

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Buku sebagai Media Informasi Pariwisata**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), buku merupakan kumpulan lembar kertas yang berjilid dan berisi tulisan atau gambar yang digunakan sebagai media untuk menyampaikan informasi mengenai suatu hal. Buku menjadi salah satu sarana penting dalam penyebaran ilmu pengetahuan karena dapat memuat berbagai informasi yang disusun secara sistematis dan mudah dipahami oleh pembaca.

Dalam konteks akademik, buku sering digunakan sebagai sumber referensi yang memuat teori, konsep, maupun hasil penelitian yang digunakan untuk memperkuat kajian dalam suatu penelitian. Saat ini buku tidak hanya tersedia dalam bentuk cetak atau buku teks, tetapi juga dalam bentuk digital yang dikenal sebagai *electronic book* atau *e-book*. Kedua bentuk tersebut memiliki fungsi yang sama, yaitu sebagai media penyampaian informasi dan pengetahuan kepada pembaca.

Menurut *New Columbia Encyclopedia* (1975) yang dikutip dalam Rofiqoh (2024), buku didefinisikan sebagai suatu karya tulis yang tersedia baik dalam bentuk naskah maupun dalam bentuk cetakan yang memiliki panjang dan ketebalan tertentu serta berisi informasi yang disampaikan kepada pembaca. Buku juga dapat berfungsi sebagai alat komunikasi antara penulis dan pembaca dalam menyampaikan gagasan, pengetahuan, maupun pengalaman tertentu.

Selain sebagai media informasi, buku juga memiliki fungsi sebagai sarana edukasi dan dokumentasi pengetahuan. Buku dapat digunakan untuk menyampaikan berbagai jenis informasi, seperti cerita, laporan, panduan, maupun pengetahuan ilmiah. Dalam bidang pariwisata, buku sering dimanfaatkan sebagai media untuk memperkenalkan destinasi wisata, budaya lokal, akomodasi, serta berbagai informasi perjalanan yang dapat membantu wisatawan memahami suatu tempat sebelum berkunjung.

Menurut Kress dan van Leeuwen (2015), buku tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai media yang dapat membentuk

persepsi dan pemahaman pembaca terhadap suatu budaya. Melalui penyajian teks, gambar, maupun elemen visual lainnya, buku dapat membantu pembaca memahami suatu konsep secara lebih mendalam.

Dalam penyusunan buku informasi pariwisata, aspek visual juga memiliki peran yang penting. Menurut Wulandari (2018), buku yang efektif dalam menyampaikan informasi budaya harus memiliki struktur yang jelas, bahasa yang sesuai dengan target pembaca, serta didukung oleh ilustrasi atau gambar yang relevan dengan isi materi. Penyajian visual yang menarik dapat membantu pembaca dalam memahami informasi yang disampaikan serta meningkatkan minat baca.

Buku informasi pariwisata merupakan salah satu bentuk media cetak yang menyajikan informasi mengenai destinasi, budaya, aktivitas wisata, maupun akomodasi secara sistematis. Menurut Rustan (2009) dalam Anggraeni dan Handayani (2021), buku merupakan media komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara efektif kepada pembaca. Oleh karena itu, penyajian informasi yang didukung oleh teks, foto, dan tata letak visual yang menarik dapat membantu pembaca memperoleh pemahaman yang lebih baik terhadap suatu objek wisata atau pengalaman perjalanan.

Dalam konteks penelitian ini, buku digunakan sebagai media informasi pariwisata yang bertujuan untuk memperkenalkan konsep hotel *auberge* di Jepang kepada wisatawan Indonesia. Melalui penyajian materi yang sistematis serta didukung dengan ilustrasi dan visual yang menarik, buku *travel guide Japanese Auberge Experience* diharapkan dapat membantu pembaca memahami konsep *hospitality*, karakteristik hotel *auberge*, serta pengalaman menginap yang ditawarkan secara lebih komprehensif.

## **2.2 Travel Guide**

*Travel guide* merupakan salah satu bentuk media informasi yang berfungsi sebagai panduan bagi wisatawan dalam memahami suatu destinasi, pengalaman perjalanan, maupun berbagai aspek yang berkaitan dengan kegiatan pariwisata. Secara umum, *travel guide* berisi informasi mengenai destinasi wisata, akomodasi, budaya lokal, kuliner, serta berbagai rekomendasi yang dapat membantu wisatawan dalam merencanakan perjalanan.

Menurut Holloway dan Humphreys (2019), *travel guide* merupakan media informasi yang dirancang untuk memberikan gambaran mengenai suatu destinasi serta pengalaman yang dapat diperoleh wisatawan selama melakukan perjalanan. Informasi yang disajikan dalam *travel guide* biasanya mencakup deskripsi destinasi, rekomendasi aktivitas, fasilitas pendukung, serta tips praktis bagi wisatawan. Selain berfungsi sebagai sumber informasi, *travel guide* juga berperan dalam membantu wisatawan membentuk ekspektasi serta memahami pengalaman yang akan diperoleh sebelum melakukan perjalanan. Tussyadiah (2014) menjelaskan bahwa informasi yang diterima wisatawan sebelum perjalanan dapat memengaruhi cara wisatawan merencanakan, membayangkan, dan mengevaluasi pengalaman wisata yang akan dijalani.

Menurut Richards (2018), tren pariwisata modern menunjukkan adanya pergeseran dari *mass tourism* menuju *experience-based tourism*, di mana wisatawan lebih tertarik untuk memperoleh pengalaman yang autentik, personal, dan bermakna selama perjalanan. Sejalan dengan hal tersebut, McKercher dan du Cros (2020) menjelaskan bahwa wisatawan modern semakin tertarik pada pengalaman yang memiliki keterkaitan dengan budaya lokal dan karakteristik khas suatu destinasi. Oleh karena itu, media informasi wisata tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi faktual, tetapi juga membantu wisatawan memahami nilai budaya dan pengalaman yang ditawarkan oleh suatu destinasi.

*Travel guide* biasanya disusun dengan menggabungkan informasi faktual, deskripsi destinasi, serta elemen visual seperti foto, ilustrasi, dan tata letak yang menarik. Penyajian tersebut bertujuan untuk meningkatkan daya tarik serta memudahkan pembaca dalam memahami informasi yang disampaikan. Dalam bidang pariwisata, *travel guide* dapat berfungsi sebagai media edukatif yang membantu wisatawan memahami karakteristik suatu destinasi, budaya lokal, maupun jenis akomodasi tertentu. Melalui penyajian informasi yang sistematis dan komunikatif, *travel guide* dapat meningkatkan pemahaman wisatawan terhadap pengalaman yang ditawarkan oleh suatu produk pariwisata.

Dalam penelitian ini, *travel guide* digunakan sebagai media informasi untuk memperkenalkan konsep hotel *auberge* di Jepang kepada wisatawan Indonesia.

Buku *Japanese Auberge Experience* disusun untuk memberikan informasi mengenai karakteristik hotel *auberge*, konsep *hospitality* Jepang, pengalaman menginap, serta pengalaman kuliner yang menjadi ciri khas *auberge*. Dengan demikian, buku ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi yang membantu wisatawan Indonesia mengenal alternatif akomodasi berbasis pengalaman di Jepang.

### **2.3 Hotel *Auberge* di Jepang**

*Auberge* merupakan salah satu bentuk akomodasi yang menggabungkan pengalaman menginap dengan pengalaman kuliner berkualitas tinggi. Istilah *auberge* berasal dari bahasa Prancis yang secara harfiah berarti penginapan kecil yang menyediakan makanan bagi para tamu. Dalam perkembangannya, *auberge* tidak hanya berfungsi sebagai tempat bermalam, tetapi juga dikenal sebagai akomodasi yang menawarkan pengalaman bersantap berkualitas melalui hidangan yang disiapkan secara khusus oleh chef (Cwiertka, 2019).

Di Jepang, konsep *auberge* berkembang dengan memadukan teknik kuliner Prancis dan budaya *hospitality* Jepang. Berbeda dengan hotel konvensional yang umumnya berfokus pada fasilitas dan jumlah kamar yang besar, *auberge* biasanya memiliki jumlah kamar yang terbatas sehingga mampu menghadirkan suasana yang lebih intim dan personal bagi para tamu. Selain itu, pengalaman makan malam yang disajikan oleh chef menjadi daya tarik utama yang membedakan *auberge* dari jenis akomodasi lainnya (Assmann, 2020).

Konsep *auberge* juga berkaitan dengan perkembangan *experience-based tourism*, yaitu bentuk pariwisata yang menekankan pengalaman sebagai bagian penting dalam perjalanan wisata. Richards (2018) menjelaskan bahwa wisatawan modern cenderung mencari pengalaman yang unik dan autentik, tidak hanya sekadar fasilitas penginapan. Dalam konteks ini, *auberge* menawarkan kombinasi antara suasana menginap yang tenang, pelayanan personal, serta pengalaman kuliner yang khas.

Selain itu, pelayanan dalam sistem *auberge* sering kali dipengaruhi oleh nilai-nilai keramahan khas Jepang yang dikenal dengan istilah *omotenashi*. Konsep ini menekankan pada pelayanan yang tulus, penuh perhatian terhadap detail, serta

kemampuan dalam memahami kebutuhan tamu. Melalui pelayanan yang personal dan suasana yang nyaman, *auberge* berusaha menciptakan pengalaman menginap yang tidak hanya menyenangkan tetapi juga memberikan kesan mendalam bagi para tamu (Henderson, 2017).

Dengan karakteristik tersebut, *auberge* dapat dipandang sebagai bentuk akomodasi yang mengedepankan kualitas pengalaman dibandingkan dengan kuantitas layanan. Kombinasi antara pengalaman kuliner, pelayanan yang personal, serta suasana yang intim menjadikan *auberge* sebagai salah satu pilihan akomodasi yang menarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman perjalanan yang lebih autentik.

#### **2.4 Hospitality dalam Industri Perhotelan**

*Hospitality* merupakan salah satu konsep penting dalam industri perhotelan yang berkaitan dengan pelayanan, kenyamanan, dan pengalaman yang diterima tamu selama menggunakan layanan suatu akomodasi. Dalam industri perhotelan, *hospitality* tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan tamu, tetapi juga pada upaya menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan melalui pelayanan yang berkualitas.

Menurut Henderson (2017), *hospitality* merupakan bagian penting dalam industri pariwisata dan perhotelan yang menekankan pelayanan, keramahan, serta perhatian terhadap kebutuhan tamu. Kualitas *hospitality* yang baik dapat meningkatkan kepuasan tamu dan membentuk citra positif suatu akomodasi. Oleh karena itu, banyak hotel mengembangkan pelayanan yang lebih personal dan berorientasi pada kenyamanan tamu untuk menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.

Pada konsep *auberge* di Jepang, *hospitality* menjadi salah satu karakteristik utama yang membedakannya dari jenis akomodasi lainnya. Pelayanan yang diberikan cenderung lebih personal karena jumlah kamar yang terbatas sehingga staf dapat memberikan perhatian yang lebih detail kepada tamu. Selain itu, konsep *omotenashi* sebagai bentuk keramahan khas Jepang juga menjadi nilai penting dalam pelayanan *auberge*. Pelayanan yang tulus, suasana yang tenang, serta

perhatian terhadap kenyamanan tamu menjadi bagian dari pengalaman menginap yang ditawarkan.

Dengan demikian, *hospitality* dalam industri perhotelan tidak hanya berkaitan dengan pelayanan operasional, tetapi juga mencakup kemampuan suatu akomodasi dalam menciptakan kenyamanan, kepuasan, dan pengalaman positif bagi tamu selama menginap.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai media informasi pariwisata, budaya Jepang, serta konsep *hospitality* telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya dan menjadi acuan dalam penyusunan buku *travel guide* tentang konsep hotel *auberge* di Jepang bagi wisatawan Indonesia.

1. Wahid (2023) dalam penelitian berjudul “Pembuatan Buku Bahasa Jepang Bidang Perhotelan sebagai Penunjang Kemampuan Bahasa Jepang Staf Hotel AXIA South Cikarang” membahas pengembangan buku sebagai media pembelajaran bahasa Jepang di bidang perhotelan. Penelitian tersebut menjadi referensi dalam penelitian ini karena sama-sama menggunakan media buku sebagai produk yang dikembangkan serta menerapkan metode Research and Development (R&D) dalam proses penyusunannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media buku dapat digunakan sebagai sarana penyampaian informasi dan pembelajaran yang sistematis bagi pembaca. Namun, penelitian tersebut berfokus pada pembelajaran bahasa Jepang untuk kebutuhan kerja staf hotel, sedangkan penelitian ini berfokus pada penyusunan buku *travel guide* yang bertujuan memperkenalkan konsep hotel *auberge* di Jepang kepada wisatawan Indonesia.
2. Pratiwi (2025) dalam penelitian berjudul “Pengembangan Buku Pengenalan Mengenai Ryokan dan Onsen Sebagai Media Edukasi Bagi Mahasiswa: Bidang Ryokan” membahas pengembangan buku sebagai media edukasi untuk memperkenalkan konsep *ryokan* dan *onsen* sebagai bagian dari budaya Jepang. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa media buku dapat digunakan sebagai sarana edukasi untuk memperkenalkan budaya serta etika masyarakat Jepang kepada pembaca melalui penyajian

informasi yang sistematis dan mudah dipahami. Namun, penelitian tersebut lebih berfokus pada pengenalan *ryokan* dan *onsen* sebagai bagian dari budaya Jepang sehingga belum membahas konsep *hospitality* maupun pengalaman menginap yang menjadi karakteristik utama hotel *auberge*. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki perbedaan karena berfokus pada konsep hotel *auberge* di Jepang, khususnya pada aspek *hospitality*, pengalaman menginap, pengalaman kuliner, serta karakteristik *auberge* sebagai bentuk akomodasi yang unik bagi wisatawan Indonesia.

3. Nurhasanah (2025) dalam penelitian berjudul “Pembuatan Buku Makanan Tradisional *Washoku: Kaiseki Ryouri* sebagai Pengenalan Budaya dan Etiket Makan Tradisional Jepang” membahas penyusunan buku sebagai media informasi mengenai budaya kuliner Jepang dan etika makan tradisional. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa media buku dengan penyajian visual yang menarik dan bahasa yang komunikatif dapat digunakan sebagai sarana edukasi budaya Jepang bagi pembaca. Namun, penelitian tersebut berfokus pada budaya kuliner dan etiket makan tradisional Jepang sehingga belum membahas konsep *hospitality* maupun akomodasi dalam industri perhotelan Jepang. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki perbedaan karena lebih berfokus pada konsep hotel *auberge* di Jepang, khususnya pada aspek *hospitality*, pengalaman menginap, pengalaman kuliner, serta karakteristik *auberge* sebagai bentuk akomodasi yang unik bagi wisatawan Indonesia.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa media informasi berbentuk buku dapat digunakan sebagai sarana edukasi yang efektif dalam memperkenalkan budaya, kuliner, maupun konsep tertentu kepada pembaca. Namun, penelitian yang secara khusus membahas konsep hotel *auberge* di Jepang dalam bentuk buku *travel guide* masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penyusunan buku *Japanese Auberge Experience* diharapkan dapat menjadi media informasi dan edukasi bagi wisatawan Indonesia dalam memahami konsep hotel *auberge* di Jepang secara lebih sistematis, komunikatif, dan menarik.