

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 Pariwisata Budaya Berkelanjutan**

Pariwisata merupakan serangkaian kegiatan wisata yang didukung oleh penyediaan berbagai fasilitas serta layanan oleh masyarakat, pelaku usaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, 2009). Seiring dengan perkembangannya, pariwisata tidak lagi hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga memperhatikan upaya pelestarian budaya dan lingkungan. Salah satu pendekatan yang berkembang adalah pariwisata budaya berkelanjutan, yaitu konsep pengembangan destinasi wisata yang mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan secara seimbang untuk menjaga keberlangsungan budaya lokal dalam jangka panjang (Sihombing et al., 2024).

Dalam konsep pariwisata budaya berkelanjutan, budaya lokal dipandang sebagai aset yang memiliki nilai penting, tidak hanya sebagai daya tarik wisata, tetapi juga sebagai warisan yang perlu dilestarikan agar nilai, identitas, dan kearifan lokal tetap terjaga di tengah perkembangan zaman. Oleh karena itu, keberhasilan pengembangan pariwisata budaya tidak semata-mata diukur dari peningkatan jumlah wisatawan, tetapi juga dari kemampuannya dalam memberikan pengalaman yang bermakna serta meningkatkan pemahaman wisatawan terhadap nilai historis, filosofis, dan norma sosial masyarakat setempat. Dengan demikian, interaksi antara wisatawan dan budaya lokal dapat berlangsung secara lebih berkualitas serta mendukung upaya pelestarian budaya secara berkelanjutan (Choirunnisa & Karmilah, 2021).

Perkembangan pariwisata *modern* juga menimbulkan tantangan berupa komodifikasi budaya yang berpotensi mengurangi autentisitas tradisi lokal. Dengan

demikian, dibutuhkan suatu media yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai sumber informasi yang dapat memberikan pemahaman lebih mendalam kepada wisatawan mengenai budaya yang ada, sehingga budaya tersebut tidak hanya dipandang sebagai daya tarik visual semata. Media digital seperti *E-Guidebook* dapat berfungsi sebagai sarana promosi sekaligus edukasi budaya yang efektif untuk meningkatkan pemahaman wisatawan terhadap pentingnya menjaga tradisi dan lingkungan wisata (Halum et al., 2021).

### **2.1.2 Minat Wisatawan Jepang terhadap Wisata Budaya**

Minat berkunjung merupakan keinginan atau kecenderungan seseorang untuk mengunjungi suatu destinasi wisata yang dipengaruhi oleh citra destinasi, daya tarik wisata, serta fasilitas yang tersedia (Yandi et al., 2023). Handayani dan Sari (2021) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa wisatawan Asia Timur, termasuk wisatawan Jepang, memiliki minat yang tinggi terhadap destinasi yang menawarkan perpaduan keindahan alam dan budaya lokal yang autentik, sehingga ketersediaan informasi yang memadai menjadi faktor penting dalam mendorong kunjungan. Hal ini berkaitan juga dengan Shintoisme sebagai salah satu kepercayaan masyarakat Jepang yang mengajarkan pentingnya keharmonisan antara manusia dan alam (Syahputra et al., 2025).

Goa Kreo merupakan salah satu destinasi wisata budaya di Kota Semarang yang memadukan potensi alam, sejarah, dan tradisi lokal. Selain dikenal melalui legenda Sunan Kalijaga dan keberadaan kawanan monyet yang menjadi ikon wisata, Goa Kreo juga menjadi lokasi penyelenggaraan Tradisi Sesaji Rewanda. Tradisi ini mencerminkan nilai-nilai keharmonisan antara manusia, alam, dan makhluk hidup. Kesamaan nilai ini menjadikan Tradisi Sesaji Rewanda memiliki potensi untuk diterima dan dipahami oleh wisatawan Jepang (Marcelliantika et al., 2025). Oleh karena itu, wisata budaya yang mengangkat unsur tradisi lokal serta hubungan harmonis antara manusia dan alam berpotensi menjadi daya tarik bagi wisatawan Jepang.

### **2.1.3 Aspek Historis dan Filosofis Tradisi Sesaji Rewanda**

Pengembangan *E-Guidebook* berbasis aspek historis dan filosofis menambahkan dimensi pengetahuan dan nilai budaya yang memperkaya isi buku panduan. Aspek historis memberikan informasi latar belakang sejarah tradisi dan objek wisata, sedangkan aspek filosofis mengupas makna atau nilai terdalem di balik praktik budaya seperti Sesaji Rewanda.

Tradisi Sesaji Rewanda merupakan sebuah kebiasaan yang dilakukan masyarakat Dusun Talun Kacang, Kelurahan Kandri, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang, secara berkelanjutan. Ritual pelaksanaan salah satunya memberikan hasil bumi kepada kawanan monyet yang dipercaya berkaitan dengan legenda Sunan Kalijaga dalam mencari tiang *saka guru* untuk pembangunan Masjid Agung Demak. Secara filosofis, nilai yang terkandung dalam Sesaji Rewanda memiliki keterkaitan erat dengan konsep kehidupan masyarakat Jawa *Memayu Hayuning Bawana*. Konsep ini dimaknai sebagai upaya menjaga, memperindah, dan menciptakan keharmonisan kehidupan dunia. Mengacu pada penelitian Endraswara (2012), *Memayu Hayuning Bawana* merupakan upaya masyarakat menjaga harmonisasi dan keseimbangan hubungan antara sesama manusia, alam, dan Tuhan. Konsep tersebut direpresentasikan sebagai rasa syukur, gotong royong, pelestarian budaya, dan penghormatan terhadap kearifan lokal masyarakat sekitar Goa Kreo. Oleh karena itu, aspek historis dan filosofis tradisi ini dijadikan sebagai konten utama dalam pengembangan *E-Guidebook* trilingual.

### **2.1.4 E-Guidebook sebagai Media Promosi Wisata**

Media promosi pariwisata merupakan sarana untuk memperkenalkan daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas, dan nilai budaya suatu destinasi kepada masyarakat luas (Purwaningsih et al., 2022). Perkembangan teknologi membuat media promosi bergeser dari bentuk cetak menuju media digital yang lebih praktis dan mudah diakses.

*E-Guidebook* merupakan buku panduan digital yang berfungsi sebagai media yang menyajikan berbagai informasi secara praktis dan mudah diakses. Dalam bidang pariwisata, *E-Guidebook* digunakan untuk memberikan informasi mengenai destinasi wisata, seperti profil destinasi, daya tarik wisata, aktivitas yang dapat dilakukan, serta informasi pendukung lainnya yang membantu wisatawan dalam merencanakan perjalanan. Selain sebagai media informasi, *E-Guidebook* juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi melalui penyajian informasi mengenai sejarah, filosofi, tradisi, dan etika yang berkaitan dengan suatu destinasi wisata (Efendi & Carecca, 2025).

*E-Guidebook* memiliki keunggulan berupa kemudahan distribusi, biaya produksi yang lebih efisien, serta kemampuan untuk mengintegrasikan berbagai elemen digital seperti *QR Code* dan *flipbook* interaktif (Nasir, 2023). Oleh karena itu, *E-Guidebook* dinilai sesuai untuk digunakan sebagai media promosi dan literasi budaya kepada wisatawan, khususnya wisatawan Jepang, dalam memperkenalkan Goa Kreo dan tradisi Sesaji Rewanda.

#### **2.1.5 Media Promosi Trilingual**

*E-Guidebook* trilingual merupakan panduan digital yang menyajikan informasi dalam tiga bahasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dari berbagai latar belakang. Dalam promosi pariwisata, penggunaan tiga bahasa dapat memperluas jangkauan informasi serta meningkatkan aksesibilitas bagi wisatawan lokal maupun mancanegara (Harsono & Atrinawati, 2017). Penerapan konsep trilingual tidak hanya berfokus pada penggunaan beberapa bahasa, tetapi juga pada penyampaian makna yang dapat dipahami oleh pengguna dengan latar budaya yang berbeda.

Proses penerjemahan trilingual dalam penelitian ini mengadopsi metode penerjemahan yang menggunakan bahasa pertama sebagai bahasa sumber yang kemudian dialihkan ke bahasa sasaran (Munday, 2008 dalam Harsono & Atrinawati, 2017). Dalam penelitian ini, *E-Guidebook* dikembangkan menggunakan bahasa

Indonesia, bahasa Jepang, dan bahasa Inggris. Penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama, bahasa Jepang sebagai bahasa target utama, sedangkan bahasa Inggris sebagai bahasa internasional. Diharapkan dapat meningkatkan aksesibilitas informasi sekaligus membantu menyampaikan nilai sejarah dan budaya tradisi Sesaji Rewanda kepada wisatawan secara lebih luas (Purwaningsih et al., 2022).

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Kajian terhadap penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan media digital untuk promosi dan edukasi budaya terus mengalami perkembangan, meskipun penelitian yang secara khusus membahas pengembangan *E-Guidebook* trilingual bagi calon wisatawan Jepang masih sangat terbatas. Penelitian Efendi dan Carecca (2025) menunjukkan bahwa *E-Guidebook* mampu menyampaikan informasi wisata secara singkat, jelas, dan efisien pada layanan bus wisata di Surabaya. Di samping itu, Adiaya et al., (2024) membuktikan bahwa pengembangan modul budaya yang dilakukan secara sistematis dapat meningkatkan kesadaran serta partisipasi masyarakat dan pengunjung dalam pelestarian budaya, sebagaimana diterapkan di Gianyar, Bali. Hasil penelitian Putri dan Suciptaningsih (2024) juga menunjukkan bahwa *E-Booklet* efektif sebagai media literasi budaya karena didukung oleh tampilan visual yang menarik, walaupun penggunaannya masih berfokus pada siswa sekolah dasar. Selanjutnya, Purwaningsih et al., (2022) menekankan pentingnya penyajian informasi dalam berbagai bahasa untuk memperluas jangkauan promosi pariwisata kepada wisatawan mancanegara. Sementara itu, Handayani dan Sari (2021) menemukan bahwa wisatawan Asia Timur, termasuk wisatawan Jepang, memiliki minat yang tinggi terhadap destinasi yang menawarkan perpaduan keindahan alam dan budaya lokal yang autentik, sehingga ketersediaan informasi yang memadai menjadi faktor penting dalam mendorong kunjungan. Hal ini diperkuat oleh temuan Halum et al.,

(2021) yang menyatakan bahwa media digital berperan efektif dalam meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap warisan budaya daerah.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa penelitian mengenai promosi wisata budaya melalui media digital telah banyak dilakukan. Akan tetapi, penelitian yang secara khusus mengembangkan *E-Guidebook* trilingual sebagai media promosi wisata budaya berbasis sejarah, nilai filosofis, dan rangkaian acara Sesaji Rewanda belum tersedia. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada promosi wisata secara umum dan pengembangan konten multibahasa tanpa mengintegrasikan budaya lokal secara mendalam. Selain itu, media promosi yang digunakan kurang disesuaikan dengan kebutuhan calon wisatawan mancanegara. Oleh karena itu, penelitian ini menghadirkan inovasi berupa *E-Guidebook* trilingual dengan model ADDIE yang memuat informasi mengenai sejarah, makna atau filosofis, serta rangkaian acara Sesaji Rewanda di Goa Kreo Semarang. Media ini diharapkan dapat menjadi sarana promosi wisata budaya yang lebih praktis, informatif, edukatif, dan mudah diakses, sekaligus mendukung pelestarian budaya lokal melalui penyampaian informasi yang komunikatif kepada wisatawan mancanegara, khususnya calon wisatawan Jepang.