupakan angka tertinggi sejak 2009 dan mulai banyaknya film Indonesia yang dilirik oleh dunia serta menampilkan keindahan alam di Indonesia, seperti contohnya *The Raid*, *The Raid 2*, *Laskar Pelangi* dan *AADC 2 (Ada Apa Dengan Cinta 2)*. *The Raid* dan *The Raid 2* disutradarai oleh Gareth Evans mampu menarik minat pasar penonton nasional dan internasional dengan kisah dan konflik yang rumit serta adegan pertarungan yang luar biasa, terbukti dengan film *The Raid* yang tidak hanya tayang di Indonesia namun juga ditayangkan di AS, Inggris, Rusia, Australia, Selandia Baru, Kanada, Turki, Finlandia, Thailand, Vietnam, Belgia, Belanda, Perancis dan Jepang serta masuk 10 Film Terbaik 2014 versi situs film besar IMDB dan menempati posisi ke-7.

Laskar Pelangi di sutradarai oleh Riri Riza yang tidak hanya mengandung pesan-pesan edukasi di dalam filmnya tapi membuat pulau Belitung tempat syuting film ini yang keindahan alamnya sempat tidak di ketahui oleh masyarakat luas sekarang menjadi salah satu objek wisata yang di minati semenjak kemunculan filmnya.

Yang terbaru adalah film *Ada Apa Dengan Cinta 2* yang sangat dinantikan selama 14 tahun ini menampilkan keindahan alam Yogyakarta, dimana mengambil setting pada 16 tempat termasuk objek wisata alam, restoran, kesenian, maupun penginapan yaitu Punthuk Setumbu, Gereja Ayam (Bukit Rhema), Istana Ratu Boko, Makam Panembahan Senopati Kota Gede, Padepokan Pak Bagong Kussudiarja, Pantai Parangkusumo, Papermoon Puppet Theatre, Villa Sunset, Greenhost Hotel, Klinik Kopi, Lokal Resto, Oxen Free, Restoran Bu Ageng, Sate Klatak Pak Bari, Via-via Restaurant&Bakery dan Sellie Coffee.

Setelah adanya film *AADC 2*, diharapkan banyak penonton yang terinspirasi untuk pergi berwisata ke Yogyakarta, karena menurut Roesch (2009) *film induced tourism* adalah suatu faktor yang mendorong wisatawan untuk

mengunjungi sebuah lokasi yang ada di dalam sebuah film. Oleh karena itu, karena tingginya persaingan dengan pariwisata daerah lain diharapkan film AADC 2 akan mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Serta tidak hanya memberikan pendapatan dalam jangka pendek tetapi juga dapat memberikan kontribusi pendapatan dalam waktu jangka panjang kepada kota Yogyakarta.

Berdasarkan fenomena diatas, penulis sangat tertarik untuk meneliti **“PENGARUH *FILM INDUCED TOURISM* AADC 2 TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE YOGYAKARTA(Survey Pada Wisatawan Nusantara).”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti, yaitu :

1. Bagaimana gambaran *film induced tourism* AADC 2?
2. Bagaimana gambaran keputusan berkunjung wisatawan ke Yogyakarta?
3. Seberapa besar pengaruh *film induced tourism* AADC 2 terhadap keputusan berkunjung ke Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang penulis jelaskan diatas, tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui gambaran *film induced tourism* AADC 2.
2. Untuk mengetahui gambaran keputusan berkunjung wisatawan ke Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *film induced tourism* AADC 2 terhadap keputusan berkunjung ke Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yaitu :

1. Akademis

Secara akademis penelitian ini mempunyai manfaat untuk menambah dan mengembangkan kekayaan ilmu khususnya Manajemen Pemasaran, serta untuk memperlihatkan kajian tentang pengaruh *film induced tourism* AADC 2 terhadap keputusan berkunjung ke Yogyakarta.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi terhadap dinas pariwisata Yogyakarta dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Struktur Organisasi Skripsi

Penulisan ini terdiri atas 5 (lima) bab. Uraian yang disajikan pada setiap bab adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Struktur Organisasi Skripsi.

BAB II:KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Bab ini berisikan mengenai teori - teori relevan yang dijadikan sebagai landasan dalam penelitian ini dan kerangka pemikiran dari penyusun terhadap penelitian yang dilakukan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode-metode yang akan digunakan dalam penelitian, meliputi objek penelitian, metode dan desain penelitian, operasionalisasi variabel, jenis, sumber dan teknik pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik sampling, instrumen penelitian, analisis pengolahan data, dan hipotesis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang pembahasan atas penelitian teori dan data yang didapat melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan nusantara.

BAB V : KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan kesimpulan, implikasi dan saran dari penyusun berdasarkan hasil dari penelitian terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian.