

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aktivitas wisata dilakukan sebagian orang untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan untuk bersenang-senang, memuaskan rasa ingin tahu serta menghabiskan waktu senggang (Ambarwati, 2016). Aktivitas ini didorong oleh sifat manusia yang selalu ingin berpergian karena timbulnya rasa ingin tahu akan hal-hal baru. Sudah menjadi kebiasaan, manusia ingin menjelajahi lingkungan baru, menemukan hal baru, dan mencari pengalaman baru (Sari, 2014). Manusia yang ingin melakukan perjalanan wisata tidak terlepas dari motivasi yang menyertainya. Pitana (2005) mengungkapkan begitu pentingnya motivasi dalam melakukan perjalanan wisata, karena merupakan *trigger* dari proses perjalanan wisata (Nurrohman et al., 2016).

Motivasi wisatawan tidak terbentuk begitu saja. Ada faktor-faktor yang mempengaruhinya, yaitu faktor pendorong dan faktor penarik (Sudaryanti et al., 2005). Konsep pendorong dan penarik dalam perjalanan wisata berasal dari kuatnya faktor internal (psikologis) dan kekuatan eksternal (kelengkapan fasilitas yang ada di destinasi). Faktor pendorong dan penarik merupakan dasar untuk memahami perilaku wisatawan dalam menjelaskan alasan melakukan perjalanan wisata (Crompton, 1979 dalam Binkhorst et al., 2017). Jang & Wu (2006) menyebutkan telah banyak penelitian yang berusaha untuk mengidentifikasi faktor motivasi pendorong dan penarik dalam pengaturan yang berbeda, seperti faktor *nationalities*, faktor destinasi, dan faktor event.

Yousefi dan Marzuki (2015), menyatakan bahwa ada 3 faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan terhadap pengambilan keputusan dalam memilih destinasi wisata, yaitu *Novelty*, *Knowledge-Seeking* dan *Cultural and Historical Attractions*. Studi ini telah mengungkapkan bahwa *Cultural and Historical Attractions* dianggap sebagai faktor penarik yang paling penting, dianggap sebagai faktor tujuan yang menarik wisatawan datang ke destinasi wisata untuk menemukan sesuatu yang baru dan *knowledge-seeking*. Atraksi budaya dan sejarah dianggap sebagai faktor penting yang memotivasi wisatawan mancanegara maupun domestik untuk mengunjungi destinasi wisata (Yousefi &

Marzuki, 2015). Dalam konteks pariwisata budaya, pemahaman yang baik tentang pentingnya motivasi perjalanan berkaitan dengan partisipasi dalam acara-acara kebudayaan dapat menyebabkan suksesnya tujuan pemasaran (Crompton & McKay, 1997 dalam Chiang et al., 2015).

Dengan meningkatnya permintaan untuk wisata budaya di seluruh dunia selama dekade terakhir, banyak negara yang telah *intens* mengembangkan acara-acara kebudayaan yang berbeda untuk memenuhi kebutuhan individu memahami berbagai masalah adat istiadat setempat dan tradisi (Spark, 2002). Mengembangkan kebudayaan telah menjadi salah satu strategi untuk pembangunan negara di seluruh dunia (McCann, 2002 dalam Wijayanti & Damanik, 2019). Adanya wisata budaya dapat mempengaruhi sebuah sosial masyarakat dengan menyajikan sebuah pengalaman dan pembelajaran yang berbeda dan dapat dipelajari oleh wisatawan.

Menurut McKercher & Du Cros (2002), pertumbuhan wisata budaya beriringan dengan timbulnya apresiasi wisatawan atau masyarakat dalam kebutuhan untuk menjaga keaslian aset budaya dan pusaka budaya yang mulai berkurang. Kebudayaan dalam suatu masyarakat atau komunitas terdiri atas beberapa unsur-unsur yang bersifat universal dan saling berkaitan. Unsur-unsur kebudayaan tersebut dianggap universal karena dapat ditemukan pada semua kebudayaan bangsa-bangsa di dunia. Berdasarkan buku Koentjaraningrat (1985) ada beberapa unsur kebudayaan universal yang berhubungan dengan topik permasalahan penelitian yaitu, Bahasa; Sistem Pengetahuan; Sistem Kemasyarakatan atau Organisasi Sosial; Sistem Religi; dan Kesenian.

Menurut Koentjaraningrat (1985), kesenian merupakan salah satu dari tujuh unsur kebudayaan dan merupakan kebutuhan manusia yang bersifat universal dan tidak pernah berdiri sendiri. Pada umumnya kesenian tumbuh dan berkembang dalam masyarakat, berkaitan dengan nilai seni dan religi. Menurut Schechner (1994), pertunjukan adalah sebuah proses tindakan yang memperlihatkan waktu dan ruang, dimana pertunjukan mempunyai bagian awal, tengah, dan akhir.

Mardianto (2011) mengungkapkan bahwa pertunjukan adalah semua tingkah laku yang dilakukan seseorang didepan orang lain (penonton) dan dapat

mempengaruhi orang tersebut. Di depan kata pertunjukan biasanya dibubuhkan kata seni yang berarti tontonan yang memiliki nilai seni untuk dapat disampaikan kepada sejumlah penonton. Seni pertunjukan menurut Sedyawati (2002) merupakan sebuah ungkapan budaya, wahana untuk menyampaikan pesan-pesan nilai budaya, dan perwujudan norma-norma estetik-artistik yang berkembang sesuai dengan zaman. Dalam konteks pariwisata budaya, pemahaman yang baik tentang pentingnya motivasi perjalanan berkaitan dengan partisipasi dalam acara-acara kebudayaan dapat menyebabkan suksesnya tujuan pemasaran.

Menurut Rahajeng (2008), Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah tujuan wisata terbesar kedua setelah Bali. Banyak faktor yang menjadikan DIY sebagai kawasan wisata yang paling diminati wisatawan setelah Bali. Faktor keanekaragaman salah satunya, obyek wisata yang beragam seperti wisata budaya (*heritage*), wisata alam dan wisata minat khusus yang menjadi ciri khas utama wisata DIY dan memberikan identitas yang unik terhadap pariwisata di DIY (Rahajeng, 2008). Dinas Pariwisata DIY (2017) menunjukkan adanya peningkatan kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta dari tahun ke tahun (lihat tabel 1).

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke DIY Tahun 2014-2018

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Pertumbuhan (%)
2014	254.213	16,62
2015	308.485	21,35
2016	355.313	15,18
2017	397.951	12,00
2018	416.372	4,63

Sumber: Buku Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta (2018).

Berdasarkan dari data Tabel 1.1, dapat disimpulkan bahwa jumlah pertumbuhan wisatawan mancanegara pada periode 2014 hingga 2018 mengalami pertumbuhan yang variatif. Pada tahun 2015 memiliki persentase tertinggi, hal ini disebabkan oleh tingkat pertumbuhan wisatawan mancanegara yang relatif tinggi, yaitu mencapai 21,35%, karena Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta terus melakukan promosi secara bertahap. Promosi yang sudah mulai berjalan diantaranya *table top*, pameran, *camtrip* yaitu mengundang wartawan luar negeri untuk meliput event dan budaya yang ada di Yogyakarta (Narendra, 2018). Event

Selma Divia Antari, 2020

ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN MANCANEGARA UNTUK MENONTON PERTUNJUKAN SENI BUDAYA DI YOGYAKARTA

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

dari tahun ke tahun yang berbeda yang menjadikan persentase pertumbuhan dari tahun ke tahun juga berbeda. Selain event, wisata budaya dengan keunikan dan warisan budaya Yogyakarta dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Yogyakarta.

Nilai kebudayaan yang tinggi dan bahkan merupakan pusat/sumber kebudayaan jawa dimiliki oleh Daerah Istimewa Yogyakarta. Nilai-nilai budaya masyarakat Yogyakarta terlihat juga pada bentuk arsitektur rumah penduduk (Rumah Joglo) yang banyak dikenal masyarakat di seluruh Indonesia serta keseniannya (Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, 2018). Sebagai daerah yang memiliki nilai-nilai budaya tradisional yang menarik dan menyuguhkan *authenticity* yang dapat dijadikan sebuah seni pertunjukan kebudayaan yang dapat menarik wisatawan mancanegara untuk datang ke Yogyakarta karena tidak dapat ditemukan di kota lain. Hingga sekarang Yogyakarta merupakan daerah tujuan wisata yang terkenal di Indonesia dan Mancanegara.

Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan ke Yogyakarta, tidak terlepas dari adanya motivasi berkunjung dari wisatawan tersebut. Sangat penting untuk memahami mengapa orang mau melakukan perjalanan wisata ke Yogyakarta, dan faktor apa saja yang mempengaruhi pilihan mereka. Menurut Sudaryanti (2005), motivasi wisatawan tidak terbentuk begitu saja. Ada faktor-faktor yang mempengaruhinya, yaitu, faktor pendorong dan faktor penarik. Orang – orang berpergian melakukan wisata karena adanya dorongan untuk membuat keputusan perjalanan oleh faktor internal, psikologis, dan ditarik oleh faktor eksternal dari kelengkapan fasilitas yang ada didestinasinya (Crompton, 1979 dalam Uysal dan Jurowski, 1994). Oleh karena itu penelitian ini sangat penting bagi kalangan akademis maupun pemerintah dalam memberikan layanan terbaik turis berkunjung. Motivasi berkunjung ini harus tetap tinggi, agar minat wisatawan berkunjung mengalami pertumbuhan di setiap tahunnya. Oleh karena itu, perlunya pemahaman terkait dengan faktor motivasi wisatawan berkunjung, khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta, maka penulis perlu meneliti dalam mengidentifikasi faktor motivasi sehingga ini dapat dijadikan sebuah program yang bermanfaat untuk menjaga turis dalam setiap kunjungannya.

Berdasarkan landasan ilmiah diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN MANCANEGARA UNTUK MENONTON PERTUNJUKAN SENI BUDAYA DI YOGYAKARTA”*** guna mengidentifikasi faktor motivasi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata budaya dan mengetahui faktor apa yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini antara lain:

1. Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi motivasi wisatawan mancanegara dalam menonton pertunjukan seni budaya di Yogyakarta?
2. Faktor apa saja yang paling dominan yang dapat mempengaruhi motivasi wisatawan mancanegara dalam menonton pertunjukan seni budaya di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan mancanegara dalam menonton pertunjukan seni budaya di Yogyakarta.
2. Menganalisis faktor apa saja yang paling dominan yang mempengaruhi wisatawan mancanegara dalam menonton pertunjukan seni budaya di Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang akan dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian dapat memberikan pengalaman penelitian, menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bidang kepariwisataan yang diaplikasikan secara nyata.
2. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu pemberi informasi mengenai Motivasi wisatawan dalam mengambil keputusan untuk menonton pertunjukan seni budaya di Yogyakarta.

3. Bagi Program Studi, Hasil penelitian ini diharapkan memperluas kajian ilmu di Manajemen Resort and Leisure khususnya pengetahuan tentang faktor motivasi wisatawan untuk menonton pertunjukan seni budaya. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberi gambaran untuk peneliti yang akan meneliti lebih lanjut.
4. Bagi Pengelola, Hasil dari penelitian ini juga dapat memberi masukan kepada stakeholder untuk membuat sebuah destinasi wisata yang sesuai dengan motivasi wisatawan, sehingga dengan begitu akan menambah pemasukan.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan skripsi berperan sebagai pedoman penulisan agar dalam penulisan ini lebih terarah, maka skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab. Adapun struktur organisasi skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi mengenai penjabaran latar belakang masalah mengenai pertunjukan seni budaya di Yogyakarta dengan rumusan masalah faktor apa saja yang mendominasi dan mempengaruhi motivasi berkunjung. Tujuan penelitian untuk menganalisis dan mengidentifikasi faktor. Serta adanya manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Berisi teori-teori para ahli yang berisi tentang Pertunjukan Kebudayaan, dan Karakteristik Wisatawan. Serta adanya penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisi mengenai metode penelitian inferensial dengan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian dilaksanakan di Yogyakarta dengan 4 lokasi wisata. Teknik sampling yang digunakan untuk penelitian adalah teknik sampling *Non-probability* dengan metode *Purposive Sampling*. Sampel yang diambil 120 sampling, dengan 30 sampel di setiap lokasi penelitian. Operasional variabel faktor yang

mempengaruhi motivasi berkunjung. Pengembangan instrumen penelitian dengan pengukuran kuesioner dengan skala likert, uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data yang digunakan peneliti yaitu peneliti menggunakan teknik analisis faktor.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Berisi mengenai hasil penelitian. Hasil penelitian dari analisis data 120 responden bahwa ada tujuh faktor pendorong terbentuk dan tiga faktor penarik terbentuk yang mempengaruhi wisatawan berkunjung ke pertunjukan kebudayaan di Yogyakarta. Serta terdapat faktor dominan yang didapat pada penelitian ini.

BAB V : PENUTUP

Berisi kesimpulan, rekomendasi untuk praktisi dan akademisi serta penulis menjelaskan keterbatasan penelitian pada saat di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN