

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang ikut berperan penting dalam usaha peningkatan pendapatan negara. Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya yang sangat indah, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu aset yang di gunakan sebagai sumber yang menghasilkan bagi bangsa.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancong, turisme (Departemen Pendidikan Nasional, 2005:830). Menurut Undang-undang No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan, Pariwisata adalah "Berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha".

Daerah tujuan wisata merupakan salah satu komponen penting sumber daya pariwisata. Faktor geografi merupakan faktor penting untuk pertimbangan pengembangan kepariwisataan. Pengembangan kepariwisataan tidak akan terlepas dari unsur fisik dan non-fisik. Unsur-unsur fisik dan non-fisik tersebut akan menjadi pertimbangan dalam hal yang berkaitan dengan daya dukung obyek dan pertimbangan dampak - dampak yang ditimbulkan dari

pengembangan pariwisata. Pengembangan pariwisata suatu daerah tujuan wisata harus didasarkan pada perencanaan, pengembangan, dan arah pengelolaan.

Tercetusnya sebuah event besar bernama *Jember Fashion Carnaval* (JFC) menjadi sebuah fenomena yang menarik. Jember yang tidak mempunyai latar belakang sejarah karnaval dan *fashion*, saat ini telah menjadi kota pelopor karnaval fashion dan barometer karnaval di Indonesia. JFC merupakan peragaan desain busana hasil kreativitas putra-putri daerah Jember yang setiap tahunnya membawakan tema-tema yang unik dan menarik. *Jember Fashion Carnaval* atau sering disebut JFC adalah sebuah *event* karnaval busana yang setiap tahun digelar di Kabupaten Jember, Jawa Timur. Karnaval ini digagas oleh Dynand Fariz yang juga pendiri *JFC Center*.

Berawal Dari Maraknya Grup Reog Ponorogo yang memadati jalan raya protokol kota di saat arak-arakan budaya HUT kota Jember maupun perayaan kemerdekaan yang selalu menarik perhatian warga tiap Tahun. Sehingga terciptalah ide pemikiran sebuah parade dengan jalan kaki dengan mengenakan kostum yang menarik, meriah, warna cerah serta berumbai-rumbai khalayak seniman reyog tetapi memiliki khas sendiri pada identitas kota Jember. Pada saat tahun 2001 menjadi awal dari *Jember Festival Carnaval*, dimana Ide konsepnyanya tidak jauh beda dengan Arak-arakan sebelumnya, maka dari itu bentuk kostum dari JFC selalu menyerupai Reog dimana pada saat itu juga terdapat acara serupa, seperti festival kostum di negara-negara di benua Amerika. Bahkan hingga saat ini puluhan group Reog di kota Jember masih

berpartisipasi dan mendukung kegiatan JFC tiap tahun, begitu pula selalu ada desain kostum pada JFC yang mengusung tentang seni reyog.

Tabel 1.1

Perkembangan Jumlah Wisatawan Kabupaten Jember
Tahun 2010-2015

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah
2010	923	740.765	741.688
2011	921	674.403	675.324
2012	1.018	741.279	742.297
2013	1.134	829.103	830.237
2014	1.624	882.414	884.038
2015 (april)	382	184.399	184.781
2016	3.373	1.994.924	1.998.297

Sumber: Kantor Pariwisata Kabupaten Jember

Seperti yang dikutip dari Kantor Pariwisata Kabupaten Jember, jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara yang berkunjung ke kabupaten Jember terus meningkat setiap tahunnya, meskipun sempat turun pada tahun 2011. Hal tersebut merupakan prestasi bagi kabupaten Jember dan juga menunjukkan antusiasme wisatawan untuk mengunjungi berbagai destinasi wisata di Jember.

Sebagai produk seni pertunjukan yang telah memiliki pamor di dunia internasional, JFC tentu saja mendapatkan keuntungan dari maraknya

pemberitaan media dan perbincangan dari mulut ke mulut secara elektronik berbentuk review perjalanan maupun komentar pada forum-forum dari wisatawan yang pernah berkunjung kesana yang tentu membuat JFC sebagai destinasi wisata semakin terkenal di masyarakat luas. Sebagaimana dikutip dari (Ladhari & Michaud, 2015), Perbincangan dari mulut ke mulut secara elektronik (*E – WOM*) adalah alat komunikasi informal diarahkan pada konsumen melalui teknologi berbasis internet yang berkaitan dengan penggunaan atau karakteristik khusus barang dan jasa.

Peragaan busana yang dilakukan pada JFC dilakukan diluar ruangan dan berjalan sepanjang jalan kota Jember yaitu antara Alun-alun kota Jember sampai Gedung Olahraga Kaliwates Jember. Selain itu peragaan busana tersebut lebih memberikan sentuhan estetika sebagai sebuah produk seni pertunjukan dalam bentuk karnaval. Setiap tahun JFC menarik perhatian semua lapisan masyarakat termasuk media massa, oleh karena itu *Jember Fashion Carnival* (JFC) dipilih menjadi agenda pariwisata utama Kabupaten Jember. Agenda wisata tersebut diberi nama “Bulan Berkunjung Jember” yang sebutannya disingkat menjadi BBJ. Dipilihnya JFC untuk dimasukkan dalam agenda BBJ merupakan salah satu peluang bagi Pemerintah Kabupaten Jember dalam mengembangkan sektor pariwisata dan meningkatkan perekonomian serta sebagai salah satu upaya dalam mewujudkan label kota kreatif bagi Jember.

Gegap gempita dan kemeriahan lainnya yang ditampilkan pada pagelaran JFC juga membuat JFC memiliki Citra Destinasi tersendiri bagi para pengunjungnya maupun bagi masyarakat luas yang menyaksikan melalui media

lainnya. Seperti yang dapat dikutip dari (Stylos *et al.* 2016), Citra Destinasi (*Destination Image*) adalah persepsi seseorang tentang produk, objek, perilaku, dan peristiwa yang didorong oleh keyakinan, perasaan, dan serangkaian tujuan yang memiliki ide dan harapan untuk tempat atau perjalanan tertentu.

Terbentuknya Citra Destinasi (*Destination Image*) pada JFC turut memengaruhi perilaku wisatawan terhadap destinasi wisata JFC. Seperti yang dikutip dari (Kotler dan Keller 2008), Sikap (*Attitude*) adalah sebuah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu obyek atau gagasan.

Sampai saat ini JFC dapat membuktikan perkembangan eksistensinya, sehingga mampu mendongkrak dunia pariwisata Jawa Timur dan meningkatkan perekonomian masyarakat Jember. Salah satu prestasi yang diperoleh JFC adalah meraih predikat karnaval terbaik Indonesia dan dapat menduduki peringkat keempat untuk karnaval terunik dan terheboh di dunia, setelah *Mardi Grass* di Amerika Serikat, Rio De Janeiro Brazil, dan *The Fastnacht* di Jerman. Hal ini tentu membuat nama *Jember Fashion Carnival* semakin terdengar sampai ke mancanegara, dan hal ini juga akan meningkatkan ketertarikan wisatawan domestik maupun mancanegara terhadap *Jember Fashion Carnival* dimana akan ada banyak wisatawan yang berniat untuk mengunjungi *Jember Fashion Carnival*. Sebagaimana diungkap oleh (Zarrad dan Debabi, 2015), Niat Berpergian (*Travel Intention*) mewakili bagaimana seseorang bersedia mengadopsi perilaku dan seberapa besar upaya yang akan dia terapkan terhadap

perilaku tersebut. Perilaku dalam niat berpergian merupakan indikasi kesiapan untuk melakukan perilaku tertentu dan diasumsikan mendahului perilaku aktual.

Peneliti juga telah melakukan *research* mengenai penelitian terdahulu mengenai *Jember Fashion Carnaval* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.2
Penelitian Sebelumnya

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian
1.	Asfida Sofiati (2007)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada <i>Jember Fashion Carnaval Centre</i> (JFCC)	<i>Service Quality, Customer Satisfaction</i>
2.	Deasy Wulandari <i>and Friends</i> (2015)	<i>Event Marketing</i> Sebagai Strategi Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Kabupaten Jember	<i>Event Marketing, Strategy, Brand Awareness</i>
3.	Istiqlaliah Dian Cahyani (2014)	Implementasi <i>Jember Fashion Carnaval</i> Sebagai Bagian Dari <i>City Branding</i> Kabupaten Jember	<i>Event Management, City Branding</i>
4.	Yuris Maulana Akhmad <i>and Friends</i> (2017)	<i>Jember Fashion Carnaval Event</i> Contributes In Improving <i>Business Performance</i> In The <i>District Of Jember</i>	<i>Brand Awarness, Loyalty, Business Performance</i>
5.	Lilik Farida <i>and Friends</i> (2017)	<i>Utilizing City Festival as an Event Marketing for Creative Industry Product (Case Study of Jember Fashion Carnaval)</i>	<i>Event Marketing, Creative Industry</i>

6.	Fitri Novika Widjaja dan Raditya Pratama Akbari Widyatmoko (2015)	Analisis Faktor <i>Festival Quality</i> Pada <i>Jember Fashion Carnaval</i> (JFC) Menurut Persepsi Penonton	<i>Service Quality,</i> <i>Percieve Value</i>
----	---	---	--

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Keberhasilan *Jember Fashion Carnaval* selama ini untuk menarik perhatian turis domestik maupun mancanegara sebagai salah satu *event* di Indonesia yang sukses di tingkat internasional dan belum adanya penelitian mengenai *Jember Fashion Carnaval* yang menggunakan variabel *E-WOM*, *Destination Image*, *Attitude Toward Destination* dan *Travel Intention* membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *Electronic Word of Mouth* sebagai variabel independen (X), *Destination Image* dan *Attitude Towards Destination* sebagai variabel *intervening* (Y), dan *Travel Intention* sebagai variabel dependen (Z). maka atas dasar penjabaran pemikiran diataslah, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Investigasi Niat Penyuka *Event Budaya Untuk Mengunjungi Jember Fashion Carnaval: Apakah E-WOM Berperan?*”**.

1.2 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah *E-WOM* akan berpengaruh terhadap *Attitude Toward Destination* Secara Positif dan Signifikan?
2. Apakah *E-WOM* akan berpengaruh terhadap *Travel Intention* Secara Positif dan Signifikan?

3. Apakah *E-WOM* akan berpengaruh terhadap *Destination Image* Secara Positif dan Signifikan?
4. Apakah *Attitude Toward Destination* akan berpengaruh terhadap *Travel Intention* Secara Positif dan Signifikan?
5. Apakah *Destination Image* akan berpengaruh terhadap *Travel Intention* Secara Positif dan Signifikan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan diadakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bahwa *E-WOM* berpengaruh terhadap *Attitude Toward Destination* Secara Positif dan Signifikan
2. Untuk mengetahui bahwa *E-WOM* berpengaruh terhadap *Travel Intention* Secara Positif dan Signifikan
3. Untuk mengetahui bahwa *E-WOM* berpengaruh terhadap *Destination Image* Secara Positif dan Signifikan
4. Untuk mengetahui bahwa *Attitude Toward Destination* berpengaruh terhadap *Travel Intention* Secara Positif dan Signifikan
5. Untuk mengetahui bahwa *Destination Image* berpengaruh terhadap *Travel Intention* Secara Positif dan Signifikan

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara akademis kepada mahasiswa dan dosen serta para pelaku usaha. Dan diharapkan dapat memberikan gambaran teoritis “Investigasi Niat Penyuka *Event Budaya Untuk Mengunjungi Jember Fashion Carnaval* : Apakah *E-WOM Berperan?*”, serta sebagai bahan rujukan penelitian selanjutnya.
2. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak-pihak dalam penyusunan strategi pariwisata, khususnya bagi kawasan objek wisata *Jember Fashion Carnaval*.