

**PENGARUH TAYANGAN LOKASI FILM  
TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN  
DALAM "*FILM-INDUCED TOURISM*"**



**TESIS TATAKELOLA SENI**  
**Untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat magister**  
**dalam bidang Tatakelola Seni, Minat Utama Manajemen Budaya**  
**dan Pariwisata**

**FRANSISKUS XAVERIUS YATNO KARYADI**  
1220040422

PROGRAM PASCASARJANA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2015

**TESIS  
TATAKELOLA SENI**

**PENGARUH TAYANGAN LOKASI FILM  
TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN  
DALAM "*FILM-INDUCED TOURISM*"**

Oleh  
**FRANSISKUS XAVERIUS YATNO KARYADI**  
1220040422

Telah dipertahankan pada tanggal 21 Januari 2015  
di depan Dewan Penguji yang terdiri dari:



**Prof. Dr. Djohan, M.Si.**  
Pembimbing-1



**Dr. Shellyana Junaedi, M.Si.**  
Pembimbing-2



**Prof. Drs. Soeprpto Soedjono, MFA., Ph.D.**  
Penguji Ahli



**Dr. Timbul Raharjo, M.Hum.**  
Ketua Penguji

Tesis ini telah diuji dan diterima  
sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Seni

Yogyakarta, .....

Direktur

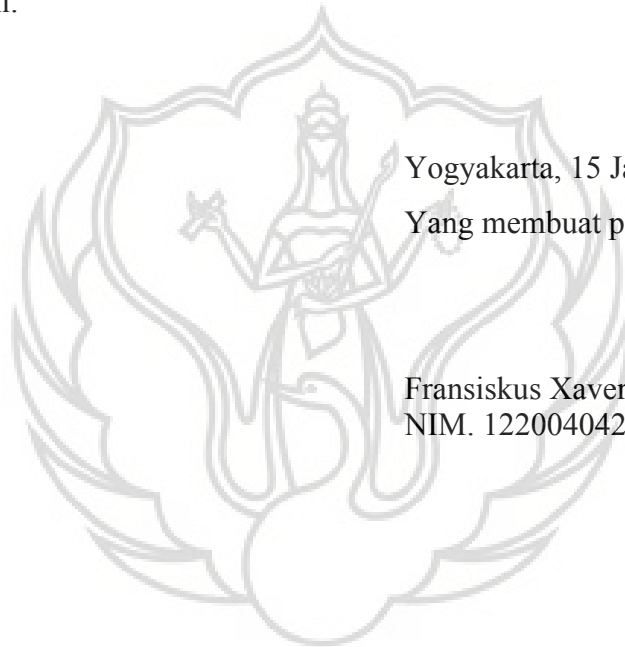


**Prof. Dr. Djohan, M.Si.**  
NIP. 196112171994031001

## PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa tesis ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi mana pun. Tesis ini merupakan hasil penelitian yang didukung berbagai referensi, dan sepengetahuan saya belum pernah ditulis dan dipublikasikan kecuali yang secara tertulis diacu dan disebutkan dalam kepustakaan.

Saya bertanggungjawab atas keaslian tesis ini dan bersedia menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.



Yogyakarta, 15 Januari 2015

Yang membuat pernyataan

Fransiskus Xaverius Yatno Karyadi  
NIM. 1220040422



## KATA PENGANTAR

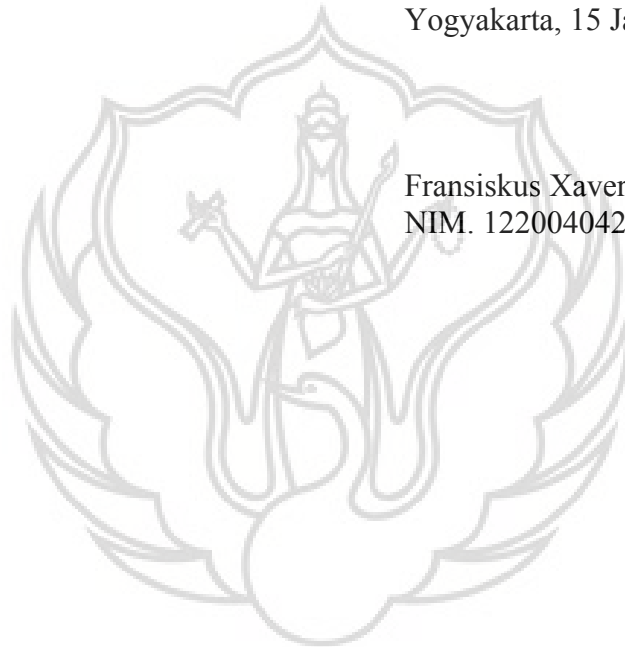
Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya, untuk terlaksananya penulisan tesis ini. Tesis ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar S-2 Magister Tata Kelola Seni pada Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Dalam prosesnya pihak-pihak telah memberikan berbagai dukungan. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang membantu penelitian dan penulisan tesis ini. Terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, pemberi akal pikir dan kemampuan.
2. Alm. Ayahanda Waldi Siswosuparto Bonivasius, atas kasih sayang dan perhatian yang dicurahkan kepada penulis selama hidupnya.
3. Ibunda Sumilah Bonivasia, atas doa dan kasih sayang yang tiada putus kepada penulis.
4. Kedua kakak Sugeng Wahyono dan Tri Sarmuji atas doa dan perhatiannya.
5. Bapak Prof. Djohan, M.Si. selaku dosen pembimbing I atas bimbingan dan masukan dalam penulisan tesis.
6. Ibu Dr. Shellyana Djunaedi, M.Si. selaku dosen pembimbing II atas bimbingan dan dukungannya dalam penulisan tesis.
7. Bapak Prof. Drs. Soeprapto Soedjono, MFA., Ph.D., selaku penguji ahli.
8. Bapak Dr. Timbul Raharjo, M.Hum., ketua tim penguji dan ketua program studi Magister Tatakelola Seni Program Pascasarjana ISI Yogyakarta.
9. Bapak Yulriawan Dafri, M.Hum., pengelola program Pascasarjana ISI Yogyakarta.
10. Bapak Prof. Djohan, M.Si. selaku direktur Program Pascasarjana ISI Yogyakarta.
11. Bapak Dr. M. Agus Burhan, M.Hum., rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
12. Pengelola Empire XXI Yogyakarta, Komako UGM, Komakom UMY, Komunitas Menonton Film USD, penonton dan penggemar film di Yogyakarta.

13. Teman-teman angkatan 2012 Magister Tatakelola Seni ISI Yogyakarta; Ganes, Tendi, Iip, Erwin, Jamin, Bruno, David, Matej, Markus, Arwan, Mega, Ajeng, Riri, Elok, Bertha, Fifit, Tutik, Eva, Arbain dan Watik.
14. Staf Akademik PPS ISI Yogyakarta, para responden dan semua pihak yang terlibat dalam penelitian dan penulisan tugas akhir ini, terima kasih sedalam-dalamnya.

Semoga tesis ini bermanfaat bagi banyak pihak.

Yogyakarta, 15 Januari 2015



Fransiskus Xaverius Yatno Karyadi  
NIM. 1220040422

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
INTISARI	x
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang	1
B. Hipotesis	5
C. Tujuan	5
D. Manfaat	5
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI</b>	
A. Tinjauan Pustaka	
1. Wisata Film	6
2. Fenomena Wisata Film di Indonesia	11
3. Potensi Lokasi Film Untuk Pariwisata	14
4. Karakteristik Wisatawan	15
B. Kerangka Teori	16
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
A. Variabel Penelitian	22
B. Definisi Operasional Variabel	22
C. Kerangka Berpikir Penelitian	23
D. Populasi dan Sampel	
1. Populasi	24
2. Teknik Pengambilan Sampel	24
3. Sampel	25
4. Subyek Penelitian	25
E. Metode Pengumpulan Data	
1. Survey	25
2. Studi Literatur	26
F. Pengukuran Variabel	26
G. Panduan Penyusunan Kuesioner	27
H. Metode Pengolahan Data dan Analisis Data	
1. Uji Validitas	31
2. Uji Reliabilitas	35
3. Kepuasan Variabel Penelitian	36

<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Potensi Penonton Film Sebagai Wisatawan Dalam <i>Film-Induced Tourism</i>	38
B. Uji Hipotesis	
1. Analisis Regresi Linier Berganda	42
2. Uji F (Uji Pengaruh Secara Bersama)	43
3. Uji t (Uji Pengaruh Secara Parsial)	44
C. Pembahasan	48
D. Implikasi Manajerial Pengelolaan Budaya dan Pariwisata	57
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	
Lampiran Kuesioner	64
Lampiran Gambar	68
Lampiran Output Uji Validitas	74
Lampiran Output Uji Reliabilitas	80
Lampiran Output Uji Regresi	83
Lampiran Output Mean	85
Lampiran Tabel r	86
Lampiran Tabel F	87
Lampiran Tabel t	88
Lampiran Tabulasi Frekuensi Deskriptif	89
Lampiran Jawaban Kuesioner	93

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Skala Likert Penelitian	26
Tabel 3.2. Panduan Penyusunan Kuesioner	27
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas	32
Tabel 3.4. Uji Reliabilitas Variabel Ketertarikan Pada Lokasi Film	35
Tabel 3.5. Uji Reliabilitas Variabel Ekspektasi Manfaat Wisata Film	35
Tabel 3.6. Uji Reliabilitas Variabel Minat Kunjungan	36
Tabel 3.7. Nilai Mean	37
Tabel 3.8. Rerata Variabel	37
Tabel 4.1. Analisis Regresi	42
Tabel 4.2. Hasil Uji F	44
Tabel 4.3. Hasil Uji t	45
Tabel 4.4. Korelasi Antar Variabel	46
Tabel 4.5. Hasil Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Media Yang Digunakan Untuk Menonton	40
Gambar 4.2. Pengalaman Jangkauan Berwisata	40
Gambar 4.3. Sumber Referensi Obyek Wisata	41
Gambar 4.4. Pengalaman Kunjungan Ke Lokasi Wisata Film	41

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner	64
Lampiran Gambar	68
Lampiran Output Uji Validitas	74
Lampiran Output Uji Reliabilitas	80
Lampiran Output Uji Regresi	83
Lampiran Output Nilai Mean	85
Lampiran Tabel r	86
Lampiran Tabel F	87
Lampiran Tabel t	88
Lampiran Tabulasi Frekuensi Deskriptif	89
Lampiran Jawaban Kuesioner	93



***THE EFFECT OF PRESENTING FILM LOCATION  
TOWARDS TOURISTS' INTEREST  
IN "FILM-INDUCED TOURISM"***

*By*  
**Fransiskus Xaverius Yatno Karyadi**

***ABSTRACT***

*Tourism sector develops from conventional tourism forms to new tourism forms. Film tourism offers visiting film-making locations as tourism destination. Film tourism is usually called film-induced tourism. Film tourism uses nature potential that is appear on the screen, culture in the film location and experiences of the film stars when they act in the film-making location.*

*The objective of this study is to reveal the effects of presenting the film location towards tourists' interest. The effects were obtained based on tourists' interest towards the film location and their expectation towards the advantage of the film location. In order to achieve the objective, a descriptive quantitative study was done based on the behavioral theory. The study found that presenting the film location gave positive effects towards tourists' interest.*

***Keywords:*** *film tourism, film-making location, tourists' interest*

**PENGARUH TAYANGAN LOKASI FILM  
TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN  
DALAM "*FILM-INDUCED TOURISM*"**

Oleh  
**Fransiskus Xaverius Yatno Karyadi**

**INTISARI**

Bidang pariwisata berkembang dari bentuk-bentuk wisata konvensional kepada bentuk-bentuk wisata baru. Wisata film menawarkan kunjungan ke lokasi-lokasi pembuatan film sebagai destinasi wisata. Wisata film sering disebut pula dengan *film-induced tourism*. Wisata film memanfaatkan potensi alam yang tampak pada layar, budaya di lokasi pembuatan film dan pengalaman para bintang film saat berada di lokasi-lokasi pembuatan film.

Studi ini bertujuan untuk mengungkapkan pengaruh tayangan lokasi film terhadap minat kunjungan wisatawan. Pengaruh tersebut diungkap berdasar ketertarikan pada lokasi film dan ekspektasi manfaat wisata film. Untuk mencapai tujuan ini dilakukan penelitian kuantitatif deskriptif dengan berlandaskan pada teori perilaku. Penelitian menemukan bahwa tayangan lokasi film memiliki pengaruh positif terhadap minat kunjungan wisatawan.

**Kata kunci:** wisata film, lokasi film, minat kunjungan wisatawan.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi dan seni telah memicu industri pariwisata untuk mengalami transformasi. Bentuk-bentuk pariwisata tradisional dikembangkan dengan mengenalkan dan menawarkan bentuk-bentuk dan model wisata baru. Salah satu bentuknya adalah wisata film, sebuah trend pariwisata baru, di mana pilihan tujuan wisata termotivasi dan terinspirasi oleh film. Wisata film menempatkan hubungan antara lokasi pembuatan film, cerita film, karakter dalam film dan wisatawan yang terinspirasi untuk menghidupkan emosi yang dihasilkan film di lokasi pembuatannya.

Wisata film meningkatkan efek perekonomian dan hubungan antara film dengan industri pariwisata. Kedua hal ini tidak hanya memberi kesenangan dan kepuasan bagi wisatawan, tetapi juga kekayaan spiritual dan pengalaman-pengalaman baru. Karena menonton film, orang termotivasi untuk mengalami sendiri mengunjungi sebuah tempat yang dilihatnya di layar. Selama menonton, orang termotivasi untuk bertemu dengan sosok bintang, atau berkeinginan mengalami dan mengikuti tradisi di suatu tempat dalam cerita film. Segala hal yang menyebabkan orang ingin mengunjungi sesuatu karena pengaruh tayangan film ini selanjutnya disebut dengan wisata film.

Seperti halnya mengunjungi pertunjukan, seni rupa, seni sastra, dan lainnya, segmen wisata film berada di bawah payung pariwisata budaya. Contoh negara yang telah menggarap wisata dari film adalah Inggris. Masyarakat dan tradisi di Inggris sangat khas tergambar pada film. Kisah *James Bond*, *Agen-007*, sangat terkenal. Ada pula Selandia Baru yang memiliki alam yang indah sekaligus lokasi syuting film *The Piano*, *The Last Samurai*, dan *The Lord of the Rings* atau *Crocodile Dandy*, *Mad Max* dan *Mission Impossible-2* yang difilmkan di Australia. Ada pula studio film ternama yang banyak dikunjungi orang seperti Hollywood atau Bollywood.

Wisata film dikategorikan dalam kelompok wisata budaya. Pemahaman ini didasarkan bahwa film terdiri dari penggabungan berbagai jenis seni. Film disebut gabungan seni visual, fotografi dan drama menjadi satu dalam seni sinematografi. Sedangkan munculnya wisata film telah menjadi fenomena yang berkembang di dunia, yang didorong oleh pertumbuhan industri hiburan. Komponen dasar film adalah drama yang dituangkan dalam gambar bergerak. Ada kecenderungan untuk menggunakan lokasi yang selalu berbeda pada setiap pembuatan film. Karenanya, para produser film selalu mencari lokasi-lokasi baru. Dalam banyak kasus, lokasi dipilih yang alami, indah, atau aneh, namun menarik untuk difilmkan.

Penonton yang melihat tampilan lokasi pada layar, tergerak untuk mengalami sendiri berada di lokasi yang sesungguhnya. Hal inilah salah satu pendorong timbulnya perjalanan wisata film. Tampilan suatu tempat, negara/wilayah di mana film diproduksi membangkitkan rasa ingin tahu tentang adat istiadat, tradisi, serta kisah yang dituangkan dalam naskah dan alur cerita film. Sedang faktor lain adalah *personality*/sosok/bintang/selebriti di mana aktor/aktris terkenal atau karakter utama atau lakon memainkan adegan yang fenomenal.

Manfaat wisata film adalah menarik pasar yang lebih luas. Wisata film menawarkan keuntungan bagi banyak pihak. Organisasi penyelenggara pariwisata dapat menggunakan film sebagai media kampanye pemasaran. Model ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong wisatawan untuk mengunjungi tempat-tempat produksi film, bahkan mengarahkan menarik produser film melakukan syuting di suatu tempat supaya kemudian setelah film beredar tempat tersebut menjadi terkenal dan dikunjungi banyak orang.

Wisata film menjadi penting, karena dikenalnya sebuah negara salah satunya karena ciri-ciri yang melekat pada film-filmnya. Xiaoying (2010) mencontohkan bahwa China mengakui bila sesuatu yang sangat mencirikan suatu negara sebenarnya dikenal oleh dunia melalui film. Kini orang langsung terpikir Shaolin tentang China. Contoh lain adalah kisah klasik Skotlandia melalui film *Brave Heart*. Film-film Amerika menggambarkan ciri-ciri yang

dimiliki masing-masing negara bagian seperti Texas dan Kansas dengan peternakan, pantai-pantai indah di Hawaii, kesibukan bisnis di Los Angeles dan New York, atau pusat pemerintahan Washington dengan ciri-cirinya masing-masing. Secara visual film menggambarkan suasana, alam, kehidupan dan budaya di suatu daerah atau negara.

Di Korea Selatan judul-judul film sering menggunakan kata-kata musim di negara itu seperti *Autumn In My Heart* atau *Winter Sonata*. Hal ini memberi gambaran kepada penonton tentang budaya dan gaya hidup remaja Korea Selatan dengan latar belakang alam dan musim yang terjadi di sana. Popularitas film telah mendatangkan banyak wisatawan ke kota-kota di Korea Selatan tempat dilakukannya pengambilan gambar. Karena popularitasnya, meski yang tampak pada layar adalah gambaran romantisme musim tertentu, tetapi wisatawan tetap saja mengunjungi lokasi-lokasi tersebut tanpa peduli musim *autumn* atau *winter* seperti yang dilihatnya di layar. Wisatawan bisa datang ke Korea Selatan pada musim apa saja.

Dengan munculnya banyak produksi film di dalam negeri, berarti muncul peluang dikembangkannya wisata film di Indonesia. Asumsinya adalah bahwa perfilman Indonesia sedang bangkit. Produksi film tanah air secara kuantitas semakin meningkat. Produser film Indonesia juga sering menyertakan filmnya dalam berbagai event festival internasional. Hal lain adalah karena alasan bahwa kekayaan alam Indonesia yang sangat indah merupakan potensi untuk melakukan penawaran pada produser-produser film internasional agar melakukan produksi di Indonesia, agar kemudian setelah tampil di layar secara internasional dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia, utamanya ke lokasi-lokasi pembuatan film tadi. Melihat peningkatan produksi film nasional dan mengemukanya trend baru bidang pariwisata, tampaknya wisata film ini baik pula untuk dikembangkan. Kecenderungan produksi film Indonesia mengarah pada pencarian lokasi baru yang eksotis, baik alam maupun budaya lokalnya.



Wisata film kemungkinan bisa ditafsirkan sebagai perjalanan untuk menonton film. Dalam pengertian ini kecenderungannya adalah perjalanan ke kota-kota besar yang memiliki sarana bioskop yang memadai, seperti jaringan 21 misalnya. Yang dimaksudkan di sini adalah bukan perjalanan untuk menonton film, melainkan keinginan mengunjungi tempat-tempat yang telah difilmkan. Dari contoh di atas, maka setelah menonton film *Serdadu Kumbang* misalnya, kemudian penonton akan tergerak untuk mengunjungi Sumbawa dan mengalami sendiri menikmati pantai-pantai, menonton pacuan kuda dengan joki kecil, atau turut dalam upacara melepas penyu di Sumbawa.

Seperti dinyatakan oleh beberapa ulasan mengenai fenomena ini, antara lain: *Sejak Laskar Pelangi Terbit Pada 2008, Mendongkrak Kunjungan Pariwisata di Belitung Mencapai 1.800%* (metrotvnews.com, 12 Februari 2013), *“Laskar Pelangi” Membuka Keindahan Pulau Belitung* (beritanda.com, 29 Januari 2012), *Untung dari Laskar Pelangi, Babel Kini Punya 3 Target* (okezone.com, 8 Juni 2013), *Obyek Wisata Belitung: Replika SD Muhammadiyah Laskar Pelangi - Belitung Timur* (PakettourBelitung.com, 2 Maret 2013). *Kunjungan Wisatawan Ke Babel 15.877 Orang* (Antarane.com, 4 Oktober 2013).

Apabila pembuatan film di Indonesia menampilkan lokasi-lokasi yang menarik minat untuk perjalanan wisata, maka akan terjadi kunjungan ke lokasi pembuatan film setelah film-film tersebut diedarkan. Iklim seperti inilah yang disebut dengan wisata film, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *film-induced tourism*, yaitu wisata yang terjadi karena imbas dari tayangan film. Sasaran dari wisata film adalah mereka yang memperoleh referensi dengan menonton tayangan film. Hal ini memungkinkan bagi pengelola wisata untuk mendapatkan wisatawan dengan memetakan segmentasi minat khusus. Artinya, siapa pun yang terpengaruh secara emosional pada tayangan film yang ditonton dapat dibidik menjadi calon pengunjung potensial.

Para peneliti bidang pariwisata berpendapat bahwa studi mengenai wisata film merupakan hal yang relatif baru. Demikian pula dalam penelitian pariwisata di Indonesia. Di lapangan, barangkali yang terjadi adalah bahwa

kebanyakan orang masih menjadi wisatawan film karena tidak sengaja. Pada mulanya mereka adalah pengunjung biasa dan mereka sadar setelah berada di lokasi, atau setelah diberi penjelasan dari pengelola bahwa lokasi tersebut adalah lokasi dari film tertentu. Fenomena wisata film tentunya baru tumbuh karena budaya menonton film di Indonesia baru saja bangkit di awal 2000-an. Setelah industri film mulai aktif timbul pula fenomena mengunjungi lokasi-lokasi film dan keinginan mengenal budaya di lokasi film tertentu. Minat kunjungan dan faktor yang mereferensi penonton calon wisatawan serta daya pikat film inilah yang menjadi hal menarik untuk diteliti lebih lanjut. Apakah tayangan lokasi film memiliki pengaruh terhadap minat wisatawan untuk melakukan perjalanan kunjungan wisata?

#### **B. Hipotesis**

"Ada pengaruh tayangan lokasi film terhadap minat kunjungan wisatawan dalam *film-induced tourism*".

#### **C. Tujuan**

1. Mengidentifikasi bahwa lokasi dalam adegan film berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk menentukan destinasi perjalanan wisata.
2. Mengetahui minat calon wisatawan untuk mengunjungi tempat-tempat yang pernah menjadi lokasi pembuatan film.
3. Menganalisis pandangan penonton film terhadap fenomena wisata film dan fenomena kunjungan ke lokasi wisata film.

#### **D. Manfaat**

1. Memberi gambaran tentang jenis pariwisata baru dari tayangan film sebagai alternatif pengembangan pariwisata.
2. Mendorong minat berwisata ke lokasi pembuatan film dan mendorong produksi film yang dapat bermanfaat bagi pariwisata.
3. Mengembangkan studi pada bidang pariwisata yang didasarkan tayangan film dalam pengembangan jenis pariwisata minat khusus.