

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1 *Onsen*

Onsen merupakan salah satu kegiatan wisata yang paling umum untuk dikunjungi oleh para wisatawan yang pergi ke Jepang. *Onsen* (温泉) secara harfiah berarti pemandian air panas. Berdasarkan Undang-Undang Onsen Jepang (Onsen-hou, 1948), *onsen* didefinisikan sebagai air panas, air mineral, uap air, atau gas lain yang keluar dari dalam tanah dengan suhu sekurang-kurangnya 25°C, atau yang mengandung sejumlah mineral tertentu sesuai ketentuan yang berlaku. Menurut Iris Law (2020) *Onsen* terbentuk dari aktivitas vulkanik, dan Jepang memiliki lebih dari 30.000 sumber mata air panas yang tersebar di berbagai wilayah. *Onsen* berbeda dengan *senjo*, yaitu pemandian umum yang airnya berasal dari air biasa yang dipanaskan secara buatan tanpa kandungan mineral geothermal.

Berdasarkan Herniyani (2024) Selain dari tempat membersihkan tubuh, *onsen* juga merupakan bagian dari budaya Jepang yang telah berlangsung lebih dari 1.300 tahun dan berfungsi sebagai wadah untuk melestarikan tradisi sekaligus perekat hubungan antarindividu, sebagaimana tercermin dalam konsep *hadaka no tsukiai* (裸の付き合い) atau “pertemanan tanpa busana”. Takeda dkk (2023) menyatakan bahwa dari sisi kesehatan, penelitian balneologi menunjukkan bahwa berendam di air panas mineral dapat meningkatkan kesehatan mental, mengurangi stres, meningkatkan relaksasi, mendorong kesadaran untuk hidup sehat, serta meningkatkan kepuasan subjektif terhadap kondisi Kesehatan. Meskipun demikian, penggunaan *onsen* memiliki tata cara dan etika tertentu, seperti membas tubuh sebelum berendam, tidak mencelupkan handuk ke dalam kolam, serta membedakan area berdasarkan gender. Pemahaman terhadap tata cara dan etika inilah yang menjadi salah satu aspek penting untuk dituangkan dalam *booklet* panduan bagi wisatawan Indonesia.

2.2 Hotel Dai-Ichi Takimotokan

Hotel Dai-Ichi Takimotokan merupakan hotel bintang empat bergaya *ryokan* (旅館) yang berlokasi di kawasan Noboribetsu Onsen, Hokkaido, Jepang. Hotel ini telah beroperasi sejak tahun 1858 sehingga dikenal sebagai salah satu penginapan *onsen* tertua di kawasan tersebut. Berlokasi di dekat kawah vulkanik *Jigokudani* (Hell Valley), hotel ini memanfaatkan sumber air panas alami sebagai daya tarik utama fasilitas *onsen* di hotel tersebut. Hotel Dai-Ichi Takimotokan menyediakan dua tipe kamar, yaitu kamar bergaya Jepang dan kamar bergaya Barat, dengan kisaran harga sekitar 2 juta hingga 16 juta rupiah per malam (Dai-Ichi Takimotokan, 2026).

Seiring berkembangnya pariwisata di Jepang, Hotel Dai-Ichi Takimotokan menjadi salah satu destinasi yang banyak dikunjungi wisatawan domestik maupun mancanegara untuk menikmati sekaligus mengenal budaya berendam khas Jepang secara langsung. Nilai historis, kelengkapan fasilitas *onsen*, serta perannya dalam memperkenalkan budaya *onsen* menjadikan hotel ini relevan untuk dijadikan objek penelitian karena sesuai dengan fokus pengembangan *booklet* panduan penggunaan *onsen* bagi wisatawan Indonesia.

2.2.1 Fasilitas dan Kelebihan

Hotel Dai-Ichi Takimotokan menawarkan berbagai fasilitas yang menjadikannya salah satu destinasi *onsen* unggulan di kawasan Noboribetsu Onsen. Keunggulan tersebut meliputi:

- a. Memiliki kurang lebih 35 kolam pemandian baik itu *indoor* maupun *outdoor* yang bersumber dari air panas alami yang berada di *Jigokudani*.
- b. Menyediakan lima jenis mineral alami yang berbeda dengan khasiat masing-masing.
- c. Menerapkan kebijakan yang ramah bagi tamu bertato, sehingga lebih inklusif dibandingkan banyak *onsen* lain.
- d. Berlokasi strategis berdekatan dengan daya tarik wisata alam vulkanik Noboribetsu.

- e. Dilengkapi fasilitas pendukung berupa sauna kering dan sauna uap, air terjun kecil dan kolam gelembung air, kolam air dingin, kedai yang menjual minuman dan makanan ringan, serta kursi pijat di area loker.
- f. Menyediakan berbagai ameniti seperti handuk, perlengkapan membasuh diri, pengering rambut, dan perlengkapan kebersihan diri lainnya.

Keberagaman fasilitas tersebut menjadikan Hotel Dai-Ichi Takimotokan bukan hanya sebagai tempat menginap, tetapi juga sebagai sarana pengalaman budaya berendam yang lengkap, sehingga relevan untuk didokumentasikan dalam sebuah *booklet* panduan.

2.2.2 Onsen di Dalam Hotel

Onsen di Hotel Dai-Ichi Takimotokan merupakan daya tarik utama yang membedakannya dari penginapan lain. *Onsen* ini dapat dinikmati baik oleh tamu yang menginap maupun wisatawan yang hanya berkunjung sehari atau bisa disebut dengan *higaeri onsen* (日帰り温泉). Kelebihan utamanya terletak pada keragaman kolam yang bersumber dari lima jenis air mineral alami, sehingga pengunjung dapat memilih kolam sesuai kebutuhan dan manfaat yang diinginkan. Kelima jenis mineral tersebut beserta manfaatnya diuraikan sebagai berikut:

- a. Belerang: membantu melembutkan kulit dan mengatasi masalah kulit ringan, serta bermanfaat bagi penderita diabetes, tekanan darah tinggi, dan nyeri sendi.
- b. Sulfat: membantu penyembuhan luka, memar, dan sembelit, serta meredakan pegal setelah beraktivitas.
- c. Klorida: meredakan nyeri otot dan sendi, membantu penyembuhan luka dan penyakit kulit, serta membuat tubuh tetap hangat lebih lama.
- d. Hidrogen Karbonat: membantu menghaluskan dan melembutkan kulit.
- e. Asam: membantu mengatasi penyakit kulit kronis.

Keragaman kandungan mineral tersebut menegaskan bahwa *onsen* di Hotel Dai-Ichi Takimotokan tidak hanya berfungsi sebagai sarana relaksasi, tetapi juga memiliki manfaat kesehatan yang beragam. Informasi mengenai jenis mineral dan manfaatnya ini menjadi salah satu materi penting yang perlu disampaikan

dalam *booklet* panduan, agar wisatawan Indonesia dapat memanfaatkan fasilitas *onsen* secara optimal dan sesuai kebutuhan.

2.3 Wisatawan

Menurut Leiper (1990, dalam Pitana & Diarta, 2009), wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan sementara ke luar dari tempat tinggal normalnya, menginap minimal satu malam tetapi tidak menetap, dengan tujuan memperoleh pengalaman rekreasi (*leisure*) melalui interaksi dengan karakteristik atau lingkungan dari destinasi yang dikunjungi.

Dalam penelitian ini, wisatawan Indonesia menjadi sasaran utama. Sebagai wisatawan yang berasal dari latar belakang budaya yang berbeda, wisatawan Indonesia kerap mengalami keraguan ketika dihadapkan pada kebiasaan setempat yang tidak dijumpai di negara asalnya. Cangara (2022) menjelaskan bahwa perbedaan bahasa, norma, nilai, dan kebiasaan dalam komunikasi lintas budaya dapat menimbulkan hambatan dalam proses adaptasi terhadap budaya baru. Dalam konteks *onsen*, keraguan tersebut muncul karena beberapa hal, antara lain konsep berendam bersama tanpa busana yang berbeda dengan kebiasaan di Indonesia, kekhawatiran terkait ketentuan agama khususnya bagi wisatawan Muslim, ketidaktahuan terhadap urutan dan etika mandi seperti membas tubuh sebelum berendam, kekhawatiran bagi pengguna tato, serta hambatan bahasa karena petunjuk di lokasi umumnya tidak tersedia dalam bahasa Indonesia. Oleh karena itu, wisatawan Indonesia, terutama yang belum pernah menggunakan fasilitas *onsen*, memerlukan media informasi edukatif yang dapat mengurangi keraguan atas perbedaan budaya tersebut sekaligus mempertimbangkan kebutuhan budaya dan keyakinan mereka, khususnya dalam memahami tata cara dan etika penggunaan fasilitas *onsen* yang berbeda dengan kebiasaan di Indonesia.

2.4 Media Cetak

Media cetak merupakan salah satu bentuk media komunikasi tertua yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada publik. Menurut Arsyad (2011) media cetak adalah cara untuk menghasilkan atau menyampaikan materi melalui

proses pencetakan, misalnya buku, majalah, dan materi visual statis lainnya. Secara umum media cetak dapat dipahami sebagai segala sesuatu yang dicetak dan ditujukan untuk kepentingan umum, yang memuat pesan dalam bentuk tulisan maupun gambar. Melalui media cetak, informasi dapat disusun secara matang, terstruktur, dan disampaikan secara visual sehingga mudah dipahami oleh pembaca.

Media cetak memiliki sejumlah kelebihan dibandingkan media lain. Informasi yang disajikan dapat diuraikan secara jelas dan terperinci karena diolah terlebih dahulu sebelum dicetak, sehingga pembaca dapat memahami isinya dengan baik. Media cetak juga bersifat tahan lama dan dapat diakses kapan saja tanpa bergantung pada perangkat elektronik maupun jaringan internet, sehingga informasi tetap relevan dalam jangka waktu yang panjang. Selain itu, Arsyat (2011) juga menyatakan bahwa media cetak mudah dibawa, praktis digunakan sebagai rujukan langsung, serta relatif terjangkau untuk diproduksi dan didistribusikan. Kelebihan inilah yang menjadikan media cetak tepat digunakan sebagai sarana penyampaian panduan yang bersifat praktis di lapangan.

2.4.1 Booklet

Booklet merupakan salah satu jenis media cetak berbentuk buku berukuran kecil. Menurut Gemilang dan Christiana (2016), *booklet* adalah media cetak berupa buku yang berfungsi memberikan informasi apa saja yang ingin disampaikan oleh pembuatnya. *Booklet* merupakan perpaduan antara *leaflet* dan buku, dengan ukuran kecil seperti *leaflet* namun memiliki struktur isi menyerupai buku yang terdiri atas bagian pendahuluan, isi, dan penutup. Perpaduan tulisan dan gambar dalam *booklet* menjadikannya efektif untuk menyampaikan informasi secara ringkas sekaligus menarik.

Booklet dipilih sebagai bentuk produk dalam penelitian ini karena mampu menyajikan informasi secara ringkas, sistematis, dan dilengkapi ilustrasi yang membantu pembaca memahami materi dengan lebih mudah. *Booklet* bersifat praktis, mudah dibawa, dan dapat digunakan sebagai panduan langsung sebelum maupun saat berada di lokasi *onsen*. Melalui satu media yang terstruktur, *booklet* memungkinkan penyampaian informasi mengenai tata cara penggunaan *onsen*, etika, fasilitas, hingga kosakata yang berkaitan dengan aktivitas berendam.

Karakteristik ini menjawab kebutuhan wisatawan Indonesia akan media informasi edukatif yang praktis dan mudah dipahami sebagaimana diuraikan pada BAB 1.

2.4.2 Booklet Panduan

Booklet panduan merupakan *booklet* yang secara khusus disusun untuk memberikan tuntunan atau petunjuk mengenai suatu hal kepada pembacanya. Berbeda dengan *booklet* promosi yang menekankan pengenalan produk atau destinasi, *booklet* panduan berfungsi sebagai media informasi dan edukasi yang memuat langkah-langkah, tata cara, serta informasi praktis yang dibutuhkan pengguna dalam melakukan suatu aktivitas. Dengan demikian, *booklet* panduan lebih menekankan pada aspek kegunaan dan kejelasan instruksi.

Booklet panduan dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menyediakan panduan penggunaan *onsen* yang mudah dipahami bagi wisatawan Indonesia. *Onsen* memiliki tata cara dan etika tertentu yang perlu dipahami sebelum digunakan, sehingga wisatawan membutuhkan media yang tidak hanya memperkenalkan, tetapi juga menuntun langkah demi langkah. *Booklet* panduan mampu menghadirkan informasi tersebut secara berurutan dan aplikatif, sehingga dapat langsung dijadikan pegangan oleh pengguna.

Gemilang dan Christiana (2016). Menyatakan bahwa sebagai media informasi edukatif, *booklet* panduan memiliki sejumlah manfaat dan kelebihan, di antaranya menumbuhkan minat sasaran untuk membaca, membantu mengatasi hambatan bahasa dan budaya melalui ilustrasi, menyajikan informasi yang lengkap namun ringkas, serta mempermudah sasaran memahami dan mempraktikkan materi yang disampaikan. Selain itu, *booklet* panduan bersifat portabel dan dapat digunakan berulang kali, sehingga tepat digunakan sebagai bekal wisatawan Indonesia sebelum mengunjungi fasilitas *onsen* di Hotel Dai-Ichi Takimoto.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan untuk menegaskan posisi dan kebaruan penelitian ini. Berikut diuraikan lima penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan tema *onsen*, media *booklet*, maupun panduan wisata, beserta

kekurangan yang belum dipenuhi oleh penelitian tersebut sehingga menjadi celah bagi penelitian ini.

Pertama, Harisal (2019) dalam penelitiannya berjudul “Potensi *Onsen* sebagai Representasi Wisata Budaya di Jepang dalam Menarik Wisatawan” membahas hubungan antara *onsen* dan budaya wisata Jepang. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah keduanya mengkaji *onsen* sebagai daya tarik wisata budaya. Namun, penelitian tersebut masih berhenti pada tataran kajian dan belum menghasilkan produk yang dapat digunakan secara langsung oleh wisatawan. Oleh karena itu, peneliti mengembangkan *booklet* panduan penggunaan *onsen* bagi wisatawan Indonesia untuk mengisi kekosongan tersebut.

Kedua, Harningsih, Mardani, dan Suartini (2018) dalam “Pengembangan Buku Panduan Bahasa Jepang untuk Instruktur Payuk Bali Cooking Class di Ubud” mengembangkan buku panduan berbasis penelitian pengembangan. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah keduanya menggunakan metode penelitian pengembangan (R&D) untuk menghasilkan buku panduan. Namun, penelitian tersebut belum memuat informasi mengenai tata cara, etika, dan fasilitas *onsen* karena hanya berfokus pada pembelajaran bahasa Jepang bagi instruktur. Maka dari itu, peneliti membuat buku panduan yang secara khusus memuat tata cara, etika, dan fasilitas *onsen* bagi wisatawan Indonesia untuk mengisi kekosongan tersebut.

Ketiga, Taali dkk. (2025) dalam “Digitalisasi *Booklet* Interaktif: Inovasi Promosi untuk Meningkatkan Popularitas Pariwisata Daerah” merancang *booklet* interaktif sebagai media promosi wisata daerah. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah keduanya merancang *booklet* sebagai media informasi. Namun, penelitian tersebut belum memuat panduan praktis mengenai tata cara dan etika suatu aktivitas wisata karena *booklet* yang dihasilkan lebih menekankan fungsi promosi. Oleh karena itu, peneliti membuat *booklet* panduan yang menuntun wisatawan Indonesia langkah demi langkah dalam menggunakan fasilitas *onsen* untuk mengisi kekosongan tersebut.

Keempat, Azizah dkk. (2022) dalam penelitian pengembangan media pembelajaran *booklet* dengan model ADDIE menghasilkan media yang valid dan

layak digunakan. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah keduanya menggunakan model pengembangan ADDIE dalam menghasilkan produk. Namun, penelitian tersebut belum menjangkau pengguna di luar pendidikan formal karena sasarannya terbatas pada siswa sekolah dasar. Maka dari itu, peneliti menerapkan model ADDIE untuk mengembangkan *booklet* dengan sasaran wisatawan Indonesia sebagai upaya mengisi kekosongan tersebut.

Kelima, Ramadhanti (2025) dalam “Perancangan *E-Guidebook* sebagai Media Informasi Pariwisata di Desa Wisata Kampung Santan, Kabupaten Bantul” merancang buku panduan wisata digital (*e-guidebook*) untuk mengatasi kesenjangan informasi di desa wisata tersebut. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah keduanya dilatarbelakangi oleh kesenjangan informasi dan menghasilkan produk berupa buku panduan wisata. Namun, penelitian tersebut belum menyediakan panduan yang memuat tata cara dan etika suatu aktivitas budaya secara rinci, serta belum menyediakan media cetak yang dapat digunakan di lokasi yang tidak memperbolehkan penggunaan perangkat elektronik. Oleh karena itu, peneliti membuat *booklet* cetak yang memandu tata cara dan etika penggunaan *onsen* bagi wisatawan Indonesia untuk mengisi kekosongan tersebut.

Berdasarkan kelima penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa belum ada penelitian yang mengembangkan *booklet* panduan penggunaan *onsen* berbahasa Indonesia, khususnya di kawasan Jigokudani dengan Hotel Dai-Ichi Takimotokan sebagai fokus fasilitas. Kekosongan inilah yang berusaha diisi oleh penelitian ini.