

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata dipahami sebagai rangkaian aktivitas wisata yang pelaksanaannya didukung oleh ketersediaan fasilitas dan berbagai layanan yang disediakan melalui peran masyarakat, pelaku usaha, pemerintah, serta pemerintah daerah (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, 2009). Sebagai salah satu sektor yang terus berkembang, pariwisata memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi sekaligus mendukung perkembangan kehidupan sosial dan budaya masyarakat. Dalam perkembangannya, orientasi pengelolaan pariwisata tidak lagi hanya menitikberatkan pada peningkatan manfaat ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek keberlanjutan (*sustainability*) agar dampak positifnya dapat dirasakan secara berkelanjutan (Grundey, 2008, dalam Sihombing et al., 2024).

Goa Kreo merupakan salah satu destinasi wisata budaya di Kota Semarang yang memadukan potensi alam, sejarah, dan tradisi lokal. Salah satu daya tarik budayanya adalah tradisi Sesaji Rewanda yang diselenggarakan setiap tahun sebagai bentuk pelestarian budaya masyarakat setempat. Tradisi Sesaji Rewanda merupakan upacara adat yang dilaksanakan sebagai ungkapan rasa syukur sekaligus simbol keharmonisan antara manusia dan alam, khususnya dengan kawan monyet ekor panjang yang menjadi bagian dari ekosistem Goa Kreo. Tradisi ini tidak hanya memiliki nilai seremonial, tetapi juga mengandung nilai historis yang berkaitan dengan asal-usul Goa Kreo serta nilai filosofis yang mencerminkan hubungan harmonis antara manusia, alam, dan kepercayaan lokal. Nilai-nilai yang terkandung dalam tradisi Sesaji Rewanda memiliki kesamaan dengan konsep

Shinto di Jepang yang memandang alam sebagai entitas yang memiliki esensi spiritual atau *kami* (Tuhan). Dalam ajaran Shinto, fenomena alam dan seluruh makhluk hidup dipandang sebagai manifestasi kekuatan ilahi yang perlu dihormati serta dijaga keharmonisannya (Syahputra et al., 2025). Kesamaan nilai tersebut menjadi potensi yang dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan tradisi Sesaji Rewanda kepada calon wisatawan Jepang karena memiliki latar belakang budaya yang relatif serupa dalam memaknai hubungan antara manusia dan alam.

Sebagai destinasi wisata budaya, Goa Kreo perlu didukung oleh penyediaan informasi yang lengkap, mudah dipahami, dan dapat diakses oleh wisatawan dari berbagai latar belakang bahasa. Penyediaan informasi tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana literasi budaya yang membantu wisatawan memahami sejarah, makna, dan nilai yang terkandung dalam suatu tradisi. Dengan demikian, pengalaman wisata tidak hanya sebatas mengunjungi suatu destinasi, tetapi juga memahami nilai budaya yang menjadi daya tariknya. Hal ini sejalan dengan Putri dan Suciptaningsih (2024) yang menyatakan bahwa literasi budaya merupakan aspek penting dalam mendukung pengalaman wisata yang lebih bermakna. Oleh karena itu, penyediaan media promosi yang informatif dan tersedia dalam beberapa bahasa menjadi salah satu kebutuhan dalam pengembangan destinasi wisata berbasis budaya.

Akan tetapi, kondisi di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi budaya yang dimiliki Goa Kreo dengan media promosi yang tersedia. Berdasarkan hasil observasi awal melalui wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, pihak pengelola Goa Kreo belum menyediakan *E-Guidebook* sebagai media promosi maupun informasi, baik dalam monolingual maupun trilingual. Ketiadaan media tersebut menyebabkan wisatawan belum memiliki panduan informasi yang dapat diakses secara mandiri sebelum maupun selama kunjungan. Di sisi lain, data jumlah pengunjung menunjukkan bahwa wisatawan yang datang ke objek wisata ini masih didominasi oleh wisatawan nusantara, sedangkan jumlah

wisatawan mancanegara relatif sangat sedikit dan cenderung menurun pada periode 2023–2025.

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan di Goa Kreo 2023–2025

Tahun	Jumlah Wisatawan Nusantara (Orang)	Jumlah Wisatawan Mancanegara (Orang)	Selisih Jumlah Wisatawan	Total Pengunjung (Orang)
2023	89,119	0	89,119	89,119
2024	64,528	257	64,271	64,785
2025	44,005	202	43,803	44,207

Sumber: Data UPTD Kreo dan Agrowisata, 2025 (diolah)

Berdasarkan Tabel 1.1, jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Goa Kreo masih jauh lebih rendah dibandingkan wisatawan nusantara dan cenderung mengalami penurunan, sebanyak 257 orang pada tahun 2024 dan sebanyak 202 orang pada tahun 2025. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa promosi destinasi wisata tersebut kepada wisatawan mancanegara masih belum optimal. Salah satu faktor yang memengaruhi kondisi tersebut ialah belum tersedianya media promosi yang menyajikan informasi mengenai sejarah dan nilai filosofis tradisi Sesaji Rewanda secara menarik dan mudah dipahami oleh wisatawan mancanegara. Faktor tersebut didukung oleh temuan yang disampaikan Panggabean et al. (2023), yaitu bahwa pemahaman dan keterlibatan pengunjung terhadap informasi budaya dapat dipengaruhi oleh masih terbatasnya media yang digunakan untuk menyampaikan informasi tersebut.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam strategi promosi destinasi wisata. Media promosi tidak lagi hanya mengandalkan brosur atau booklet cetak, tetapi mulai beralih ke media digital yang lebih praktis, mudah diakses, dan mampu menjangkau calon wisatawan secara lebih luas. Dalam konteks tersebut, Arief et al., (2021), menerangkan bahwa pemanfaatan *E-Guidebook*

menjadi salah satu alternatif yang dapat menyajikan informasi wisata secara lengkap sekaligus memperkenalkan nilai budaya yang terkandung dalam tradisi Sesaji Rewanda. Selain berfungsi sebagai media promosi, *E-Guidebook* juga dapat menjadi sarana literasi budaya yang membantu calon wisatawan memahami sejarah, rangkaian acara, serta nilai filosofis tradisi tersebut sebelum melakukan kunjungan. Pemanfaatan media berbasis teknologi mampu memperluas jangkauan promosi sekaligus meningkatkan kualitas pengalaman wisata (Halum et al., 2021).

Selain penyajian informasi, aspek kebahasaan juga menjadi faktor penting dalam promosi wisata budaya kepada wisatawan mancanegara. Penyampaian informasi budaya tidak hanya memerlukan penerjemahan bahasa, tetapi juga penyesuaian makna agar pesan budaya dapat dipahami oleh pembaca dari latar belakang budaya yang berbeda. Istilah-istilah lokal dalam tradisi Sesaji Rewanda, misalnya, memerlukan penjelasan yang tepat agar tidak menimbulkan kesalahpahaman. Nasir (2023) menjelaskan bahwa kurangnya pemahaman terhadap sejarah, tradisi, dan nilai sosial masyarakat setempat dapat memicu kesalahpahaman antara wisatawan dan masyarakat lokal. Oleh karena itu, media promosi yang disusun dalam beberapa bahasa perlu memperhatikan aspek linguistik sekaligus konteks budaya agar informasi yang disampaikan tetap akurat.

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan kajian literatur, hingga saat ini belum ditemukan *E-Guidebook* trilingual yang secara khusus dikembangkan untuk memperkenalkan tradisi Sesaji Rewanda di Goa Kreo kepada wisatawan lokal maupun calon wisatawan mancanegara, khususnya Jepang. Media promosi yang tersedia umumnya hanya menyajikan informasi wisata secara umum dan belum memberikan interpretasi budaya yang komprehensif dalam tiga bahasa. Kondisi tersebut menunjukkan masih adanya kesenjangan antara potensi budaya yang dimiliki Goa Kreo dengan media promosi yang tersedia.

Untuk menjawab kebutuhan tersebut, penelitian ini mengembangkan *E-Guidebook* trilingual dalam bahasa Indonesia, Inggris, dan Jepang sebagai media promosi digital yang mengintegrasikan aspek historis dan filosofis tradisi Sesaji

Rewanda. Media ini diharapkan dapat membantu calon wisatawan Jepang mengenal tradisi tersebut sebelum melakukan kunjungan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini dirumuskan ke dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana *E-Guidebook* trilingual yang memuat aspek historis dan filosofis Tradisi Sesaji Rewanda di Goa Kreo Semarang dikembangkan?
2. Bagaimana persepsi pengguna terhadap *E-Guidebook* trilingual dalam memberikan informasi mengenai historis dan filosofis Sesaji Rewanda?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan proses pengembangan *E-Guidebook* trilingual berbasis aspek historis dan filosofis Sesaji Rewanda di Goa Kreo.
2. Mengetahui persepsi pengguna terhadap *E-Guidebook* trilingual dalam memberikan informasi mengenai aspek historis dan filosofis Sesaji Rewanda.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian linguistik terapan dan manajemen pariwisata berkelanjutan, khususnya dalam penerapan strategi alih bahasa budaya pada media promosi digital berbasis trilingual. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi dalam pengembangan media promosi wisata yang menggabungkan nilai historis dan filosofis lokal dengan pendekatan yang lebih mudah dipahami oleh calon wisatawan mancanegara, khususnya Jepang. Tidak hanya itu, hasil penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa media promosi dan

informasi memiliki peran penting dalam memperkenalkan budaya lokal serta membantu wisatawan memahami nilai dan aturan budaya yang ada di destinasi wisata (Nasir, 2023).

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, *E-Guidebook* trilingual yang dikembangkan dapat digunakan sebagai media promosi digital multibahasa untuk mendukung penyebaran informasi dan meningkatkan daya tarik wisata Goa Kreo bagi wisatawan mancanegara. Bagi wisatawan mancanegara, khususnya wisatawan Jepang, produk ini dapat membantu memahami informasi mengenai Goa Kreo dan tradisi Sesaji Rewanda secara lebih mudah dan mendalam. Sementara itu, bagi masyarakat lokal, penelitian ini diharapkan dapat mendukung upaya pelestarian serta pengenalan budaya lokal Kota Semarang kepada masyarakat yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional.

1.5 Luaran

Luaran penelitian ini berupa *E-Guidebook* trilingual yang berjudul “Sesaji Rewanda: ゴア・クレオでスサジ・レワンダの伝統にふれてみよう *Getting to Know and Experiencing The Sesaji Rewanda Tradition at Goa Kreo.*” *E-Guidebook* ini memuat informasi mengenai sejarah Goa Kreo dan tradisi Sesaji Rewanda, nilai filosofis, rangkaian acara festival, serta informasi pendukung seperti peta lokasi, panduan berwisata, informasi praktis, dan kontak destinasi wisata. Produk yang dikembangkan diharapkan dapat menjadi media promosi digital budaya yang memperkenalkan tradisi Sesaji Rewanda kepada calon wisatawan lokal dan mancanegara, khususnya wisatawan Jepang, sekaligus mendukung promosi wisata budaya Kota Semarang.