

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kota Jakarta merupakan kota metropolitan terbesar di Asia Tenggara dengan populasi penduduk berjumlah 10.057.000 jiwa pada tahun 2020. Kota Jakarta juga menjadi pusat keramaian bagi wisatawan dari berbagai daerah. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (BI) pada tahun 2018 yaitu sebanyak 53% wisatawan datang ke Jakarta untuk urusan bisnis, sisanya sebanyak 47% wisatawan menghabiskan waktunya untuk berlibur bersama keluarganya.

Kota Jakarta sendiri memiliki daya tarik wisata dengan karakteristik yang beragam yaitu daya tarik wisata bahari, sejarah, budaya, religi, rekreasi dan hiburan, kuliner, olahraga, serta kebugaran yang dapat dinikmati oleh para wisatawan pada saat berlibur di kota Jakarta bersama keluarganya. Keberagaman daya tarik yang dimiliki oleh kota Jakarta mendorong pemerintah kota Jakarta untuk mempromosikan kota Jakarta menggunakan program bernama "*Enjoy Jakarta*" yang diluncurkan pada tahun 2005 untuk menarik jumlah wisatawan nusantara maupun mancanegara yang datang ke kota Jakarta.

Namun, hal tersebut masih belum bisa meningkatkan jumlah kunjungan dari wisatawan nusantara untuk berkunjung ke kota Jakarta. Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif DKI Jakarta menyebutkan bahwa kunjungan wisatawan domestik pada tahun 2019 berjumlah sebanyak 20.165.000

wisatawan dengan target yang ditentukan yaitu 34.000.000 wisatawan, dimana data tersebut mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2018 berjumlah sebanyak 24.300.000 wisatawan dengan target yang ditentukan yaitu sebanyak 36.000.000 wisatawan.

Adapun beberapa cara yang dapat digunakan untuk menarik minat wisatawan dalam berkunjung ke suatu destinasi wisata seperti memberikan jangkauan global terhadap situs website agen *tour and travel* di wilayah destinasi wisata tersebut, membuat wisata petualangan yang menarik dan salah satunya dengan menggunakan sebuah produk yang dikemas menjadi sebuah paket wisata. Hal ini dijelaskan lebih lanjut oleh Nuriata (2014:10) yaitu paket wisata sebagai produk merupakan barang dan jasa yang diminati konsumen untuk dimiliki atau dirasakan manfaat dan kegunaannya. Seperti pemaparan sebelumnya, bahwa untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata, dibutuhkannya paket wisata yang dapat dimiliki serta terdapat manfaat dan kegunaannya bagi wisatawan.

Paket wisata sendiri terbagi menjadi beberapa jenis yaitu *All-Inclusive Packages, Escorted Tours, Fly-Drive Packages, Fly-Cruise Packages, Fly-Rail Packages, Rail-Drive Packages, Accommodation and Meal Packages, Event Packages, Packages With Programming for Special Interests*, dan *Local attraction or Entertainment Package* (Morrison, 2002:326). Kurja (2011) menambahkan *Packages With Programming for Special Interests* dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kategori salah satunya yaitu *photographic tourism*.

Sebuah jurnal yang ditulis oleh Gogoi (2014) menyebutkan wisata fotografi/*photographic tourism*, yaitu:

“Photographic tourism is the form of special interest tourism in which tourist visits a particular places with the primary aim of photographing subjects that are unique to him. A photographic tourist is defined as a person who travels with the prime objective of photographing something unique. Then the services of photographic tours includes arranging transportations, accommodations, food, documentation before the start of the tour, photo workshop, expert advice, equipments rental, demonstrations, arranging for photo prints, post processing, expert advice, etc.”

Bila diartikan ke dalam bahasa Indonesia, *photographic tourism*/wisata fotografi adalah bentuk pariwisata minat khusus di mana wisatawan mengunjungi tempat wisata tertentu dengan memiliki tujuan utama yaitu kegiatan memotret hal yang unik baginya. Turis yang melakukan wisata fotografi dapat didefinisikan sebagai orang yang bepergian dengan tujuan utama memotret sesuatu yang unik. Layanan yang didapatkan dalam wisata fotografi dapat berupa transportasi, akomodasi, makanan, workshop foto, pemanduan dan nasihat dari para ahli, penyewaan peralatan, demonstrasi, mengatur cetakan foto, pemrosesan pos, saran ahli, dan lain-lain.

Hal ini diungkapkan oleh Gogoi (2014) dalam jurnalnya, *photographic tourism*/wisata fotografi ini menjadi cukup populer dan bahkan menjadi *trend* yang dilakukan oleh para wisatawan dalam melakukan perjalanan, hal tersebut berkaitan dengan popularitas fotografi di khalayak ramai. Seiring dengan perkembangan teknologi seperti kamera dan optik juga termasuk salah satu yang membuat fotografi menjadi hal yang tidak terpisahkan dari hidup manusia sehari-hari.

Saat ini, cukup banyak wisatawan yang melakukan perjalanan wisata mengikuti *trend* yang ada di lingkungannya. *Trend* sendiri artinya adalah

sebuah hal yang sedang dibicarakan, disukai, dan bahkan digunakan. *Trend* wisata fotografi dibahas dalam sebuah artikel yang ditulis dalam website sibukliburan.id (2019) menyebutkan wisata fotografi dan wisata kuliner menjadi dua dari lebih banyak lagi *trend* wisata yang akan mewarnai pariwisata domestik dan internasional di tahun 2019 dan seterusnya.

Artikel tersebut juga menyebutkan banyak wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi wisata tanpa lupa mengabadikan pemandangan atau pengalaman yang mereka dapatkan melalui media fotografi, dapat dibantu oleh seorang fotografer ataupun sendiri. Urry dan Larsen (2011) menyebutkan kembali bahwa aspek fotografi tidak dapat dipisahkan dari industri pariwisata. Hal tersebut juga memperjelas bahwa wisatawan memang memiliki minat fotografi pada saat melakukan perjalanan wisata.

Jakarta menjadi salah satu kota yang digemari para fotografer untuk mengambil foto-foto terbaik mereka. Selain itu, hal ini dibuktikan dengan banyaknya wisatawan peminat fotografi yang tergabung dalam komunitas-komunitas fotografi besar yang terletak di kota Jakarta seperti *Fotografer.net*, *Klub Fotografi Backpacker Jakarta*, *Instanusantara*, *National Geographic Indonesia Online*, *Indofotografer*, dan *Id-Photographer*, *Fujiguys Indonesia*, *Geonusantara* dan masih banyak lagi komunitas fotografi yang tersebar di wilayah-wilayah di Jakarta.

Salah satu dari komunitas yang disebutkan sebelumnya, *Fujiguys Indonesia* atau yang sering disebut dengan FGI pernah melakukan kegiatan hunting foto di beberapa wilayah di Jakarta, termasuk pusat pemerintahan DKI Jakarta sendiri yaitu wilayah Jakarta Pusat. Objek foto yang ditentukan oleh

FGI pada saat melakukan hunting foto di wilayah Jakarta Pusat pun cukup beragam seperti *Cityscape*, *Street Photography*, Dokumentasi, dan masih banyak lagi.

Objek-objek foto yang beragam ini dapat ditentukan sesuai dengan daya tarik wisata yang dimiliki oleh wilayah Jakarta Pusat, dimana Ginting (2016) dalam penelitiannya menyebutkan wilayah Jakarta Pusat memiliki 42 daya tarik wisata. Jumlah tersebut merupakan yang terbanyak dari semua wilayah di kota Jakarta. Adapun beberapa atraksi wisata yang menarik untuk diabadikan oleh para fotografer dan wisatawan yang berkunjung ke wilayah Jakarta Pusat ialah seperti Taman Suropati, Museum Taman Prasasti, Jalan M. H. Thamrin dan yang paling populer yaitu Monumen Nasional (MONAS).

Beragamnya jenis atraksi wisata yang ada di wilayah Jakarta Pusat, fotografi sendiri juga memiliki bermacam-macam jenis tergantung objek yang diambilnya seperti *Street Photography* yang memfokuskan kepada gambar berupa *candid* (mengambil gambar seseorang tanpa melakukan gaya/pose), *Landscape Photography* yang fokus mengambil gambar pemandangan, dan *Human Interest Photography* yang fokus mengambil gambar kehidupan seseorang.

Jika dilihat dari potensi daya tarik wisata yang dimiliki wilayah Jakarta Pusat, hal tersebut dapat memudahkan para wisatawan terutama wisatawan yang menggemari kegiatan fotografi untuk menjelajahi tempat-tempat yang akan digunakannya untuk melakukan kegiatan wisata fotografi. Foto-foto yang dihasilkan dari kegiatan wisata fotografi tersebut juga dapat digunakan untuk mempromosikan daya tarik wisata di wilayah Jakarta Pusat, terlebih dengan

perilaku wisatawan saat ini yang senang mengunggah momen di situs jejaring sosial miliknya.

Walaupun cukup banyak daya tarik wisata yang mendukung kegiatan wisata fotografi ini, namun di kota Jakarta khususnya wilayah Jakarta Pusat, hanya ada beberapa perusahaan travel yang menjual paket wisata minat khusus ini yaitu Smailing Tour dengan nama produknya *Smailing Experience* dan PT. Andalan Usaha Cemerlang dengan produknya *Fun About Indonesia*. Sedangkan di luar dua perusahaan travel yang disebutkan, adapun perusahaan travel yang bernama *LocalsByTour* yang berdomisili di negara Kanada. *LocalsByTour* ini menjual paket wisata minat khusus fotografi ke kota Jakarta, namun diperuntukan wisatawan mancanegara.

Hasil dari penelitian ini akan berupa paket wisata minat khusus yang diharapkan membantu dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan pada kota Jakarta di tahun 2020/2021. Diperkuat juga dengan pernyataan dari Kasudin Pariwisata dan Budaya Jakarta Pusat yaitu destinasi wisata yang ada di wilayah Jakarta Pusat juga masih menjual produknya secara sendiri-sendiri, belum berupa paket. Pernyataan tersebut membuat penulis ingin merekomendasikan hasil dari penelitian ini kepada atraksi wisata yang nantinya akan disebar luaskan kepada wisatawan.

Berdasarkan dari data yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa walaupun wisata fotografi menjadi *trend* pariwisata di tahun ini, masih belum banyaknya *travel agent* di kota Jakarta khususnya wilayah Jakarta Pusat yang menjual paket wisata minat khusus fotografi dan mewadahi para komunitas fotografi atau wisatawan yang memiliki hobi fotografi di kota Jakarta.

Oleh karena itu, penulis ingin merencanakan sebuah paket wisata untuk mewadahi minat khusus wisatawan yang menyukai fotografi melalui penelitian yang berjudul **“Perencanaan Paket Wisata Fotografi di Wilayah Jakarta Pusat”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis memfokuskan penelitian menjadi “Bagaimana Perencanaan Paket Wisata Fotografi di Wilayah Jakarta Pusat?”.

Sehubungan dengan fokus penelitian tersebut, berikut ini terdapat beberapa pertanyaan penelitian yang akan ditanyakan oleh penulis:

1. Bagaimana jenis atraksi wisata yang dapat digunakan di dalam paket wisata Fotografi di wilayah Jakarta Pusat?
2. Bagaimana kegiatan yang dilakukan di dalam paket wisata Fotografi di Wilayah Jakarta Pusat?
3. Bagaimana profil wisatawan dalam paket wisata Fotografi di wilayah Jakarta Pusat?
4. Bagaimana *special services* dalam paket wisata Fotografi di Wilayah Jakarta Pusat?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini disusun dengan tujuan formal serta operasional, yaitu:

1. Tujuan Formal

Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi salah satu persyaratan akademis dalam menempuh Proyek Akhir dan untuk mengikuti ujian sidang

akhir dari program studi Manajemen Pengaturan Perjalanan bagi mahasiswa/i semester 8.

2. Tujuan Operasional

Menghasilkan paket wisata minat khusus fotografi yang dapat berguna bagi *Travel Agent*, komunitas fotografi, serta wisatawan yang memiliki hobi fotografi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran serta memperluas perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pariwisata yang membahas mengenai paket wisata minat khusus fotografi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Manfaat bagi penulis sendiri agar dapat memperluas ilmu pengetahuan dalam membuat perencanaan paket wisata minat khusus fotografi serta melatih pola pikir yang logis dan sistematis.

b. Bagi Tempat Penelitian

Hasil dari penelitian ini merupakan sebuah paket wisata, maka diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi rekomendasi bagi *Travel Agent* untuk menawarkan paket wisata fotografi kepada wisatawan pada saat berkunjung ke kota Jakarta khususnya wilayah Jakarta Pusat.

c. Manfaat bagi komunitas fotografi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mempermudah komunitas fotografi untuk membagikan ilmu mengenai fotografi kepada

wisatawan yang memiliki hobi fotografi sehingga jaringan relasi menjadi lebih luas.