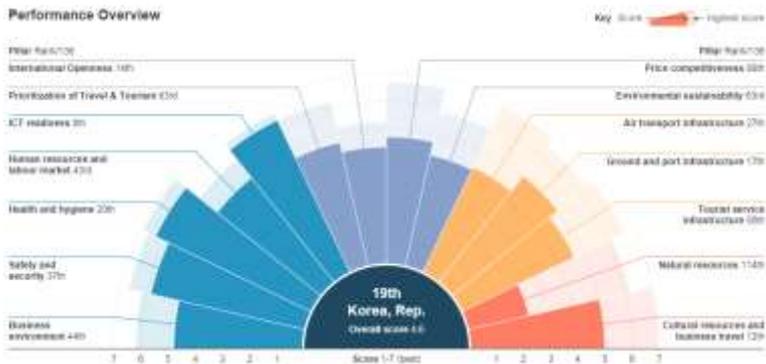


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis dalam sektor pariwisata semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Pariwisata juga memberikan dampak positif bagi perekonomian negara, salah satunya adalah dengan terbantunya peningkatan pendapatan per kapita. Korea Selatan adalah salah satu negara yang memiliki tingkat kunjungan cukup tinggi dengan total luas negara 100.406 km² (KBRI Korea Selatan). Pada gambar 1.1 terlihat peringkat *performance overview* Korea Selatan dalam berbagai kategori.



Sumber : World Economic Forums (2017)

Gambar 1. 1
Korea Performance Overview

Dari gambar 1.1 dapat diketahui peringkat keseluruhan Korea Selatan berada di angka ke 19 di seluruh dunia dalam *Tour & Tourism Competitiveness Index 2017*. Dari pilar-pilar tersebut tingkat tertinggi dari berbagai kategori tersebut adalah *ICT Readiness* (8th) dan peringkat terendah adalah *natural resources* (144^t).

Tabel 1. 1
Korea Travel & Tourism Competitiveness Index 2017

Indicators	Value
Internal tourist arrivals	13.231.651
International tourism inbound receipts	US \$ 15.214,3 million
Average receipts per arrival	US \$ 1.149,8
T&T industry GDP	US \$ 24.187,6 million
% of total	1.8%
T&T industry employment	561.198 jobs
% of total	2.2%

Sumber : World Economic Forums (2017)

Pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa kunjungan ke Korea Selatan di tahun 2017 ini cukup tinggi dengan di ikuti indikator pariwisata yang cukup baik. Hal tersebut membuktikan bahwa Korea Selatan adalah salah satu negara yang sukses di sektor pariwisata.

Terdapat berbagai pariwisata di Korea Selatan mulai dari pariwisata budaya sampai dengan cagar alam. Beberapa *top destination* di korea di antaranya adalah Gyeongbokgung Palace, Namiseom Island, N Seoul Tower, Bukchon Hanok Village dan Lotte World (visit korea, 2016). Banyak wisatawan yang mengetahui tempat tersebut dari sebuah film, drama dan *video clip* yang berasal dari Korea Selatan, karena bisnis Korea Selatan dalam sektor *entertainment* termasuk sukses dan sudah meluas ke seluruh dunia.

Budaya populer dari korea yang sebelumnya hanya populer di benua asia sampai dengan 2010 yang kemudian telah meluas ke Timur Tengah, US, Eropa bahkan sampai ke Amerika Selatan (Cha and Kim, 2011). *Trend* ini di sebut dengan *Korean Wave* atau *Hallyu*, yang di dalamnya terdapat drama, musik populer, selebritis, film, animasi dan *games* yang berasal dari Korea (Cho, 2011).

Dalam beberapa tahun terakhir ini, *Korean Wave* sedang menerpa Indonesia. Drama Korea dan *Boyband/Girlband*-nya adalah salah satu bagian dari *Korean Wave* yang populer di Indonesia. Bahkan dengan adanya *Korean Wave*, sekarang sudah banyak sekali para

Dinda Amalia Wijayanti, 2018

**FILM INDUCED TOURISM DRAMA KOREA GOBLIN DALAM
MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN
KE KOREA SELATAN**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pengusaha dalam bidang kuliner dengan menu utamanya adalah makanan Korea dan tema restorannya pun didesain seperti berada di Korea karena minat makanan Korea mulai tinggi di Indonesia. Selain itu juga sekarang banyak sekali *event* Korea yang berisikan acara *Korean culture*, lomba *cover dance*, *coversing* dan penampilan artis atau *girlband/boyband* lokal dengan *genre* musik Korea.

Di tahun 2017 ini sempat *booming* drama Korea dengan judul *Goblin*. Dalam kurun waktu 20 hari, yaitu dari 1 hingga 20 Maret 2017, terdapat 23 ribu perbincangan menyangkut drama Korea di dunia maya yang didominasi di media sosial dan forum online di Indonesia. Kemudian drama Korea *Goblin* kembali jadi bahan perbincangan setelah meraih *Grand Prize* di Korea Kabel TV Awards 2017. Dalam keterangan pers juga drama Korea *Goblin* menduduki rating tertinggi kedua dalam TV kabel Korea (Juniman, 2017).

Selain itu di tahun 2017 ini juga Indonesia sempat ramai dengan diadakannya konser *boyband* BTS. *Boyband* BTS adalah salah satu *boyband* yang terkenal di seluruh dunia yang memiliki jutaan fans. Indonesia termasuk salah satu negara yang dengan jumlah fans BTS yang tinggi. Oleh karena itu kurang dari sejam, tiket konser BTS yang harganya mulai dari 1 juta hingga 3 juta rupiah langsung habis terjual. Bahkan dengan adanya permintaan tiket BTS yang tinggi banyak calo yang menjual tiket konser BTS dengan harga yang cukup tinggi hingga sampai 3 sampai 4 kali lipat (Kistyarini, 2017).

Tidak hanya itu, peminat makanan khas Korea Selatan di Indonesia sudah semakin meningkat. Untuk restoran Korea yang sudah terdaftar di *google search* saja terdapat 20 ditambah UMKM yang belum terdaftar lainnya. Kemudian pada tahun 2016 mie instan khas Korea *Samyang* yang sempat *booming* telah mencapai penjualan 9.210 bungkus per hari di Indonesia (Setyanti, 2016). Drama, musik dan makanan khas Korea Selatan yang semakin meluas di Indonesia membantu meningkatkan popularitas dan citra dari negara Korea Selatan.

Namun dari uraian tersebut, terdapat kesenjangan antara popularitas dengan minat wisata ke Korea. Jumlah turis yang mengunjungi Korea ternyata lebih rendah di bandingkan jumlah turis yang mengunjungi ke Jepang. Padahal jika dilihat, popularitas Korea

Dinda Amalia Wijayanti, 2018

***FILM INDUCED TOURISM DRAMA KOREA GOBLIN DALAM
MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN
KE KOREA SELATAN***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Selatan mulai menggantikan popularitas Jepang yang yang sebelumnya sempat tinggi di Indonesia. Terdapat kenaikan tingkat pengunjung ke Korea Selatan dari tahun ke tahun, namun jumlah kunjungan tersebut masih dibawah jumlah pengunjung ke Jepang. Selain itu, di tahun 2017 ini tingkat pengunjung ke Korea Selatan ini cenderung fluktuaktif.

Tabel 1. 2
Jumlah Pengunjung Indonesia Korea Selatan

Bulan	Kedatangan Pengunjung			
	2017	Pertumbuhan (%)	2016	Pertumbuhan (%)
1	19.515	23,8	15.757	45,3
2	21.133	33,3	15.849	31,1
3	21.955	12,5	19.515	24,6
4	24.278	-10,2	27.029	28,1
5	17.408	-38,4	28.240	40,2
6	18.760	-26,8	25.634	72,3
7	16.128	-45,2	29.404	182,2
8	13.957	-44,5	25.139	72,7
9	16.637	-33,6	25.056	62,8
10	19.981	-31,8	29.294	45,3
11			24.634	49,2
12			29.905	45,5
Total	189.752		295.456	

Sumber : Korea Tourism Organisation (2017)

Dinda Amalia Wijayanti, 2018
FILM INDUCED TOURISM DRAMA KOREA GOBLIN DALAM
MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN
KE KOREA SELATAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pada tabel 1.2 dapat di ketahui bahwa tingkat pengunjung Indonesia ke Korea Selatan pada tahun 2016 cenderung meningkat dengan tingkat pertumbuhan yang baik. Namun pada tahun 2017 tingkat pengunjung Indonesia ke korea Selatan fluktiaktif cenderung menurun yang menghasilkan tingkat pertumbuhan yang *minus* dari bulan april sampai dengan bulan oktober.

Tabel 1. 3
Jumlah Pengunjung Indonesia Ke Jepang

Bulan	Kedatangan Pengunjung			
	2017	Pertumbuhan (%)	2016	Pertumbuhan (%)
1	22.539	64,1	13.375	41,8
2	17.911	49,7	22.966	47,8
3	36.001	34,2	26.828	37,3
4	45.215	45,1	31.169	33,4
5	24.908	18,3	21.053	11,6
6	38.314	67,3	22.896	33,7
7	23.413	-12,3	26.692	4,6
8	13.980	8,9	12.837	31,3
9	22.000	23,4	17.831	38,7
10	27.100	16,5	23.260	38,8
11			21.853	53,9

Dinda Amalia Wijayanti, 2018

***FILM INDUCED TOURISM DRAMA KOREA GOBLIN DALAM
MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN
KE KOREA SELATAN***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

12			40.894	39,5
Total	271.381		281.654	

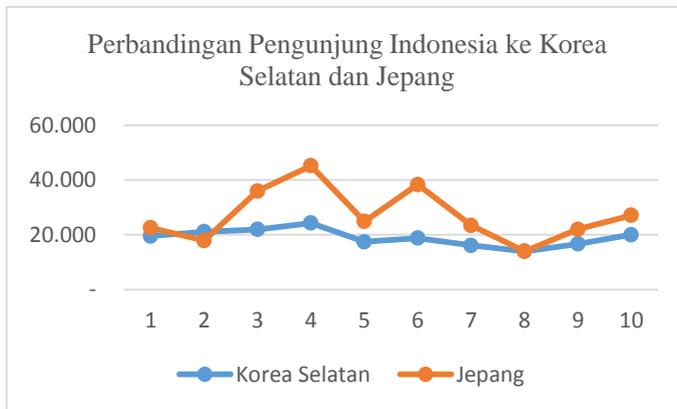
Sumber : Japan National Tourism Organization (2017)

Kemudian pada tabel 1.3 menunjukkan bahwa di tahun 2016 pengunjung Indonesia ke Jepang memiliki persentase pertumbuhan yang tinggi walaupun fluktuaktif, pada tahun ini total tingkat pengunjung Indonesia ke Korea Selatan lebih unggul dibandingkan ke Jepang. Namun di tahun 2017 saat pengunjung Indonesia ke Korea Selatan menurun drastis, sedangkan Jepang memiliki tingkatan yang lebih stabil dibandingkan dengan Korea Selatan. Untuk lebih jelasnya penulis melakukan perbandingan perngunjung Indonesia ke Korea Selatan dan Jepang.

Dinda Amalia Wijayanti, 2018

**FILM INDUCED TOURISM DRAMA KOREA GOBLIN DALAM
MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN
KE KOREA SELATAN**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Gambar 1. 2
Diagram Perbandingan Kunjungan Ke Korea Selatan dan Jepang

Dari gambar 1.2 dapat di ketahui bahwa pengunjung Indonesia ke Jepang lebih unggul dibandingkan Korea Selatan di tahun 2017 ini walaupun di bulan febuari dan agustus pengunjung ke Jepang menurun. Namun secara keseluruhan dapat di ketahui bahwa tingkat kunjungan ke Korea Selatan belum bisa melampaui kunjungan ke Jepang sepenuhnya. Peneliti membandingkan tingkat kunjungan Indonesia ke Korea Selatan dengan Jepang karena 2 negara tersebut adalah negara maju yang berada di satu kawasan Asia timur dengan budaya dan negaranya sangat populer di Indonesia.

Dalam melakukan perjalanan keluar negeri, terdapat beberapa motif untuk berkunjung keluar negeri. Menurut Macionis (2004) beberapa motif orang berkunjung ke luar negeri adalah untuk merasakan nostalgia dari cerita yang ada dalam sebuah drama juga merasakan dan membuktikan keindahan lokasi syuting dengan lebih nyata atau untuk bertemu selebriti yang bermain.

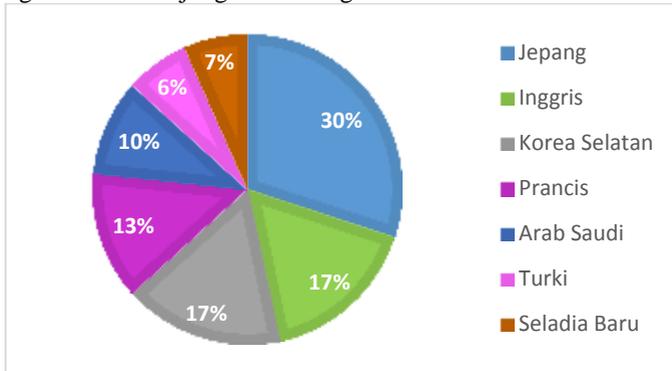
Peneliti juga melakukan pra-penelitian untuk mengetahui masalah tentang minat berkunjung ke luar negeri yang ada di Kota Bandung. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 30 responden untuk mengetahui destinasi yang diminati jika memiliki rencana perjalanan ke luar negeri. Populasi yang diambil untuk pra-penelitian ini adalah

Dinda Amalia Wijayanti, 2018

***FILM INDUCED TOURISM DRAMA KOREA GOBLIN DALAM
MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN
KE KOREA SELATAN***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mahasiswa yang berada di Bandung. Berikut adalah hasil pra-penelitian tentang minat berkunjung ke luar negeri.



Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner (2017)

Gambar 1. 3

Diagram Destinasi Pilihan Ke Luar Negeri

Dari gambar 1.3 dapat di ketahui bahwa negara Korea Selatan berada di peringkat ke 4 di bawah negara Jepang, Inggris dan Prancis. Hal tersebut membuktikan bahwa minat berkunjung ke Korea Selatan belum maksimal dengan adanya popularitas Korea Selatan yang sedang bagus di Indonesia.

Dengan adanya kesenjangan dan tingkat kunjungan yang cenderung fluktuaktif, Korea Selatan perlu memahami apa yang menjadi faktor agar peringkat dalam *Travel & Tourism Competitiveness Index* dapat meningkat dari tahun sebelumnya. Dengan meningkatnya peringkat tersebut maka jumlah kunjungan pun akan meningkat dan pendapatan yang diterima akan meningkat. Selain itu Korea Selatan mengetahui faktor apa yang harus dipertahankan dan ditingkatkan agar wisatawan dari luar negeri meningkat, karena jika dibiarkan begitu saja maka pengunjung ke Korea Selatan tidak akan ada peningkatan secara signifikan untuk mengalahkan negara pesaing atau bahkan kemungkinan terburuk adalah terjadinya penurunan pengunjung ke Korea Selatan. Kemudian Korea Selatan juga dapat mulai membuat strategi baru agar

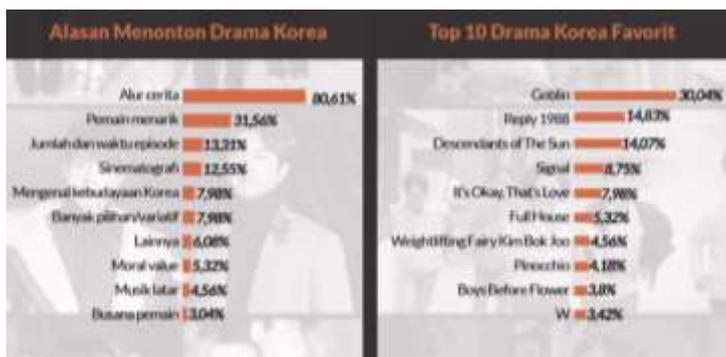
Dinda Amalia Wijayanti, 2018

***FILM INDUCED TOURISM DRAMA KOREA GOBLIN DALAM
MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN
KE KOREA SELATAN***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

bisnis di sektor pariwisata tidak menurun jika *Korean Wave* sudah mulai memudar.

Sejak beberapa tahun yang lalu drama Korea di Indonesia sedang *naik daun* dan banyak sekali masyarakat yang memperbincangkan drama Korea melalui sosial media maupun secara langsung. Menurut Korea Tourism Organization (2015) terdapat peningkatan kunjungan secara signifikan sebesar 66% pada pariwisata lokasi syuting drama yang diimpor ke luar negeri. Untuk mengetahui persepsi drama Korea di Indonesia, berikut adalah survey yang dilakukan oleh tim riset *tirto.id* yang ditulis oleh Arman Dhani (2017).



Sumber : Hasil riset tim *tirto.id*

Gambar 1. 4 Preferensi Drama Korea di Indonesia

Berdasarkan Gambar 1.4 dapat diketahui bahwa drama Korea *Goblin* adalah drama yang sempat *booming* dan menjadi salah satu drama favorit di tahun 2017 ini. Dengan adanya mereka yang menonton drama Korea dapat menimbulkan keinginan untuk berkunjung ke lokasi syuting sebagai latar syuting suatu drama tersebut. Kegiatan untuk menarik konsumen melalui penggambaran sebuah tempat atau cerita sebuah lokasi pada film disebut *film induced tourism* (Scottish Tourist Board, 1997). Dalam penelitian yang berjudul *Understanding the impact of Turkish TV series on inbound tourists: A case of Saudi Arabia and*

Dinda Amalia Wijayanti, 2018

**FILM INDUCED TOURISM DRAMA KOREA GOBLIN DALAM
MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN
KE KOREA SELATAN**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Bulgaria yang ditulis oleh Kataraci dkk (2016) berpendapat bahwa TV-Series Turki yang ditayangkan di Arab Saudi berdampak pada peningkatan minat berkunjung ke Turki . Berdasarkan uraian tersebut dapat di ketahui bahwa *film induced tourism* ikut ambil peran dalam mempengaruhi perilaku konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “**FILM INDUCED TOURISM DRAMA KOREA GOBLIN DALAM MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE KOREA SELATAN**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan maka penulis merumuskan masalah yang akan di teliti, yaitu:

1. Bagaimana gambaran *film induced tourism* drama korea di Indonesia?
2. Bagaimana gambaran minat berkunjung ke Korea Selatan di Indonesia?
3. Seberapa besar pengaruh *film induced tourism* drama korea terhadap minat berkunjung ke korea selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis menentukan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui gambaran *film induced tourism* drama korea di Indonesia.
2. Untuk mengetahui gambaran minat berkunjung ke Korea Selatan di Indonesia.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *film induced tourism* drama korea terhadap minat berkunjung ke korea selatan di Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini, yaitu:

1. Praktis
Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran mengenai pentingnya drama korea terhadap minat berkunjung ke Korea Selatan.
2. Teoritis

Dinda Amalia Wijayanti, 2018

**FILM INDUCED TOURISM DRAMA KOREA GOBLIN DALAM
MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN
KE KOREA SELATAN**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi penelitian selanjutnya terutama pada mata kuliah manajemen pemasaran.

Dinda Amalia Wijayanti, 2018

***FILM INDUCED TOURISM DRAMA KOREA GOBLIN DALAM
MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN
KE KOREA SELATAN***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu