

**PERSEPSI CITRA KOTA BANDUNG SEBAGAI DESTINASI
EVENT OLAHRAGA REKREASI**

PROYEK AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
dalam menempuh studi pada
Program Diploma IV**



Oleh :

SALVIA SIBIRANTI
Nomor Induk: 201621199

**JURUSAN PERJALANAN
PROGRAM STUDI
MANAJEMEN KONVENSI & *EVENT***

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA NHI BANDUNG
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

PERSEPSI CITRA KOTA BANDUNG SEBAGAI DESTINASI *EVENT* OLAHRAGA REKREASI

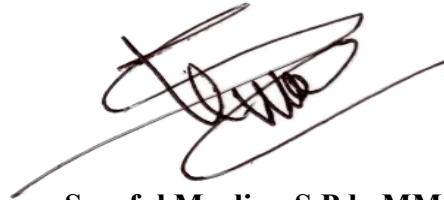
NAMA : SALVIA SIBIRANTI
NIM : 201621199
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN KONVENSI DAN *EVENT*
JURUSAN : PERJALANAN

Pembimbing I,



Drs. Budi Setiawan, MM.
NIP: 19680204 199603 1 001

Pembimbing II,



Syaeful Muslim, S.Pd., MM
NIP: 19721019 200502 1 001

Bandung, 31 Agustus 2020

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan,

ANDAR DANOVA L. GOELTOM, S.SOS., M.Sc
NIP.19710506 199803 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : SALVIA SIBIRANTI
Tempat/Tanggal Lahir : BANDAR LAMPUNG, 1 APRIL 1998
NIM : 201621199
Program Studi : MANAJEMEN KONVENSI DAN *EVENT*
Jurusan : PERJALANAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul: **“Persepsi Citra Kota Bandung Sebagai Destinasi *Event* Olahraga Rekreasi”** ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 31 Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan,



SALVIA SIBIRANTI.
201621199

ABSTRAK

Persepsi Citra Kota Bandung Sebagai Destinasi *Event* Olahraga Rekreasi

Salvia Sibiranti

Mahasiswi Program Studi Manajemen Bisnis Konvensi dan *Event*

Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui persepsi wisatawan mengenai citra Kota Bandung sebagai destinasi *event* olahraga rekreasi berdasarkan 4 dimensi penelitian persepsi citra suatu daerah dalam menggelar *event* olahraga rekreasi yaitu, *quality of experience*, *attractions*, *event characteristic*, dan *destination atmosphere* (Kaplanidou et al., 2012). Dimana *event* olahraga rekreasi yang dijadikan acuan pada penelitian ini yaitu *event car-free day* yang berlokasi di Jl. Ir. Juanda, Kota Bandung. Penulis melihat tingginya potensi *event* tersebut untuk menciptakan persepsi terhadap citra Kota Bandung sebagai destinasi *event* olahraga rekreasi dikarenakan *event* tersebut tidak hanya memuat kegiatan olahraga, namun juga hiburan, wisata kuliner dan juga wisata budaya yang terdapat di dalamnya. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan dengan dilaksanakannya penelitian ini dapat membuahkan pemikiran terhadap persepsi citra Kota Bandung sebagai destinasi *event* olahraga rekreasi di Kota Bandung, serta dapat menjadi bahan evaluasi kepada pihak Federasi Olahraga Rekreasi Masyarakat Indonesia (FORMI) Jawa Barat untuk terus mengembangkan berbagai *event* olahraga rekreasi yang ada di Kota Bandung.

Kata Kunci : Persepsi, Citra, Kota Bandung, Destinasi, *Event* Olahraga Rekreasi, *Car-free Day*, Federasi Olahraga Rekreasi Masyarakat Indonesia (FORMI)

ABSTRACT

Perception of the Image of Bandung as a Destination for Recreational Sports Events

Salvia Sibiranti

**Student of Event & Convention Business Management Study Program
NHI Bandung Institute of Tourism**

This study aims to determine the perceptions of tourists regarding the image of Bandung as a destination for recreational sports events based on 4 dimensions of city image perception research in hosting recreational sports events, those are, the quality of experience, attractions, event characteristics, and the atmosphere of the destination (Kaplanidou et al., 2012). Recreational sports event that is chosen as a reference in this study is the car-free day event that is placed on Ir. Juanda Street, Bandung. The researcher sees the high potential of the event to illustrate the perception of Bandung as the destination for recreational sports events because of this event is not only have the interests for it is sport activities but also have the culinary and cultural tourism in it. Therefore, the researcher hopes that this study can produce an opinion on the perception of Bandung as the destination for recreational sports events in Bandung, and also can be used as an evaluation for the Sports For All Federation of West Java to continue developing the recreational sports events in Bandung.

Keywords: Perception, Image, Bandung, Recreational Sports Events, Destination, Car-free Day, Sports For All

“Ketika kamu mengetahui apa yang kamu inginkan dalam hidup, maka semesta akan membantumu mewujudkannya”

- Penulis, 2020

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan karunia yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir dengan judul penelitian **“Persepsi Citra Kota Bandung Sebagai Destinasi *Event* Olahraga Rekreasi”**.

Penelitian ini ditujukan guna untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dan penulis berharap semoga penelitian ini dapat membuahkan pemikiran baru untuk memajukan *event* olahraga rekreasi yang ada di Kota Bandung dan juga guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma-I Jurusan Perjalanan Program Studi Manajemen Konvensi dan Event Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proyek akhir ini yaitu :

1. Bapak Faisal MM.Par., CHE selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung ;
2. Bapak Andar Nova L. Goeltom, S.Sos, M.Sc. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung ;
3. Bapak Marsianus Raga, MM.Par., selaku Ketua Manajemen Konvensi dan Event Prodi Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
4. Ibu Endang Komesty S., SS., MM.Par., CHE., selaku Ketua Jurusan Perjalanan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung ;
5. Bapak Drs. Budi Setiawan,MM.selaku Pembimbing I;

6. Bapak Syaiful Muslim, S.Pd., MM selaku Pembimbing II;
7. Bapak Brigjen. TNI. Drs.H. Sjahlan Idris, Psi, selaku ketua FORMI Provinsi Jawa Barat, Bapak Al - Hijaz Farabi DY, S.IP, M.Si selaku Pimpinan Audit Internal FORMI Provinsi Jawa Barat serta segenap pengurus FORMI Jawa Barat yang sudah bersedia untuk menjadi lokus dan memberikan informasi kepada penulis;
8. Ibu, ayah, adik-adik, nenek dan kakek atas doa, dukungan dan harapannya sejak penulis memulai studi hingga pada penyusunan proyek akhir ini;
9. Rekan-rekan mahasiswa/i Program Studi Manajemen Konvensi dan *Event* 2016 yang juga sudah memberikan banyak dukungan, semangat dan canda tawa bagi penulis;
10. Serta pihak-pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberi dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proyek akhir ini masih jauh dari sempurna. Maka dari itu penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi. Penulis berharap proyek akhir ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan, khususnya bagi penulis dan juga para pembaca.

Bandung, Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN

KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIV
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Keterbatasan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	9
A. Kajian Teori.....	9
1. Pengertian Pariwisata.....	9
2. Pengertian <i>Sport Tourism</i>	10
3. Pengertian <i>Sport Event</i>	12
4. Pengertian Citra Destinasi.....	13
5. Pengertian Persepsi.....	16
6. Pengertian Olahraga Rekreasi.....	18
B. Penelitian Terdahulu.....	20
C. Kerangka Pikir.....	21
BAB III.....	22
A. Pendekatan Penelitian.....	22
B. Objek Penelitian.....	22
C. Populasi dan <i>Sampling</i>	24
D. Metode Pengumpulan Data.....	25
E. Definisi Operasional Variabel.....	28

F. Analisis Data.....	33
BAB IV.....	40
A. Hasil Penelitian.....	40
B. Pembahasan.....	57
BAB V.....	73
A. Simpulan.....	73
B. Rekomendasi.....	76

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
1. Kerangka Pemikiran.....	21
2. Perhitungan Skala Rentang.....	58
3. Perhitungan Skala Rentang Dimensi <i>Quality of Experience</i>	61
4. Perhitungan Skala Rentang Dimensi <i>Attractions</i>	64
5. Perhitungan Skala Rentang Dimensi <i>Event Characteristic</i>	68
6. Perhitungan Skala Rentang Dimensi <i>Destination Atmosphere</i>	71

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
1. Matriks Operasional Variabel.....	20
2. Skor Skala <i>Likert</i>	35
3. Hasil Uji Validitas.....	37
4. Hasil Uji Reabilitas.....	39
5. Jadwal Penelitian.....	39
6. Jenis Kelamin Responden.....	40
7. Usia Responden.....	41
8. Status Responden.....	42
9. Pendidikan Terakhir Responden.....	42
10. Pendapatan Perbulan Responden.....	43
11. Domisili Responden.....	44
12. Perhitungan Dimensi <i>Quality of Experience</i>	45
13. Perhitungan Dimensi <i>Attractions</i>	49
14. Perhitungan Dimensi <i>Event Characteristics</i>	53
15. Perhitungan Dimensi <i>Destination Atmosphere</i>	54
16. Jumlah Skor Tertinggi dan Terendah.....	57
17. Hasil Perhitungan Bobot Frekuensi <i>Quality of Experience</i>	59
18. Hasil Perhitungan Bobot Frekuensi <i>Attractions</i>	63
19. Hasil Perhitungan Bobot Frekuensi <i>Event Characteristics</i>	66
20. Hasil Perhitungan Bobot Frekuensi <i>Destination Atmosphere</i>	69

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Izin Penelitian di FORMI Jawa Barat
- Lampiran 2. Surat Telah Melakukan Penelitian di FORMI Jawa Barat
- Lampiran 3. Kuesioner
- Lampiran 4. Hasil Kuesioner
- Lampiran 5. Pedoman Wawancara
- Lampiran 6. Transkrip Hasil Wawancara
- Lampiran 7. Biodata Penulis
- Lampiran 8. Turn It In

DAFTAR PUSTAKA

- A.J. Mulyadi. *Kepariwisata dan Perjalanan*. 2010. Jakarta: Rajawali Pers.
- Akdon, & Riduwan. (2013). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung:Alfabeta.
- Atkinson, et al. (1983) . *Pengantar Psikologi Edisi Kedelapan*. Bandung:Alfabeta CV.
- Beerli, A., & Martin, J.D. (2004). *Factors influencing destination image*. Annals of Tourism Research.
- Bigne, J.E., Sanchez, M.I. and Sanchez, J. (2001). *Tourism Image, Evaluation Variables and after purchase Behaviour: Inter-Relationship*. Tourism Management, 22, 607-616.
- Breen, H., Bull, A. and Walo, M. (2001). *A comparison of survey methods to estimate visitor expenditure at a local event*. Tourism management 473-479.
- Chalip, L. (1992). *The construction and use of polysemic structures. Olympic lessons for sport marketing*. Journal of Sport Management.
- Chalip, L., & McGuirty, J. (2004). *Bundling sport events with the host destination*. Journal of Sport & Tourism.
- Chon, K. S. (1990b). *The role of destination image in tourism: A review and discussion*. The Tourist Review. 45 (2), 2–9.
- Crompton R. (1999). *Class and Stratification*. In: Taylor S. (eds) *Sociology*. London: Palgrave
- Dawn Dobni and George M. Zinkhan. (1990). *In Search of Brand Image: a Foundation Analysis*. Provo, UT : Association for Consumer Research. 110-119.
- Dimiyati & Mudjiono. (2006). *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Direktori/FPOK/JUR._PEND._OLAHRAGA/197603082005011SUHER
- Fairley, S., & Gammon, S. (2006). *Something lived, something learned: Nostalgia's expanding role in sport tourism*. In H. Gibson (Ed.), *Sport tourism: Concepts and theories*, 50–65. London: Routledge.
- Gartner, W.C. (1993). *Image formation process*. Journal of Travel and Tourism Marketing, 2(2/3), 191–215.
- Getz, D (2007). *Event tourism: Definition, evolution, and research*. Haskayne School of Business.

- Getz, D. (1997). *Trends and Issues in Sport Event Tourism*. Tourism Recreation Research.
- Gunn, C.A. (1972). *Vacationscape: Designing tourist regions*. Austin: Bureau of Business Research, University of Texas.
- H.Kodhyat. (2012). *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Halim, A. (2005). *Analisis Investasi*. Jakarta: Salemba.
- Haryono. (1978). (Online) <http://file.upi.edu/>
- Hasan, M. Iqbal. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Herbert Haag.(1994). *Theoretical Foundation of Sport Science as a Scientific Discipline Contribution to a Philosophy of Sport Science*.
- J. Gibson. (1997). *Sport Tourism: A Critical Analysis of Research Heather*. The University of Florida.
- Jamal, Radzi et al. (2015). *Hospitality and Tourism Proceedings of HTC*. CRC Press.
- James, Spillane, J. (1982). *Pariwisata Indonesia, Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius
- Kaplanidou et al. (2012). *Recurring Sport Events and Destination Image Perceptions: Impact on Active Sport Tourist Behavioral Intentions and Place Attachment*. Human Kinetics, Inc.
- Kouthouris, H., & Alexandris, K. (2005). *Can service quality predict customer satisfaction and behavioral intentions in the sport tourism industry? An application of the servqual model in an outdoors setting*. *Journal of Sport & Tourism*.
- Kyle, G., Bricker, K., Graefe, A., & Wickham, T. (2004). *An examination of recreationists' relationships with activities and settings*. *Leisure Sciences*, 26, 123–142.
- Leavitt. H. J. (2002). *Psikologi Manajemen*. Jakarta:Erlangga.
- Linda Trenberth, David Hassan (2011). *Managing the Business of Sport*. Routledge
- MAN_SLAMET/modul_bermain_08/bab_6_teor_i_bermain.pdf.
- Martineau, Pierre. (1958). *The Personality of the Retail Store*. Harvard Business Review, 36 (1), 47-55.
- McGehee, N.G., Yoon, Y. and Cárdenas, D. (2003). *Involvement and Travel for Recreational Runners in North Carolina*. *Journal of Sport Management*, 17, 305-324.

- Mull, Forrester et al. (2013). *Recreational Sport Programming*. Sagamore Pub.
- Philip Kotler. (1998). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control, Volume 1*. Prentice Hall.
- Proshansky, H.M. (1978). *The city and self identity*. *Environment and Behavior*, 10(2), 147–169.
- Redmond, G. (1991). *Changing styles of sports tourism: Industry/consumer Interactions in Canada, the USA, and Europe*. In M. T. Sinclair & M.J. Stabler (Eds.), *The tourism industry: An international analysis*, 107–120. Wallingford, UK: CAB International.
- Rubinstein, R.L., & Parmelee, P.A. (1992). *Attachment to place and the representation of the life course by the elderly*. In I. Altman & S. Low (Eds.), *Place attachment*. 139–163. New York: Plenum.
- Ruskin H. 1987. *Selected views on socio-economic aspects of outdoor recreation, outdoor education and sport tourism*. In *Proceedings of the International Seminar and Workshop on Outdoor Education, Recreation and Sport Tourism Garmise M (ed.)*. Natanya, Israel: Emmanuel Gill Publishing:
- Siregar, Syofian. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Sobur Alex. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Standevan, J. (1998). *Sport tourism: Joint marketing—A starting point for beneficial synergies*. *Journal of Vacation Marketing*, 4, 39–51. Leeds: Human Kinetics.
- Sugiyama, A. G. (2011). *Ecotourism : Pengembangan Pariwisata Berbasis Konservasi Alam*. Bandung: Guardaya Intimarta.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012:122). *Metode Penelitian Bisnis* . Bandung: Alfabeta.
- Trenberth. L and Hassan. D. (2012). *Managing Sport Business An Introduction*. Routledge.
- Weed, M., & Bull, C. (2004). *Sport tourism: Participants, policies and providers*. Oxford. UK: Elsevier Butterworth Heinemann.
- Woodside. A.G. (1989). *A General Model Of Traveler Destination Choice*. *Journal of Travel Research* 27(4):8-14.
- UU No. 3 Tahun 2005 Tentang Sistem Keolahragaan Nasional
- UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 21 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Keolahragaan dan Retrebusi Tempat Rekreasi dan Olahraga

Kompas.com. (2019. 05 01). Mengenal Sport Tourism yang Semakin Populer.

Diambil kembali dari:

<https://lifestyle.kompas.com/read/2019/05/15/181900720/mengenal-sport-tourism-yang-semakin-populer->

Kemenparekraf.go.id. (2015, 06 01).Siaran Pers Launching Tour de Jakarta 2016 Even sport tourism efektif tingkatkan kunjungan dan aware. Diambil kembali dari:

<http://www.kemenparekraf.go.id/post/siaran-pers-launching-tour-de-jakarta-2016-even-sport-tourism-efektif-tingkatkan-kunjungan-dan-aware>

Kemenparekraf.go.id. (2013, 09 30). JakMar 2013 Jadikan Jakarta Sebagai Destinasi Sport Tourism Dunia. Diambil kembali dari:

<http://www.kemenparekraf.go.id/post/siaran-pers-jakmar-2013-jadikan-jakarta-sebagai-destinasi-sport-tourism-dunia>