

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pada era serba digital ini, pemanfaatan penggunaan gawai atau *gadget* tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai alat bantu mengerjakan pekerjaan profesional hingga kegiatan sehari-hari. Dengan cepatnya perkembangan zaman, memungkinkan *gadget-gadget* yang ada di kalangan masyarakat tidak hanya dapat digunakan bagi orang dewasa tapi juga anak-anak. Tidak dapat dipungkiri manfaat *gadget* dalam kehidupan sehari-hari sangatlah banyak. Namun tingginya penggunaan *gadget* khususnya pada anak-anak seringkali menimbulkan beberapa dampak negatif seperti membuat interaksi sosial semakin menurun. Selain itu, dengan pesatnya perkembangan budaya *modern* melalui *gadget* membuat beberapa kebudayaan seperti permainan tradisional yang dulu sering dimainkan menjadi terlupakan (Masni, 2018).

Hal inilah yang melatar belakangi pembentukan Kampung *Lali Gadget* di Kabupaten Sidoarjo. Destinasi wisata ini sendiri bukan bermaksud untuk menghilangkan penggunaan *gadget* dari kehidupan sehari-hari, namun lebih kepada mengurangi dan meminimalisir dampak-dampak negatif, khususnya terhadap kebudayaan. Kampung *Lali Gadget* sendiri merupakan *creative culture-hub space* yang didirikan pada tahun 2018 dan mengusung konsep wisata kreatif berbasis edukasi. Kampung ini berada di Dusun Bendet, RW 03, RT 02, Desa Pagergumbuk, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur.

Kampung *Lali Gadget* pun dipilih menjadi lokus dalam penelitian ini karena destinasi wisata ini memenuhi konsep 3S (*Stories, Senses, Sophistication*) wisata kreatif oleh Richards et al., (2018). Mulai dari telah mengangkat kearifan lokal sebagai konten kegiatannya, berhasil membuat pengunjung berpartisipasi aktif dalam setiap kegiatan tersebut, juga konsisten dalam menyampaikan pesan-pesan untuk terus melestarikan kebudayaan kepada pengunjung.

Pada mulanya, kegiatan di Kampung *Lali Gadget* diawali dengan kegiatan literasi dan pengenalan budaya kearifan lokal kepada anak-anak. Setelah itu kegiatan yang ada diarahkan kepada penguatan permainan tradisional dengan tajuk “*Dolanan tanpo Gadget*” atau yang berarti bermain tanpa gawai. Kegiatan yang ada di kampung ini berbagai macam mulai dari bermain di sawah, bermain egrang ataupun permainan kelompok seperti *cubleg-cubleg suweng*. Selain itu, pada kesempatan-kesempatan tertentu, pengelola juga menghimbau anak-anak untuk mengumpulkan *gadget* mereka dan tidak diperbolehkan menggunakan gawai pada saat acara sedang berlangsung.

Dengan adanya *creative-culture hub space* ini sejalan dengan arah kebijakan Peraturan Presiden No 142 tentang Ekonomi Kreatif, yaitu “Mengembangkan ruang-ruang kreatif yang layak, lengkap, mudah diakses, berstandar internasional, dan dikelola dengan manajemen yang berkualitas baik”. Walaupun belum berstandar internasional, tempat ini sendiri sudah mendapatkan pengakuan dari berbagai pihak seperti Dinas Pariwisata Kabupaten Sidoarjo hingga Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia. Pada bulan februari lalu, jumlah kunjungan di Kampung *Lali Gadget* mencapai lebih dari 100 kunjungan.

Merujuk pada 16 sub-sektor ekonomi kreatif yang ada di Perpres No 142 tahun 2018, jenis aktivitas dan kegiatan yang ditawarkan, Kampung *Lali Gadget* termasuk ke dalam sub-sektor seni pertunjukan. Namun alih-alih hanya mempertontonkan seni pertunjukan, Kampung *Lali Gadget* mengajak pengunjung yang datang untuk turut ikut serta berpartisipasi dalam kesenian-kesenian tersebut. Kampung ini menghadirkan pengalaman yang berbeda bagi pengunjung dengan mengangkat konsep wisata edukasi dengan tema *dolanan* atau bermain sambil belajar mulai dari permainan tradisional, bermain di sawah hingga *workshop* membuat kerajinan seperti *wayang godhong* dan *bedhil karet*. *Workshop* yang diadakan setiap hari minggu tersebut mengajak pengunjung dari kalangan anak-anak hingga dewasa untuk mengenal kembali budaya nenek moyang seperti permainan yang dulu sering dimainkan dan lebih aktif saat berwisata dan berinteraksi dengan satu sama lain.

Menurut kesaksian pengunjung yang telah dikumpulkan oleh pihak pengelola KLG, beberapa pengunjung memberikan pernyataan seperti adanya perubahan diri pada anak mereka mulai dari turunnya intensitas penggunaan Menurut kesaksian pengunjung yang telah dikumpulkan oleh pihak pengelola KLG, beberapa pengunjung memberikan pernyataan seperti adanya perubahan diri pada anak mereka mulai dari turunnya intensitas penggunaan *gadget*, peningkatan kesadaran akan tanggung jawab, mempunyai keinginan untuk bermain permainan tradisional hingga keinginan untuk berkunjung kembali. Selain itu terdapat beberapa pernyataan lain dari sisi orang tua anak seperti peningkatan pemahaman akan

*parenting*. Hal ini mengindikasikan adanya peningkatan kesadaran pengunjung setelah berkunjung ke Kampung *Lali Gadget*.

Berdasarkan penjelasan tersebut, terdapat indikasi bahwa pengunjung Kampung *Lali Gadget* mengalami proses perubahan diri dan berujung pada meningkatnya kesadaran mereka akan pelestarian budaya hingga menurunnya penggunaan *gadget*. Hal ini sesuai dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas tentang pengalaman kreatif pengunjung (Ali et al., 2016; Tan et al., 2013; Wang et al., 2020).

Namun, belum terdapat penelitian yang secara spesifik menjelaskan bagaimana pengalaman kreatif pengunjung di Kampung *Lali Gadget* dan bagaimana *awareness* itu terbentuk. Penelitian-penelitian yang telah dilakukan di kampung ini lebih membahas dari sisi destinasi atau *supply* seperti pengembangan kawasan, manfaat ekonomi, eksistensi KLG pada saat pandemi hingga peran pemuda dalam mengenalkan permainan tradisional (Ernitasari, 2021; Sukadi et al., 2020; Yustiasandhi, 2021)

Pengalaman kreatif sendiri merupakan bentuk pengalaman yang dihasilkan setelah pengunjung melakukan wisata kreatif di suatu destinasi. Bentuk pengalaman ini menjadi berbeda dari pengalaman pengunjung pada umumnya karena bentuk pengalaman ini lebih melihat kepada efek kegiatan kreatif terhadap motivasi pengunjung, kreativitas hingga *awareness* mereka terhadap nilai-nilai kreatif yang ingin disampaikan oleh destinasi wisata (Tan et al., 2013).

Penelitian-penelitian sebelumnya juga menunjukkan adanya motivasi dari wisatawan untuk mengasah keterampilan kreatif mereka pada saat berwisata (Ali

et al., 2016; Tan et al., 2013; Wang et al., 2020). Penelitian oleh Ali, Ryu & Hussain (2015) mengindikasikan bahwa pengalaman merupakan prediktor yang baik untuk mengetahui memori, kepuasan hingga perilaku wisatawan. Mereka juga menambahkan bahwa pengunjung yang memiliki kualitas pengalaman kreatif yang bagus, memori yang baik, dan kepuasan yang terpenuhi cenderung berkunjung kembali ke destinasi tersebut di kemudian hari.

Pembentukan pengalaman kreatif ini menjadi penting, karena pengalaman ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap, kepuasan pengunjung, peningkatan *awareness* hingga loyalitas (Ali et al., 2016). Selain itu, terdapat juga beberapa wisatawan yang memiliki keinginan untuk melakukan suatu hal yang unik dan tidak dapat ditemukan di destinasi lainnya (Tan et al., 2013). Orang-orang yang melakukan wisata kreatif cenderung berkeinginan untuk mengasah keterampilan atau bahkan mendapatkan keterampilan baru dari kegiatan yang mereka ikuti. Dalam Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga menargetkan pasar produk ekonomi kreatif pada penduduk kelas menengah dengan pola konsumsi yang mengutamakan *experience*. Pola konsumsi kelas menengah sendiri memiliki *willingness to pay* yang tinggi. Harapannya hal tersebut dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif.

Tan, et al (2013) sendiri juga mengidentifikasi aspek-aspek apa saja yang dapat membentuk pengalaman kreatif dari pengunjung. Menurut mereka wisatawan harus memiliki kesadaran terlebih dahulu akan sosial budaya, kesadaran diri dan lingkungan sekitar untuk mendapatkan pengalaman kreatif. Namun Tan, et al

(2013) juga beranggapan bahwa kesadaran tersebut juga dapat muncul ketika pengunjung melakukan kegiatan wisata kreatif.

Dengan adanya istilah '*experience economy*' terdapat perubahan terhadap pola perilaku konsumen yang cenderung menginginkan pengalaman yang lebih *memorable* dan memuaskan (Pine & Gilmore, 1999). Lebih lanjut, Pine & Gilmore (1999) pengalaman yang diingat oleh pengunjung akan menentukan perilaku mereka terhadap destinasi. Sehingga sangat penting untuk membuat memori pengunjung berkesan agar perilaku mereka terhadap destinasi pun positif.

Menurut Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia tahun 2020-2024, arah pengembangan pariwisata nasional pun juga mengarah kepada *Quality Tourism Experience*. Melihat arah pengembangan pariwisata nasional, dapat diprediksi bahwa permintaan akan *culture-based experience* akan semakin meningkat.

Pencetus KLG juga menuturkan keinginannya untuk mengetahui lebih mendalam tentang pengaruh kegiatan yang ada di Kampung *Lali Gadget* terhadap psikologi pengunjung. Pengalaman pengunjung sendiri juga erat kaitannya dengan perspektif psikologi. Dari perspektif psikologi, pengalaman dipandang sebagai respons subjektif terhadap suatu peristiwa atau stimulus (Packer & Ballantyne, 2016).

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah penelitian sebagai berikut:

1. Kampung *Lali Gadget* sudah memenuhi konsep 3S oleh Richards et al., (2018) dan dapat meningkatkan kesadaran pengunjung akan pelestarian budaya hingga

menurunnya penggunaan *gadget*. Namun belum terdapat penelitian yang mengkaji secara khusus bagaimana proses itu terbentuk,

2. Terdapat perubahan terhadap pola perilaku pengunjung yang cenderung menginginkan pengalaman yang lebih *memorable* dan memuaskan,
3. Pentingnya membangun pengalaman kreatif pengunjung untuk meningkatkan kepuasan, kesadaran dan loyalitas mereka.

Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian dengan judul **“Pengalaman Kreatif Pengunjung di Kampung *Lali Gadget*, Kab. Sidoarjo, Jawa Timur”** untuk menjawab permasalahan penelitian yang sudah dijabarkan di atas.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan penjabaran latar belakang masalah di atas, dapat dijabarkan fokus penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengalaman kreatif pengunjung di Kampung *Lali Gadget*?
2. Apa saja faktor wisata kreatif yang mempengaruhi pengalaman pengunjung di Kampung *Lali Gadget*?
3. Apakah faktor yang paling mempengaruhi pengalaman kreatif pengunjung?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu bagaimana pengalaman kreatif pengunjung di Kampung *Lali Gadget* melalui dua faktor, yaitu faktor internal dan eksternal serta bagaimana kedua faktor tersebut mempengaruhi satu sama lain. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk melihat faktor apa saja

yang menjadi faktor terpenting dalam membentuk pengalaman kreatif pengunjung di Kampung *Lali Gadget*.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Dalam melaksanakan penelitian ini, terdapat beberapa hal yang menjadi keterbatasan, diantaranya adalah:

1. Tingkat kunjungan ke Kampung *Lali Gadget* tidak menentu dan kegiatan yang ada hanya dilaksanakan pada waktu-waktu tertentu dan tidak setiap hari.
2. Belum adanya rekapitulasi data kunjungan setiap bulannya dari pihak pengelola Kampung *Lali Gadget*.
3. Penelitian ini terbatas pada partisipan dewasa karena sulitnya mengambil data dari anak-anak sekolah secara langsung, mengingat anak-anak cenderung lebih malu-malu terhadap orang asing.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai landasan pengelola Kampung *Lali Gadget* dalam mengambil keputusan terkait aspek apa saja yang harus dipertahankan dan ditingkatkan untuk meningkatkan kualitas pengalaman kreatif pengunjung sekaligus menjadi contoh bagi destinasi wisata lainnya yang ingin mengusung konsep wisata kreatif.