

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan suatu negara kepulauan yang mempunyai ribuan pulau, ras, suku dan budaya. Suatu negara yang mempunyai iklim tropis dan terletak di benua Asia, menjadikan Indonesia salah satu destinasi favorit untuk berwisata dengan beragam objek wisata. Di Indonesia pariwisata semakin dikembangkan untuk menunjang pertumbuhan ekonomi, dan merupakan bisnis yang saat ini sedang berkembang pesat.

Kepariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata (Yoeti,1997). Wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Menurut Kesrul (2003), daya tarik wisata terbagi menjadi 8 jenis, yaitu sebagai berikut : 1) Wisata Peleisir, wisata dengan tujuan untuk bersenang-senang dan menikmati keadaan sekitar daerah tujuan wisata. 2) Wisata Rekreasi, wisata untuk memulihkan kesegaran jasmani dan rohani, biasanya dilakukan oleh anggota yang cukup banyak seperti keluarga. 3) Wisata Budaya, wisata yang memberikan pengetahuan mengenai kebudayaan suatu tempat, baik dilihat dari segi suku, adat istiadat maupun lainnya.

4) Wisata Petualang, kegiatan wisata yang dilakukan di alam terbuka, dapat menjadi daya tarik bagi kalangan tertentu karena dapat memberikan pengalaman hidup di alam terbuka. 5) Wisata Olahraga, wisata yang dilakukan untuk menyaksikan acara olahraga terkenal ataupun bertaraf dunia, selain itu wisata ini juga dapat menempatkan wisatawannya sebagai pelaku olahraga tersebut. 6) Wisata Bisnis, wisata yang dilakukan atas dasar tuntutan suatu jabatan atau pekerjaan yang berkaitan dengan kegiatan bisnis. 7) Wisata Konvensi, wisata yang dilakukan untuk menghadiri berbagai event, seperti seminar, pameran dan lain sebagainya. 8) Wisata Minat Khusus, kegiatan wisata tertentu yang diminati sebagian kecil orang, disebabkan karena kegiatan wisata yang berbahaya maupun unik.

Secara umum pariwisata dapat diartikan sebagai suatu kegiatan seseorang dari tempat asal menuju tempat tujuan dengan tanpa paksaan dan berniat untuk kembali ke tempat asal. Perkembangan jaman saat ini, pariwisata semakin dikembangkan untuk menunjang pertumbuhan ekonomi, pariwisata merupakan suatu bisnis yang saat ini sedang dalam perkembangan pesat, untuk itu diperlukannya manajemen yang mampu mengelola potensi wisata setiap daerah, yang dulu merupakan kebutuhan tersier, kini menjadi kebutuhan primer. Sedangkan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata dan dibagi menjadi wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara.

Menurut (McIntosh) Wisatawan merupakan seseorang yang singgah disuatu negara dan tinggal disana paling tidak selamat satu malam. Contohnya adalah wisatawan yang berkunjung untuk liburan selama 2 minggu. Berikut dibawah ini terdapat data wisatawan mancanegara yang mengunjungi kota Surabaya :

Tabel 1.1
Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Kota Surabaya
2008-2015

Tahun	Target	Realisasi	Capaian %
2008	149,537	137,274	92
2009	157,013	154,866	99
2010	164,863	168,804	102
2011	174,315	279.23	160
2012	179,835	323,037	180
2013	185,353	350,017	189
2014	190,872	742,084	388
2015	196,390	853,790	435
2016	772.000	772,058	100

Sumber :Badan Pusat Statistik Kota Surabaya.

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah wisatawan yang datang ke kota Surabaya meningkat setiap tahunnya dan pada tahun 2015 menjadi tahun dengan jumlah wisatawan mancanegara terbanyak mencapai 853.790 wisatawan.

Sebagai produk wisata, negara Indonesia merupakan salah satu destinasi pariwisata yang memiliki berbagai daya tarik jenis wisata, seperti wisata alam, wisata kuliner, wisata budaya, dan yang sedang ramai saat ini yaitu wisata MICE (*Meeting, Incentive, Conference, & Exhibition*). Menurut Pendit (1999:25).

MICE diartikan sebagai wisata konvensi, dengan batasan: usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran. Merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendikiawan dsb) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama. Sedangkan menurut Kesrul (2004:3), MICE sebagai suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara *leisure* dan *business*, biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama, rangkaian kegiatannya dalam bentuk *meetings, incentive travels, Conferences, congresses, conference* dan *exhibition*.

- a. *Meeting*, adalah istilah Bahasa Inggris yang berarti rapat, pertemuan atau persidangan. Menurut Kesrul (2004), *Meeting* adalah suatu pertemuan atau persidangan yang diselenggarakan oleh kelompok orang yang tergabung dalam asosiasi, perkumpulan, atau perserikatan dengan tujuan mengembangkan profesionalisme, peningkatan sumber daya manusia (SDM), menggalang kerjasama anggota dan pengurus menyebarkan informasi terbaru, publikasi, hubungan kemasyarakatan.
- b. *Incentive*, adalah kegiatan yang diadakan oleh sebuah perusahaan atau organisasi guna memberikan apresiasi untuk para karyawan dan rekan kerja yang biasa diadakan diluar kantor atau berupa sebuah perjalanan.

Menurut Kesrul (2004), *Incentive* merupakan hadiah atau penghargaan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada karyawan, klien, atau konsumen dalam bentuk bisa berupa uang, paket wisata atau barang.

- c. *Conference*, adalah kegiatan rapat atau pertemuan untuk berunding atau bertukar pendapat mengenai suatu masalah yang dihadapi bersama. Menurut Kesrul (2004). *Conference* adalah suatu pertemuan yang diselenggarakan terutama mengenai bentuk – bentuk tata krama, adat atau kebiasaan yang berdasarkan mufakat umum dua perjanjian antara negara – negara para penguasa pemerintahan atau perjanjian internasional mengenai topik tawanan perang dan sebagainya.
- d. *Exhibition*, merupakan suatu kegiatan atau pameran yang diadakan guna menyebarluaskan informasi dan promosi yang berhubungan dengan penyelenggaraan konvensi atau yang ada kaitannya dengan pariwisata. Contoh kegiatan *Exhibition* seperti : 1) Kompetisi, 2) Workshop, 3) Seminar, 4) Expo, 5) Event.

Wisata MICE sering dikaitkan dengan event, dan definisi event menurut Kennedy (2009) event diartikan sebagai pameran, pertunjukkan atau festival, dengan syarat ada penyelenggara, peserta dan pengunjung. Event sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal – hal penting, baik secara individu atau kelompok. Event juga merupakan suatu atraksi wisata yang bisa berupa tradisi, olahraga, budaya, ritual agama, dan perayaan tertentu.

Event dibagi menjadi dua kategori yaitu 1) *Public event* dan 2) *Private event*, yang termasuk dalam kategori *public event* adalah : 1) Perayaan Budaya, 2) Seni atau hiburan, 3) Bisnis atau perdagangan, 4) Kompetisi olahraga, 5) Pendidikan dan ilmu pengetahuan, 6) Rekreasi, 7) Politik atau kenegaraan. Kategori *private event* meliputi perayaan pribadi seperti : 1) Anniversaries, 2) Liburan keluarga, 3) Pesta pernikahan, 4) Pesta Ulang tahun, 5) Event Sosial.

Dalam melakukan suatu perjalanan pariwisata, seseorang membutuhkan adanya dorongan atau hasrat atau keinginan untuk bergerak atau berkunjung ke suatu objek wisata ataupun atraksi wisata, hal tersebut dapat disebut sebagai motivasi. Selain itu motivasi juga merupakan faktor penting bagi calon wisatawan yang didalam mengambil keputusan mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Calon wisatawan akan mempersepsi daerah tujuan wisata yang memungkinkan, di mana persepsi ini di hasilkan oleh preferensi individual, pengalaman sebelumnya, dan informasi yang di dapatkannya. Sebelum melaksanakan kegiatan pariwisata, wisatawan akan memilih tempat tujuan terlebih dahulu.

Wisatawan akan mencari tahu terkait apa daya tarik dari tempat tersebut, dengan daya tarik yang kuat suatu objek wisata atau atraksi wisata dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Terdapat dorongan pengunjung untuk berkunjung ke suatu tempat objek wisata maupun atraksi wisata, sama dengan yang ingin di teliti oleh peneliti.

Event Starnifest merupakan salah satu atraksi wisata yang ada di kota Surabaya, atraksi wisata menurut (Yoeti,1996) yaitu sesuatu yang dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat, dinikmati dan yang termasuk dalam hal ini adalah; tari-tarian, nyayian kesenian rakyat tradisional, upacara adat, dan lain-lain.

Event Starnifest menyediakan beberapa fasilitas dan hiburan bagi para pengunjung yang berkunjung, dan bisa berkeliling untuk menikmati apa yang sedang diselenggarakan di event Starnifest. Ketika pengunjung datang untuk berkunjung, maka terdapat adanya motivasi yang digunakan oleh pengunjung dan juga memberikan dampak baik bagi pihak penyelenggara event karena menambah penghasilan dari kunjungan tersebut. Karena setiap kegiatan berpergian pada suatu daerah atau objek atau atraksi wisata, harus terdapat beberapa hal penting yaitu : 1) *What to see*, 2) *What to do*, 3) *What to buy*, 4) *What to feel*, setelah pengunjung berkunjung ke tempat tersebut.

Ke-empat hal tersebut termasuk dalam daya tarik, menurut Undang – Undang No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Daya tarik merupakan salah satu potensi yang dimiliki oleh suatu objek wisata atau atraksi wisata tersebut, yang dapat memberikan sesuatu yang berbeda, dapat dikenang, dapat diceritakan, dan memberikan kenyamanan bagi para pengunjung.

Wisatawan dalam mengunjungi suatu kunjungan daerah atau objek wisata membuat seseorang merasakan suatu hal yang baru dan berbeda. Terdapat beberapa pengertian daya tarik menurut beberapa sumber, yaitu :

- 1) Segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. (Yoeti, 1996).
- 2) Segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat (Pendit, 1994).

Menurut UU Nomor. 9 Tahun 1990, daya tarik wisata terdiri atas :

- 1) Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna, segala bentuk daya tarik yang dimiliki oleh alam, contohnya yaitu : laut, pantai, gunung, danau, lembah, bukit, air terjun, sungai dan hutan.
- 2) Objek dan daya tarik wisataa hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi dan tempat hiburan.

Daya tarik wisata buatan, meliputi daya tarik wisata budaya, contohnya sebagai berikut : tarian tradisional, wayang, upacara adat, upacara atau ritual, dan daya tarik wisata yang berupa hasil karya atau seni seperti : bangunan seni, lukisan, pahatan, dan ukiran. Berdasarkan dari jenis – jenis daya tarik tersebut, event Starnifest ini termasuk kedalam event yang mempunyai daya tarik wisata buatan, karena event Starnifest merupakan event budaya Jepang yang diselenggarakan di Surabaya. Berikut di tabel 1.2 terdapat beberapa data *public event* berupa perayaan budaya Jepang yang pernah diselenggarakan di Surabaya pada tahun 2018.

Tabel 1.2
Jadwal Event Budaya Jepang di Jawa Timur 2018

No	Tanggal	Nama Event	Lokasi	Penyelenggara
1.	6/01/2018	O Matsuri Ya	SMAN 1 Gresik	SMAN 1 Gresik
2.	20-21/01/2018	ACC 2018	Rooftop Mall Dinoyo City Malang	Asia Cosplay Competition
3.	23-28/01/2018	Japan Week 2018	Pakuwon Mall Surabaya	Surabaya Nihon Matsuri
4.	27-28/01/2018	JW Unair	FIB UNAIR Surabaya	JW UNAIR
5.	17-18/02/2018	Chocodays x CLAS:H 2018	Conference Hall Tunjungan Plaza Surabaya	Clas:H x Chocodays
6.	25/02/2018	Oni-giri no Egao de Bunkasai 2018	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya	UKM Oni-giri UPN Veteran Jatim
7.	25/02/2018	Japan LovEvolution 2018	Universitas Widyagama Malang	Universitas Widyagama Malang.
8.	11/03/2018	Daisuki Japan Festival 2018	Dome Universitas Muhammadiyah Malang	Daisuki Japan Fest
9.	10/03/2018	Cosplay World Festival 2018	Ballroom Royal Square Gadget Surabaya	Ina Entertainment
10.	25/03/2018	Origami No Matsuri 2018	Universitas Dr Soetomo Surabaya	Unitomo
11.	25/03/2018	Potato 2018	Lippo Plaza Sidoarjo	Kitaisen
12.	29/04/2018	Japaniversal 2018	UNTAG SURABAYA	UNTAG
13.	28-29/04/2018	Isshoni Tanoshimimashou	FIB Universitas Brawijaya Malang	Himaprodi Sastra Jepang
14.	13/05/2018	Inochi 2018	ITS, Surabaya	ITS Foreign Language Society
15.	8-9/09/2018	UC Bunkasai	Universitas Ciputra	UC Bunkasai
16.	9/09/2018	Bunkasai ITATS	ITATS	ITATS

Sumber : Komunitas Event *Cosplay* Surabaya

Dari tabel tersebut terdapat enam belas event budaya Jepang yang pernah di adakan di provinsi Jawa Timur terutama di kota Surabaya, dengan beragam tema dan lokasi yang berbeda, dan event yang dikelola oleh kampus atau universitas cukup marak dan sering diselenggarakan.

Event Starnifest pertama kali hadir di Surabaya pada tahun 2016, dan dikelola atau dikerjakan oleh sebuah event organizer yaitu Starlight yang berdomisili di Surabaya, setiap tahun event ini diselenggarakan hingga tahun ini sudah yang ketiga kalinya diadakan.

1.2 Permasalahan.

1. Apa motivasi para pengunjung ketika berkunjung ke event STARNIFEST ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.

1.3.1 Tujuan Penelitian.

1. Untuk mengetahui motivasi dari wisatawan yang datang ke event STARNIFEST.

1.3.2 Manfaat Penelitian.

1. Manfaat penelitian untuk peneliti.

Untuk menambah wawasan berpikir serta pengetahuan dan belajar cara berkomunikasi dengan pihak – pihak instansi maupun pihak umum serta sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi di D3 Kepariwisata/Bina Wisata.

2. Manfaat penelitian untuk pengelola event.

Dapat dipakai sebagai bahan – bahan pertimbangan, masukan atau saran dan evaluasi untuk memecahkan masalah yang dihadapi khususnya yang berhubungan dengan motivasi dan daya tarik wisatawan mengunjungi event budaya Jepang.

3. Manfaat penelitian untuk pembaca.

Menambah wawasan dan informasi terkait event tersebut serta mengetahui hubungan antara motivasi pengunjung dengan event yang dituju.

4. Manfaat penelitian untuk D3 Kepariwisata/Bina Wisata

Dapat digunakan sebagai sarana informasi untuk memperluas wawasan pengetahuan serta dapat digunakan sebagai referensi tambahan bagi mahasiswa/i lainnya untuk penelitian.

1.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada di atas, maka kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bagan 1.1
Kerangka Pemikiran



1.4.1 Event

Event merupakan salah satu dari bagian yang terdapat dalam bagian kerangka pemikiran, event dibagi menjadi *Public event* dan *Private event*, yang termasuk dalam kategori *public event* adalah : 1) Perayaan Budaya, 2) Seni atau hiburan, 3) Bisnis atau perdagangan, 4) Kompetisi olahraga, 5) Pendidikan dan ilmu pengetahuan, 6) Rekreasi, 7) Politik atau kenegaraan.

Kategori *private event* meliputi perayaan pribadi seperti : 1) Anniversaries, 2) Liburan keluarga, 3) Pesta pernikahan, 4) Pesta Ulang tahun, 5) Event Sosial (Getz, 1997). Event Starnifest termasuk ke dalam *public event*, karena menampilkan perayaan budaya, seni dan hiburan.

Event ini sudah berlangsung semenjak tahun 2016 dan diadakan setiap tahunnya, walau pada tahun 2018 memang terhenti dikarenakan adanya musibah yang melanda kota Surabaya jadi pada tahun tersebut tidak diadakan event ini demi kenyamanan dan keamanan bersama.

1.4.2 Motivasi

Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan *trigger* dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini sering tidak disadari oleh wisatawan itu sendiri (Sharpley, dalam Wahab, 1997). Motivasi adalah faktor penggerak, maupun dorongan yang dapat memicu timbulnya rasa semangat untuk mengunjungi suatu tempat atau tujuan. Motivasi seseorang melakukan perjalanan wisata sangat bervariasi, dan motivasi tersebut tidak

selalu bersifat tunggal, melainkan kombinasi dari berbagai motivasi, dan bagi para wisatawan ataupun pengunjung suatu motivasi sangatlah penting untuk menentukan tempat yang akan dituju.

Motivasi dapat diartikan membangkitkan motif, membangkitkan daya gerak, atau menggerakkan seseorang atau diri sendiri untuk membuat sesuatu dalam rangka mencapai suatu kepuasan atau tujuan (Sobur:2009) Motif berasal dari bahasa latin yaitu “MOVENE” yang berarti bergerak (Branch:1964), sedangkan menurut Alex Sobur motif merupakan dorongan, hasrat, keinginan, dan tenaga penggerakanya berasal dari dalam dirinya.

Motivasi wisatawan adalah dorongan dalam diri seorang wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata guna memenuhi kebutuhannya, baik kebutuhan secara biologis, atau keinginan secara psikologis. Kajian mengenai motivasi wisatawan mengalami pergeseran dari memandang motivasi sebagai proses singkat untuk melihat perilaku perjalanan wisata, kearah yang lebih menekankan bagaimana motivasi mempengaruhi kebutuhan psikologis dan rencana jangka panjang seseorang.

Menurut Pitana dan Gayatri (2005), motivasi dikelompokkan menjadi empat kelompok besar, yaitu : 1) *Cultural Motivation* atau motivasi budaya yaitu, keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian dari daerah lain, termasuk ketertarikan dalam barang – barang bersejarah atau monumen bersejarah, 2) *Fantasy Motivation* atau motivasi fantasi yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas

kesehariannya, dan terkadang disebut juga sebagai status and presitage motivation. 3) *Physical Motivation* atau motivasi fisik, motivasi yang diperlukan untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, bersantai, dan sebagainya. 4) *Social Motivation* atau motivasi sosial yang berhubungan dengan ikatan sosial seperti berkunjung ke teman atau saudara, berziarah, dan melarikan diri dari suatu peristiwa yang tidak menyenangkan, dan sebagainya.

Menurut Pitana dan Gayatri (2005), komponen motivasi wisata seorang wisatawan dipengaruhi oleh faktor intrernal wisatawan itu sendiri (intrinsic motivation) dan faktor eksternal (extrinsic motivation).

- Intrinsic motivation, terbentuk karena adanya kebutuhan atau keinginan manusia itu sendiri meliputi kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan prestise, dan kebutuhan akan aktualisasi diri.
- Extrinsic motivation, terbentuk karena dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti norma sosial, pengaruh atau tekanan keluarga dan situasi kerja.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara untuk menetapkan, mengembangkan, dan mengkaji kebenaran tentang suatu masalah yang diteliti. Dalam memecahkan masalah ini dilandasi oleh logika sebagai dasar berpikir serta menghindarkan dari pertimbangan subyektif sehingga akan

diperoleh pemecahan – pemecahan yang tepat dari masalah yang dihadapi secara ilmiah.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena bersifat global artinya, dapat membuktikan suatu permasalahan dengan data – data yang didapat ketika melakukan observasi dan wawancara dengan pihak yang terkait. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode Kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang – orang dalam bahasanya dan dalam peristilahannya (Moleong,2002:3).

1.5.1 Batasan Konsep

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa batasan konsep agar tidak terjadi kesalahan dalam penulisan penelitian ini, sebagai berikut :

1. Event : Merupakan kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal – hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.
2. Motivasi : Motivasi adalah faktor penggerak maupun dorongan yang dapat memicu timbulnya rasa semangat untuk mengunjungi suatu tempat atau tujuan, motivasi seseorang melakukan perjalanan wisata sangat bervariasi.

Motivasi tersebut tidak selalu bersifat tunggal, melainkan kombinasi dari berbagai motivasi, dan bagi para wisatawan ataupun pengunjung suatu motivasi sangatlah penting untuk menentukan tempat yang akan dituju.

3. Pengunjung : Seseorang yang melakukan suatu perjalanan untuk sementara waktu tidak kurang dari 24 jam, dan semata – mata sebagai konsumen, tidak untuk bekerja dan mencari nafkah. (Yoeti, 1999).
4. Daya tarik : Merupakan salah satu bagian dari kerangka pemikiran di atas, daya tarik menurut KBBI (Kamus besar bahasa Indonesia) mempunyai arti sebagai kemampuan menarik (memikat) perhatian, sebagai contoh “ Daya tarik wanita itu ada pada keramahan dan keluwesannya dalam bergaul.”

1.5.2 Pemilihan Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi ini diperlukan peneliti untuk mendapatkan data yang relevan yang bersangkutan dengan penelitian ini, lokasi penelitian ini ditetapkan di Kota Surabaya, tepatnya di The Square Ballroom ICBC Center Surabaya. The Square Ballroom ICBC Center Surabaya merupakan salah satu tempat yang sering digunakan untuk penyelenggaraan event – event yang mempunyai skala besar, dan berlokasi strategis dapat dijangkau dengan mudah, dan dengan segala

pertimbangan diantaranya kemudahan transportasi yang digunakan, dan permasalahan yang ingin diteliti terdapat di lokasi tersebut.

1.5.3 Teknik Penentuan Informan.

Teknik penentuan informan yang digunakan adalah tidak acak, dimana informan dipilih berdasarkan pertimbangan – pertimbangan tertentu antara lain adalah mereka yang berkaitan langsung dengan event tersebut dan yang mempunyai wawasan luas mengenai diadakannya event tersebut dan mengerti lokasi.

Peneliti telah menentukan bahwa informan atau narasumber yang digunakan merupakan, 1) Pengunjung Event Starnifest, 2) Peserta Lomba Event Starnifest, 3) Pihak penyelenggara event Starnifest, Starlight.

1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data secara maksimal maka penulis menyampaikan data secara primer, yaitu data yang diperoleh melalui informasi yang diberikan oleh pemberi data atau pengunjung. Data primer akan diperoleh dengan cara sebagai berikut :

1.5.4.1 Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan berupa percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu peneliti dan narasumber. Wawancara dalam hal ini dilakukan untuk menggali data dari para pengunjung yang sedang berkunjung di event tersebut pada saat mereka istirahat, menikmati atraksi, dan lain sebagainya. Semua subjek dipandang

mempunyai kesempatan yang sama untuk menjawab pertanyaan yang diajukan. Pertanyaan – pertanyaan itu disusun sebelumnya dan didasarkan atas masalah yang diteliti (Moleong, 2000:138).

1.5.4.2 Observasi

Observasi adalah pengamatan yang bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lengkap dan menyeluruh tentang perilaku yang menjadi fokus penelitian. Menurut Moleong observasi dibagi menjadi dua macam observasi, yaitu observasi peran serta dan observasi tanpa peran serta (Moleong,2004). Observasi tanpa peran serta adalah, disini peneliti hanya mengamati tanpa ada sangkut paut dan ikut campur dengan kelompok yang diteliti, dan observasi peran serta adalah peneliti mempunyai dua peran sebagai pengamat dan menjadi anggota resmi dari kelompok yang diamatinya.

Penulis dalam penelitian ini menggunakan observasi peran serta, dalam kasus ini peneliti merupakan salah satu panitia event Starnifest. Dalam hal ini pengamatan dilakukan untuk melihat dan mencari tahu tentang motivasi para pengunjung yang datang mengunjungi event budaya Jepang.

1.5.4.3 Penggunaan Bahan Dokumen

Peneliti menggunakan bahan dokumen yang dimaksud adalah berupa data yang diperoleh peneliti dari buku, jurnal yang berkaitan dengan motivasi, event, daya tarik dan pariwisata.

1.5.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu tahap penting dalam suatu penelitian, dimana langkah pertama yang dilakukan peneliti adalah mengumpulkan data dari berbagai sumber baik berupa catatan lapangan, hasil angket, dan sebagainya. Langkah – langkah yang akan diambil oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Peneliti akan langsung turun ke lapangan untuk mendapatkan bahan dan dokumen yang dibutuhkan untuk penelitian ini.
2. Membuat daftar pertanyaan untuk dijawab oleh para narasumber.
3. Mengambil keputusan untuk menjawab permasalahan.
4. Membaca kepustakaan yang sesuai.
5. Membaca data yang didapat secara teliti, yang berupa hasil wawancara, dokumen dan bahan lainnya.