

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Ketertarikan pada lokasi film berpengaruh positif terhadap minat kunjungan wisatawan. Ekspektasi manfaat wisata film berpengaruh positif pula terhadap minat kunjungan wisatawan. Tayangan lokasi film secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap minat kunjungan wisatawan dalam *film-induced tourism*.

Aktivitas berwisata adalah perilaku yang memerlukan sumber-sumber informasi sebagai referensi utama. Dalam wisata film visualisasi lokasi film adalah sumber informasi penting, dan film memiliki kelebihan sebagai gambar hidup yang mudah untuk dipersepsikan. Tempat-tempat yang tampak pada film dipersepsi, dinilai dan dimaknai oleh penonton sehingga timbul motivasi, ekspektasi dan minat untuk mengunjungi lokasi film.

Wisata film merupakan tipe wisata baru di Indonesia. Segmen pasar wisata film relatif kecil namun wisata film insidental ke lokasi-lokasi film di Indonesia sering terjadi. Tersedia potensi lokasi-lokasi film untuk destinasi wisata film di Indonesia. Film-film nasional telah diproduksi di lokasi-lokasi di seluruh kawasan Indonesia yang memiliki daya tarik alam dan budaya. Beberapa lokasi film di antaranya kini sukses menjadi lokasi wisata film.

Penelitian tentang minat kunjungan pada wisata film bermuara pada perannya dalam pemasaran pariwisata. Wisata film dapat dipertimbangkan menjadi alternatif pariwisata yang tidak bergantung kepada musim tertentu atau faktor-faktor sarana dan prasarana yang umumnya menjadi tuntutan dalam bentuk-bentuk pariwisata konvensional.

Pengelolaan budaya dan pariwisata secara umum mendapat dukungan dari adanya pengembangan wisata film. Bentuk pengelolaan budaya diperoleh dengan mengenalkan budaya yang ada pada lokasi-lokasi pembuatan film, baik melalui film itu sendiri maupun melalui adanya kunjungan setelah sebuah lokasi film menjadi destinasi pariwisata.

## **B. S a r a n**

1. Penelitian dilakukan menggunakan data primer, sehingga pengolahan dan analisis data didasarkan pada persepsi jawaban responden melalui kuesioner. Peneliti dan responden tidak terlibat langsung dalam aktivitas wisata film, sehingga kesimpulan akhir diperoleh dari data yang terkumpul melalui instrumen secara tertulis. Peneliti selanjutnya sebaiknya terlibat langsung dalam aktivitas wisata film.
2. Penelitian dilakukan terbatas pada penonton film saja, sehingga tidak dapat dipastikan hasil dan kesimpulannya dapat berlaku pada calon wisatawan potensial yang lain. Penelitian sejenis dapat dilakukan pada calon wisatawan potensial yang lebih luas, sehingga cakupan hasil dan kesimpulannya dapat berlaku secara lebih umum.
3. Penelitian menggunakan parameter dari hal-hal yang bersifat emosi/perasaan. Mungkin terdapat faktor-faktor lain yang menjadi faktor penting dalam terjadinya kunjungan wisata secara umum. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan parameter dari hal-hal dan faktor-faktor penting dalam pariwisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- As'ad. (1995), *Seri Ilmu Sumber Daya Manusia: Psikologi Industri*, Liberty, Yogyakarta.
- Ajzen, I. (1988), *Attitudes, Personality, and Behavior*, Dorsey Press, Chicago.
- \_\_\_\_\_, Fishbein, M. (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Prentice-Hall, New Jersey.
- Beeton, Sue. (2005), *Aspect of Tourism, Film-Induced Tourism*, Cromwell Press, Great Britain.
- Bungin, Burhan. (2013), *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kencana, Jakarta.
- Danesi, Marcel. (2004), *Pesan, Tanda dan Makna*, Jalasutra, Yogyakarta.
- Jogiyanto. (2008), *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Koontz, Harold. (1990), *Management Jilid II*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Phillip. (1995), *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation & Control*, Prentice Hall Int., New Jersey.
- Mappiare, Andi. (1982), *Psikologi Remaja*, Usaha Nasional, Surabaya.
- Peiper, J. (1952), *Leisure, The Basis of Culture*, Trans. A. Dru, Parthenon Books, New York.
- Pitana, I Gde., Diarta, I Ketut Surya. (2009), *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Pratista, Himawan. (2008), *Memahami Film*, Homerian Pustaka, Yogyakarta.
- Priyatno, Duwi. (2012), *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Roesch, Stefan. (2009), *Aspect of Tourism, The Experience of Film Location Tourists*, Cromwell Press, Great Britain.
- Siagian, Gayus. (2006), *Menilai Film*, Dewan Kesenian Jakarta, Jakarta.
- Skinner, B.F. (1976), *About Behaviorism*, Random House, New York.
- Sugiyono. (2013), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Alfabeta, Bandung.
- Vroom, Victor. (1964), *Work and Motivation*, NY Wiley, New York.

**Tesis:**

- Blaaha, Doris. (2012), "Students Travel Behavior and Induced Tourism", Modul University, Vienna.
- Utami, Ruth Dewi. (2011), "Film Sebagai Strategi Pemasaran Terhadap Citra Destinasi Pariwisata", Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

**Jurnal:**

- Gjorgievski, Mijalce., Trpkova, Sinolicka Melles. (2011), "Movie Induced Tourism: A New Tourism Phenomenon", UTMS Journal of Economics 3 (1).
- Horrigan, David. (Spring, 2009), "Branded Content: A New Model For Driving Tourism Via Film And Branding Strategies", *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism*, Volume 4, Number 3.
- Vagionis, Nikolaos., Maria Loumioti. (Autumn, 2011), "Movies As A Tool Of Modern Tourist Marketing", *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism*, Volume 6, Number 2.
- Walaiporn, Rewtrakunphaiboon. (2011), "Film-induced Tourism: Inventing a Vacation to a Location", Department of Tourism and Hotel Studies, Bangkok University, Bangkok.
- Xiaoying, Lin. (2012), "On Development Way of Movie-Induced Tourism Products that Embedded Ethnic Feature", *Liuzhou City Vocational College, China*, Vol. 14.

**Artikel *On-line*:**

- Aprionis. (4 Oktober 2013), "Kunjungan Wisatawan Ke Babel 15.877 Orang", <http://www.Antaraneews.com>.
- Sompotan, Johan. (8 Juni 2013), "Untung Dari Laskar Pelangi Kini Babel Punya Tiga Target", <http://www.okezone.com>.
- Suhendaka, Heru. (2 Maret 2013), "SD Muhammadiyah Laskar Pelangi Belitung Timur", <http://www.PakettourBelitung.com>.
- Team. (12 Februari 2013), "Sejak Laskar Pelangi Terbit Pada 2008, Mendongkrak Kunjungan Pariwisata di Belitung Mencapai 1.800%", <http://www.metrotvnews.com>.
- Yudi. (29 Januari 2012), "Laskar Pelangi Membuka Keindahan Pulau Belitung", <http://www.beritAnda.com>.

***Website:***

<http://www.balichekin.com>.

<http://www.balitopholiday.com>.

<http://www.belitungisland.com>.

<http://www.bromotour1.com>.

<http://www.ge-tour.com>.

<http://www.hogaristatours.com>.

<http://www.lux-tours.net>

<http://www.movielondon.net>

<http://www.newzealand.com>.

<http://www.PakeTourBelitung.com>.

<http://www.pakettourwisatabali.com>.

<http://www.pariwisatabangkabelitung.com>.

<http://www.visitkorea.or.kr>.

<http://www.wisata-bali.com>.

<http://www.wisata-bromo.com>.

<http://www.wisatakita.com>.

