

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata global terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, dan Jepang merupakan salah satu destinasi yang paling diminati oleh wisatawan mancanegara termasuk wisatawan Indonesia. JNTO (2024) mempublikasikan bahwa pada tahun 2024, jumlah wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Jepang dapat mencapai 517.600 pengunjung. Berdasarkan JNTO (2026) tren ini berlanjut pada tahun 2025 dengan jumlah kunjungan mencapai 640.600 orang. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat Indonesia terhadap Jepang sebagai destinasi wisata terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun.

Salah satu daya tarik utama yang ditawarkan oleh Jepang adalah budaya pemandian air panasnya atau bisa disebut juga dengan *onsen*. Dalam penelitian balneologi milik Takeda et al (2023) menyatakan bahwa *onsen* tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana relaksasi, tetapi juga dipercaya memiliki manfaat bagi kesehatan mental serta meningkatkan kepuasan subjektif terhadap kondisi kesehatan karena kandungan mineral alami yang terdapat pada airnya. Salah satu kawasan *onsen* yang terkenal di Jepang adalah Noboribetsu Onsen, yang dikenal sebagai salah satu kawasan pemandian air panas dengan variasi sumber air mineral terbanyak di Jepang dengan sembilan jenis air mineral alami yang berasal dari aktivitas vulkanik *Jigokudani (Hell Valley)*, sehingga menghasilkan berbagai jenis pemandian dengan karakteristik, suhu, warna, dan kandungan mineral yang berbeda. Iris Law (2020) mengatakan bahwa Jepang sendiri tercatat memiliki lebih dari 30.000 sumber mata air panas yang tersebar di berbagai wilayah, yang berfungsi untuk relaksasi, menyegarkan tubuh, meredakan lelah, hingga menjaga Kesehatan.

Salah satu fasilitas *onsen* yang berada di kawasan Noboribetsu Onsen adalah Hotel Dai-Ichi Takimotokan, sebuah penginapan tradisional Jepang atau yang biasa disebut dengan *ryokan* (旅館) yang telah beroperasi sejak tahun 1858

dan dikenal sebagai salah satu penginapan *onsen* tertua di kawasan tersebut. Hotel ini memanfaatkan sumber air panas alami dari *Jigokudani* serta menyediakan berbagai jenis kolam pemandian dengan karakteristik mineral yang berbeda, sehingga hotel ini menjadi salah satu destinasi yang banyak dikunjungi wisatawan domestik maupun mancanegara. Keberagaman fasilitas yang dimiliki menjadikan Hotel Dai-Ichi Takimotokan bukan hanya sebagai tempat penginapan, tetapi juga sebagai sarana wisatawan untuk mengenal budaya berendam khas Jepang secara langsung.

Meskipun demikian, pengalaman berendam di *onsen* tidak hanya berkaitan dengan aktivitas rekreasi, tetapi juga melibatkan tata cara dan etika yang perlu dipahami oleh setiap pengunjung. Menurut JNTO (2022), wisatawan yang baru pertama kali menggunakan pemandian umum di Jepang sering kali merasa ragu karena konsep berendam bersama tanpa busana merupakan pengalaman yang berbeda dengan kebiasaan di banyak negara. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *onsen* memerlukan pemahaman mengenai tata cara dan etika yang berlaku. Selain itu Canggara (2022) menjelaskan bahwa perbedaan norma, nilai, dan kebiasaan dalam komunikasi lintas budaya dapat menimbulkan hambatan dalam proses adaptasi terhadap budaya baru. Bagi wisatawan Indonesia secara khusus, tantangan tersebut turut diperberat oleh kebutuhan spesifik terkait keyakinan dan keagamaan. Data Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (2025) mencatat bahwa segmen wisatawan Muslim global tumbuh pesat, dari 176 juta kedatangan pada tahun 2024 dan diperkirakan mencapai 245 juta pada 2030. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya penyediaan informasi wisata yang lebih inklusif dan mudah dipahami oleh wisatawan dengan latar belakang budaya dan keyakinan yang beragam.

Perbedaan budaya tersebut terlihat secara nyata pada tata cara penggunaan *onsen*. Di Jepang, pengunjung diwajibkan melepas seluruh pakaian dan berendam bersama pengunjung lain yang berjenis kelamin sama, sedangkan di Indonesia pemandian air panas umumnya digunakan dengan tetap mengenakan pakaian atau baju renang. Selain itu, pengunjung *onsen* wajib membasil seluruh tubuh sebelum masuk ke kolam, tidak boleh mencelupkan handuk maupun rambut ke dalam air,

tidak diperkenankan membawa telepon genggam ke area pemandian, harus menjaga ketenangan, serta perlu memperhatikan aturan terkait tato dan pemisahan area berdasarkan gender. Bagi wisatawan yang baru pertama kali berkunjung, aturan-aturan tersebut sering kali belum diketahui sebelumnya sehingga menimbulkan rasa canggung, malu, hingga keraguan untuk mencoba *onsen*. Kesulitan ini semakin terasa bagi wisatawan Muslim yang memiliki ketentuan mengenai aurat, sehingga mereka membutuhkan informasi alternatif seperti penggunaan *private bath* atau pemilihan waktu kunjungan yang lebih sepi.

Oleh karena itu, berdasarkan penelusuran literatur yang dilakukan penulis, media informasi edukatif berbahasa Indonesia yang secara khusus membahas tata cara, etika, dan prosedur penggunaan *onsen* di Hotel Dai-Ichi Takimotokan masih terbatas. Temuan tersebut sejalan dengan hasil pengamatan penulis selama program *internship* pada bagian *housekeeping* dan juga *onsen* di Hotel Dai-Ichi Takimotokan, Noboribetsu Onsen. Selama kegiatan berlangsung, penulis menemukan bahwa informasi yang selama ini disediakan kepada tamu tersedia dalam bahasa Mandarin, Korea, Inggris, dan juga Jepang, sedangkan panduan dalam Bahasa Indonesia belum tersedia. Kesenjangan antara jumlah wisatawan Indonesia yang terus meningkat, minimnya media informasi edukatif yang sesuai dengan kebutuhan, dan juga keraguan akan perbedaan budaya mereka inilah yang menjadi celah utama yang berusaha dijawab oleh penelitian ini.

Salah satu media yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut adalah *booklet*. Menurut Gemilang dan Christiana (2016) *booklet* merupakan sebuah media cetak yang berupa buku yang berfungsi memberikan informasi apa saja yang ingin disampaikan oleh pembuat. *Booklet* dipilih karena mampu menyajikan informasi secara ringkas, sistematis, serta dilengkapi ilustrasi yang dapat membantu pembaca memahami isi materi dengan lebih mudah. Selain mudah dibawa dan digunakan sebagai panduan praktis, *booklet* juga memungkinkan penyampaian informasi mengenai tata cara penggunaan *onsen*, etika, fasilitas, serta kosakata yang berkaitan dengan aktivitas berendam dalam satu media yang terstruktur.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menggunakan metode R&D model pengembangan ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation*) menurut Rayanto dan Sugianti (2020). Model ADDIE dipilih karena memiliki tahapan pengembangan yang sistematis, dimulai dari analisis kebutuhan, perancangan, pengembangan, implementasi, hingga evaluasi produk. Melalui model tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan *booklet* panduan penggunaan *onsen* “YuTomo” yang ditujukan untuk umum, yaitu wisatawan Indonesia yang akan menggunakan fasilitas *onsen* di kawasan Jigokudani, dengan Hotel Dai-Ichi Takimotokan sebagai fokus fasilitas yang dibahas, serta mengetahui persepsi audiens sasaran terhadap *booklet* tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses pembuatan *booklet* panduan penggunaan *onsen* “YuTomo” di Hotel Dai-Ichi Takimotokan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Indonesia?
2. Bagaimana persepsi dan umpan balik audiens sasaran terhadap *booklet* “YuTomo” sebagai panduan penggunaan *onsen*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, berikut adalah tujuan dari penelitian ini:

1. Mengetahui proses pembuatan *booklet* panduan penggunaan *onsen* “YuTomo” di Hotel Dai-Ichi Takimotokan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Indonesia.
2. Mengetahui persepsi dan umpan balik audiens sasaran terhadap *booklet* “YuTomo” sebagai panduan penggunaan *onsen*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian akan dibagi menjadi dua hal yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

a. Manfaat Teoritis.

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian di bidang pariwisata, budaya Jepang, dan pengembangan media informasi edukatif berbasis pengalaman lapangan.

b. Manfaat Praktis.

Agar wisatawan Indonesia mendapatkan panduan yang praktis dan mudah dipahami sebelum mengunjungi fasilitas *onsen*. Panduan ini dapat digunakan oleh mahasiswa Indonesia sebagai bekal persiapan untuk melakukan program *internship* di Hotel Dai-Ichi Takimotokan. Adapun manfaat bagi industri pariwisata yaitu sebagai referensi pengembangan media informasi edukatif lintas budaya.

1.5 Luaran

Luaran dari penelitian ini adalah sebuah produk media informasi edukatif berupa *booklet* panduan penggunaan *onsen* yang diberi nama “YuTomo” (湯友) dengan judul Panduan Penggunaan *Onsen* di Jigokudani untuk Wisatawan Indonesia. *Booklet* memiliki 36 halaman yang disusun dalam bahasa Indonesia dan ditujukan untuk umum, yaitu wisatawan Indonesia yang akan menggunakan fasilitas *onsen* di kawasan Jigokudani, Noboribetsu. Isi *booklet* dimulai dari informasi umum tentang *onsen* beserta jenis mineral yang terdapat di Jigokudani dan panduan untuk wisatawan Indonesia, kemudian mengerucut pada contoh fasilitas *onsen* di Hotel Dai-Ichi Takimotokan yang berupa peraturan, fasilitas, tips, tiket dan jam kunjungan, peta *onsen*, serta kosakata bahasa Jepang yang diperlukan beserta cara baca dan padanan artinya, sehingga dapat digunakan secara langsung oleh pengguna sebelum maupun saat berada di area *onsen*. Fokus pembahasan fasilitas dalam produk ini dibatasi pada *onsen* di Hotel Dai-Ichi Takimotokan, Noboribetsu, Hokkaido, Jepang, dengan sasaran pembaca wisatawan umum dan mahasiswa Indonesia.