

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Di zaman sekarang perkembangan pariwisata mengalami perubahan yang cukup signifikan. Wisatawan modern tidak lagi hanya berfokus pada mengunjungi sebanyak mungkin tempat dalam waktu singkat. Sebaliknya, mereka semakin memprioritaskan pengalaman perjalanan yang lebih personal, otentik, dan disesuaikan dengan minat masing-masing. Kemajuan teknologi digital, pergeseran demografis, dan meningkatnya kebutuhan akan fleksibilitas perjalanan telah memengaruhi pola perilaku wisatawan dalam merencanakan dan menikmati perjalanan mereka (OECD, 2020). Selain itu, produk dan layanan pariwisata saat ini berkembang menuju model yang lebih dipersonalisasi (hiper-personalisasi) yang dapat disesuaikan dengan preferensi masing-masing wisatawan (OECD, 2020).

Miyakojima merupakan salah satu destinasi di Jepang yang memiliki keunikan berupa karakteristik alam tropis, keindahan pantai yang memukau, serta ketersediaan fasilitas akomodasi yang memadai untuk mendukung pelaksanaan konsep *staycation*. Berdasarkan data Japan National Tourism Organization (2023), jumlah wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Jepang terus meningkat setiap tahunnya, namun sebagian besar wisatawan masih memilih destinasi populer seperti Tokyo, Osaka, dan Kyoto. Informasi mengenai Miyakojima umumnya hanya tersedia dalam bahasa Jepang dan Inggris serta tersebar di berbagai platform digital tanpa pengemasan yang terstruktur dan disesuaikan dengan wisatawan Indonesia (Japan National Tourism Organization, 2023). Kondisi ini menyebabkan keterbatasan akses informasi yang praktis terkait pilihan akomodasi, aktivitas wisata, estimasi biaya, dan panduan perjalanan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Indonesia.

Miyakojima memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata bagi wisatawan mancanegara, termasuk wisatawan Indonesia. Pulau ini dikenal dengan keindahan pantai berpasir putih, laut berwarna biru jernih dengan transparansi tinggi, serta iklim subtropis yang mendukung aktivitas wisata sepanjang tahun. Selain daya tarik alam, Miyakojima juga dilengkapi dengan berbagai pilihan akomodasi berkualitas tinggi berupa hotel, resort, dan vila yang menawarkan fasilitas lengkap dan memadai untuk mendukung kegiatan relaksasi dan kenyamanan wisatawan. Potensi tersebut menjadikan Miyakojima sebagai destinasi wisata yang mengutamakan kenyamanan serta pengalaman menginap, khususnya dalam mendukung konteks *staycation* (Japan National Tourism Organization, 2023; Okinawa Prefectural Government, 2022).

Dengan melihat potensi luar biasa yang dimiliki Miyakojima sebagai destinasi wisata yang memanfaatkan kekayaan alam dan menawarkan kenyamanan bagi wisatawan, diperlukan suatu media yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan dalam merencanakan dan melaksanakan aktivitas pariwisata. Media tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai panduan praktis yang memuat informasi mengenai pilihan akomodasi, aktivitas wisata, aksesibilitas, serta tips perjalanan yang sesuai dengan karakteristik wisatawan. Dengan adanya media promosi yang terstruktur dengan penyajian informasi yang jelas dan mudah dipahami diharapkan dapat membantu wisatawan dalam mengambil keputusan terkait perjalanan wisata mereka, sekaligus meningkatkan minat dan ketertarikan mereka untuk mengunjungi destinasi tersebut.

Pembuatan *Booklet* sebagai salah satu media promosi pariwisata memerlukan penyusunan konten yang didasarkan pada kebutuhan target pasar agar informasi yang disajikan dapat relevan dan berfungsi optimal. Selain itu, efektivitas *Booklet* sebagai media promosi dan panduan wisata perlu diuji secara empiris untuk mengetahui sejauh mana media tersebut mampu memberikan kontribusi dalam membantu wisatawan memahami destinasi dan mendukung pelaksanaan aktivitas pariwisata. Menurut Sugiyono (2019), dalam penelitian pariwisata, pendekatan

kualitatif digunakan untuk menggali persepsi, pengalaman, serta penilaian wisatawan terhadap suatu media promosi atau destinasi wisata.

Di destinasi wisata seperti Miyakojima, *Booklet* digunakan sebagai media informasi dan promosi yang berfungsi untuk memperkenalkan hotel, berbagai fasilitas pendukung, serta tempat-tempat wisata yang relevan untuk aktivitas pariwisata. *Booklet* tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi bagi wisatawan, tetapi juga sebagai sarana membentuk citra destinasi serta mempengaruhi minat kunjung wisatawan. Namun, belum banyak penelitian yang mengkaji bagaimana konsep, isi, dan peran *Booklet* tersebut dalam mendukung aktivitas pariwisata. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilaksanakan untuk menganalisis penyusunan dan fungsi *Booklet* pariwisata sebagai media informasi dan promosi pariwisata.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses pembuatan *Booklet* Miyako Fun Stay sebagai media promosi dan panduan wisatawan Indonesia dalam mendukung aktivitas pariwisata di Miyakojima Jepang?
2. Bagaimana tanggapan pengguna *Booklet* Miyako Fun Stay sebagai media promosi dan panduan wisatawan Indonesia dalam mendukung aktivitas pariwisata di Miyakojima Jepang?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui proses pembuatan *Booklet* Miyako Fun Stay sebagai media promosi dan panduan wisatawan Indonesia dalam mendukung aktivitas pariwisata di Miyakojima Jepang.
2. Untuk mendeskripsikan tanggapan pengguna *Booklet* Miyako Fun Stay sebagai media promosi dan panduan wisatawan Indonesia dalam mendukung aktivitas pariwisata di Miyakojima Jepang.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pariwisata, khususnya dalam memahami fungsi dan peran media cetak berupa *booklet* dalam mendukung aktivitas pariwisata bagi wisatawan di Indonesia. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kerangka teoritis terkait media promosi pariwisata dan memberikan pemahaman konseptual tentang penyajian informasi destinasi yang efektif untuk memenuhi kebutuhan dan harapan wisatawan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola hotel dan destinasi wisata dalam menyusun *Booklet* yang lebih efektif, informatif, dan menarik sebagai media promosi pariwisata. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai acuan dalam merancang konten dan desain visual *Booklet* yang sesuai dengan karakteristik dan preferensi wisatawan Indonesia, sehingga dapat meningkatkan minat untuk berkunjung dan meningkatkan kualitas pengalaman *staycation*.

1.4.3 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi yang berguna bagi mahasiswa atau peneliti selanjutnya yang ingin mengeksplorasi topik-topik terkait media promosi pariwisata, *staycation*, atau pengembangan informasi destinasi wisata. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam penyusunan makalah ilmiah dan penelitian lanjutan yang berfokus pada komunikasi pariwisata dan pengembangan media informasi destinasi wisata.

1.5. Luaran Penelitian

Luaran penelitian ini adalah berupa *Booklet* “Miyako Fun Stay” sebagai media promosi dan panduan wisatawan Indonesia dalam aktivitas pariwisata di Miyakojima Jepang. Selain itu, luaran penelitian ini menghasilkan laporan

penelitian ilmiah yang memuat proses penyusunan *Booklet* dan hasil analisis efektivitasnya. Materi yang tercantum pada *Booklet* ini adalah seputar hospitalitas, wisata, rekomendasi strategi promosi dan panduan pariwisata disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik wisatawan Indonesia. Materi lainnya adalah berupa penjelasan lengkap mengenai penyusunan materi yang informatif dan jelas, pemilihan desain visual dan gambar yang menarik serta sesuai dengan karakteristik destinasi wisata, dan penataan konten guna menghasilkan produk *booklet* yang informatif, jelas, dan mudah dipahami.