

SKRIPSI

**PENGARUH FILM BUMI MANUSIA TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG WISATAWAN DI DESA WISATA GAMPLONG**



Oleh :

HAN NAMJA RAMADHANI FAJRI

518101038

**PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2022

SKRIPSI

PENGARUH FILM BUMI MANUSIA TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG WISATAWAN DI DESA WISATA GAMPLONG



Oleh :

HAN NAMJA RAMADHANI FAJRI

518101038

Telah disetujui oleh

Pembimbing I

Drs. Budi Hermawan, M.M

NIDN. 0523026601

Pembimbing II

Angela Ariani S.H., M.M

NIDN. 0530106001

Mengetahui
Ketua Program Studi

Arif Dwi Saputra, S.S., M.M

NIDN. 0525047001

BERITA ACARA UJIAN

**PENGARUH FILM BUMI MANUSIA TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG WISATAWAN DI DESA WISATA GAMPLONG**

SKRIPSI

Oleh

HAN NAMJA RAMADHANI FAJRI

NIM 518101038

**Telah dipertahankan di depan tim penguji
dan dinyatakan LULUS**

Pada tanggal: 17 Juni 2022

TIM PENGUJI

**Penguji Utama : R.M. Nikasius Jonet S., S.Sos. M.Si
NIDN. 0518117401**

**Penguji I : Drs. Budi Hermawan, M.M
NIDN. 0523026601**

**Penguji II : Angela Ariani, S.H., M.M
NIDN. 0530106001**

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta


**Drs. Puhatna M.M
NIDN. 0526125901**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Han Namja Ramadhani Fajri
NIM : 518101038
Program Studi : Pariwisata
Judul Skripsi : **PENGARUH FILM BUMI MANUSIA TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI DESA
WISATA GAMPLONG**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Juni 2022



Han Namja Ramadhani Fajri

HALAMAN MOTTO

"You got a dream. You gotta protect it. People can't do somethin' themselves, they wanna tell you you can't do it. If you want somethin', go get it. Period."

(The Pursuit of Happiness)

"Every day, every hour turn the pain into power"

(The Script – Superheroes)

"Life is like a box of chocolates, you never know what you're going to get."

(Forrest Gump)

"Ketika Tuhan mengambil sesuatu dari genggamammu, Dia tak menghukummu, namun hanya membuka tanganmu untuk menerima yang lebih baik."

(5 Cm)

"Eye for an eye makes the whole world blind"

(Mahatma Gandhi)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Halaman ini penulis persembahkan sebagai wujud rasa syukur dan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia sehingga penulis dapat menyelesaikan studi program pariwisata di STP AMPTA Yogyakarta dengan sebaik-baiknya.
2. Mama yang sudah berjuang dengan keras dan pantang menyerah dalam merawat dan membesarkan penulis, serta doa dan dukungan yang tidak pernah putus agar penulis dapat menyelesaikan studi program pariwisata di STP AMPTA Yogyakarta dengan sebaik-baiknya
3. Bapak yang selalu mendoakan penulis dari jauh agar selalu sehat dan diberikan kemudahan dalam hidup, serta dalam menyelesaikan studi program pariwisata di STP AMPTA Yogyakarta
4. Untuk kerabat penulis yang selalu dengan baik menyambut dan menolong penulis dalam kesusahan selama berada di Yogyakarta
5. Para sahabat tercinta penulis, Andienn, Bang Bagus, Surya, Esto, Febi dan teman-teman lain yang sudah baik serta memberikan berbagai pertolongan kepada penulis yang sangat berarti.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana “Kepariwisata” pada Program Studi “Sarjana Pariwisata” di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Fokus kajian skripsi ini adalah menjelaskan masalah “Pengaruh Film Bumi Manusia terhadap Minat Kunjungan Wisata di Desa Wisata Gamplong”.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang turut berperan atas terwujudnya skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Drs. Budi Hermawan, M.M. selaku pembimbing I yang telah dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Angela Ariani, S.H., M.M. selaku pembimbing II yang telah dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Nikasius Jonet Sinangjoyo, S.Sos., M.Si selaku penguji utama yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.

4. Bapak Drs. Prihatno, M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Bapak Arif Dwi Saputra.S.S., M.M. selaku Ketua Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
6. Pengelola Desa Wisata Gamplong, yang memberikan kesempatan untuk penulis melakukan penelitian.

Semoga bantuan bapak dan ibu dicatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Esa.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat semua pihak. Tidak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan penelitian berikutnya. Kritik saran dapat disampaikan ke alamat *e-mail* penulis hannamjarf@gmail.com.

Yogyakarta, Juni 2022

Han Namja Ramadhani Fajri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	8
1. Pariwisata.....	8
2. Wisatawan.....	8
3. Pengaruh	9

4. Komunikasi Massa.....	10
5. Film	13
6. Minat	14
B. Penelitian Terdahulu	16
C. Kerangka Pemikiran.....	17
D. Hipotesis Penelitian	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Metode Penelitian	20
1. Jenis Penelitian.....	20
2. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
3. Populasi.....	21
4. Sampel.....	21
5. Variabel Penelitian.....	23
6. Metode Pengumpulan Data.....	30
7. Metode Analisis Data.....	34
B. Jenis Analisis	36
1. Analisis Linier Berganda	36
2. Uji F	37
3. Uji T	38
4. Uji Koefisiensi Determinasi (R ²)	39
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum.....	40
1. Sejarah dan Profil Desa Wisata Gamplong.....	40
2. Lokasi Desa Wisata Gamplong.....	41

3. Fasilitas Desa Wisata Gamplong	42
4. Atraksi Desa Wisata Gamplong	43
B. Deskripsi Responden Penelitian	45
C. Hasil Uji Instrumen	47
D. Hasil Analisis Deskriptif	54
E. Uji Asumsi Klasik	86
F. Hasil Analisis Data	91
G. Pembahasan	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	108
B. Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional	28
Tabel 3.2 Tingkat Reliabilitas Nilai Alpha	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Wisatawan	46
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel X1	48
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel X2	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel X3	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Y	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Indikator X1.1.....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Indikator X1.2.....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Indikator X1.3.....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Indikator X1.4.....	57
Tabel 4.12 Tabel Kesimpulan Statistik Deskriptif Variabel X1	58
Tabel 4.13 Tabel Hasil X2.1	60
Tabel 4.14 Tabel Hasil Indikator X2.2.....	61
Tabel 4.15 Tabel Hasil Indikator X2.3.....	62
Tabel 4.16 Tabel Hasil Indikator X2.4.....	63
Tabel 4.17 Kesimpulan Hasil Statistik Deskriptif Variabel X2	64
Tabel 4.18 Hasil Uji Indikator X3.1.....	66
Tabel 4.19 Hasil Uji Indikator X3.2.....	67
Tabel 4.20 Hasil Indikator X3.3	68

Tabel 4.21 Hasil Uji Indikator X3.4.....	69
Tabel 4.22 Kesimpulan Hasil Statistik Deskriptif Variabel X3	70
Tabel 4.23 Hasil Uji Indikator Y1.....	72
Tabel 4.24 Hasil Uji Indikator Y2.....	73
Tabel 4.25 Hasil Uji Indikator Y3.....	74
Tabel 4.26 Hasil Uji Indikator Y4.....	75
Tabel 4.27 Hasil Uji Indikator Y5.....	76
Tabel 4.28 Hasil Uji Indikator Y6.....	77
Tabel 4. 29 Hasil Uji Indikator Y7.....	78
Tabel 4.30 Hasil Uji Indikator Y8.....	79
Tabel 4.31 Hasil Uji Indikator Y9.....	80
Tabel 4.32 Hasil Uji Indikator Y10.....	81
Tabel 4.33 Hasil Uji Indikator Y11.....	82
Tabel 4.34 Hasil Uji Indikator Y12.....	83
Tabel 4.35 Kesimpulan Hasil Deskriptif Statistik Variabel Y	84
Tabel 4.36 Hasil Uji Multikolinieritas	86
Tabel 4. 37 Hasil Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov	89
Tabel 4.38 Hasil Uji Heterokedastisitas	90
Tabel 4.39 Hasil Uji Analisis Linier Berganda	91
Tabel 4.40 Hasil Perhitungan Uji F.....	93
Tabel 4.41 Hasil Perhitungan Uji T	95
Tabel 4.42 Hasil Perhitungan Uji R-Square	97
Tabel 4.43 Hasil Perhitungan Uji Koefisiensi Korelasi	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Lahan Parkir	42
Gambar 4.2 Kantin	42
Gambar 4.3 Studio Alam Gamplong	44

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian

Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian

Lampiran 3 Kuesioner

Lampiran 4 Kuesioner Google Form

Lampiran 5 Tabel Jawaban Responden

Lampiran 6 Dokumentasi

ABSTRAK

Promosi wisata pada masa ini banyak dilakukan dengan cara yang kreatif salah satunya yaitu melalui film. Melalui film, lokasi dilangsungkannya *shooting* film tersebut secara tidak langsung mempromosikan tempat *shooting* itu sendiri. Dengan metode promosi tersebut, kemudian berkembang suatu trend wisata baru yaitu wisata film atau disebut juga sebagai *film-induced tourism* yang membuat tempat tersebut banyak dikunjungi oleh wisatawan. Wisata film memanfaatkan potensi alam yang tampak pada layar, budaya di lokasi pembuatan film, dan pengalaman para bintang film saat berada di lokasi-lokasi pembuatan film tersebut. Salah satunya di Desa Wisata Gamplong, sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Film Bumi Manusia terhadap minat berkunjung wisatawan di Desa Wisata Gamplong. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden yang merupakan penonton film Bumi Manusia, yang berusia mulai dari 18 tahun dan wisatawan domestik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel (X) Film Bumi Manusia yang meliputi (X1) Efek Kognitif, (X2) Efek Afektif, (X3) Efek *Behavioral* berpengaruh secara simultan terhadap variabel (Y) Minat Berkunjung, hal tersebut dibuktikan dari hasil perhitungan uji F yang diperoleh F_{hitung} sebesar 26.133 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai F_{hitung} (18.817) > F_{tabel} (2,699) dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Uji T yang didapatkan dari hasil (X1) Efek Kognitif dengan nilai signifikansi $0.009 < 0.05$ dan thitung $2.659 > 1.985$, pengaruh yang dihasilkan (X2) Efek Afektif dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ dan thitung $4.006 > 1.985$, dan pengaruh yang dihasilkan (X3) Efek *Behavioral* dengan nilai nilai signifikansi $0.023 < 0.05$ dan thitung $2.308 > 1.985$. Uji R square sebesar 0.370 atau 37% yang dapat disimpulkan bahwa variabel Efek Kognitif, Efek Afektif dan Efek *Behavioral* memberikan pengaruh terhadap Minat Berkunjung sebesar 37% dan sisanya 63% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Oleh karena itu kemajuan teknologi informasi dan komunikasi pada masa ini dapat dimanfaatkan secara optimal dengan memperhatikan ketiga variabel yang telah diteliti sehingga menarik dan dapat menimbulkan minat berkunjung wisatawan.

Kata Kunci: pengaruh, film, minat, komunikasi massa

ABSTRACT

Tourism promotion at this time is mostly done in creative ways, one of which is through films. Through the film, the location of the shooting of the film indirectly promotes the shooting location itself. With this promotion method, then a new tourism trend develops, namely film tourism or also known as film-induced tourism which makes the place visited by many tourists. Film tourism takes advantage of the natural potential that appears on the screen, the culture in the filming locations, and the experiences of film stars when they are in these filming locations. One of them is in the Gamplong Tourism Village, so this study aims to determine how the influence of Bumi Manusia Film on the interest of visiting tourists in the Gamplong Tourism Village. The method used in this study is a quantitative research method with a sample of 100 respondents who are viewers of the film Bumi Manusia, ranging in age from 18 years and domestic tourists. The results showed that the variable (X) Bumi Manusia which includes (X1) Cognitive Effects, (X2) Affective Effects, (X3) Behavioral Effects simultaneously affects the variable (Y) Visiting Interests, this is evidenced from the results of the F test calculation which obtained Fcount of 26.133 with a significance value of 0.000. The value of Fcount (18.817) > Ftable (2.699) and a significance value of 0.000 < 0.05. The T test obtained from the results of (X1) Cognitive Effects with a significance value of 0.009 < 0.05 and tcount 2.659 > 1.985, the resulting effect (X2) Affective Effects with a significance value of 0.000 < 0.05 and tcount 4.006 > 1.985, and the resulting effect (X3) Behavioral effect with a significance value of 0.023 < 0.05 and tcount 2.308 > 1.985. The R square test is 0.370 or 37% which can be concluded that the variables of Cognitive Effects, Affective Effects and Behavioral Effects have an influence on visiting interest by 37% and the remaining 63% is influenced by other factors outside the study. Therefore, advances in information and communication technology at this time can be used optimally by paying attention to the three variables that have been studied so that they are interesting and can generate interest in visiting tourists.

Keywords: influence, film, interest, mass communication

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah mengalami pertumbuhan sangat pesat seiring dengan era globalisasi yang menuntut kecepatan arus informasi. Kebutuhan akan informasi sudah menjadi kebutuhan utama dalam masyarakat setelah kebutuhan primer. Perkembangan teknologi informasi tersebut mampu mengubah cara pandang masyarakat dalam mencari dan mendapatkan informasi, yang tidak lagi terbatas pada informasi surat kabar, audio visual dan elektronik, tetapi juga sumber-sumber informasi lainnya.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memiliki dampak yang besar pada beberapa bidang, salah satunya bidang industri pariwisata dan pengelolaannya. Perbedaan pengelolaan industri pariwisata pada masa awal perkembangannya dengan masa sekarang cukup signifikan. Pada awal perkembangannya, perkembangan industri pariwisata yang didasari oleh keterbatasan teknologi informasi dan komunikasi serta kemajuan transportasi, mengalami perkembangan yang cukup terbatas. Pada masa sebelum ditemukannya pesawat, kegiatan wisata hanya dapat diakses melalui jalur transportasi darat dan laut dengan menggunakan kereta kuda, kereta uap, dan juga perahu angkut yang belum semaju pada masa modern. Selain itu keterbatasan alat teknologi informasi dan komunikasi seperti komputer dan internet pada masa sekarang,

menghambat perkembangan industri pariwisata pada masa tersebut. Karena dalam menyebarkan informasi melalui kepariwisataan, hanya tersedia melalui surat kabar, pamflet, dan brosur. Ditambah dengan sulitnya memperoleh informasi pada masa tersebut, membuat promosi wisata menjadi terbatas.

Pada masa modern ini, dengan didorong oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi serta kemajuan transportasi, membawa pengaruh yang besar terhadap perkembangan industri pariwisata di dunia. Perjalanan wisata ke luar negeri yang sebelumnya cukup sulit dan memakan waktu lama, menjadi mungkin dan mudah karena adanya kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi serta kemajuan transportasi. Kegiatan promosi pariwisata pada masa sekarang pun juga mengalami kemajuan dan mudah untuk dilakukan. Masyarakat dunia sekarang dapat dengan mudah dalam memperoleh informasi dari berbagai negara di dunia melalui internet, sebagai hasil dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Kemudian juga berkat kemajuan pada bidang transportasi memudahkan masyarakat di dunia untuk melakukan perjalanan lintas daerah dan negara dengan menggunakan kapal cepat, kapal pesiar, dan pesawat komersial.

Promosi wisata pada masa ini banyak dilakukan dengan cara-cara yang lebih kreatif. Terdapat berbagai macam cara untuk memasarkan promosi destinasi wisata. Beberapa cara dalam memasarkan destinasi wisata diantaranya adalah dengan menggunakan sistem pemasaran *word of*

mouth, memasarkan desa wisata melalui sosial media, juga melalui tayangan video atau film. Melalui film, lokasi dilangsungkannya *shooting* film tersebut secara tidak langsung mempromosikan tempat *shooting* itu sendiri kepada banyak orang. Dengan metode promosi tersebut, kemudian berkembang suatu trend wisata baru yaitu wisata film atau disebut juga sebagai *film-induced tourism*. Wisata film memanfaatkan potensi alam yang tampak pada layar, budaya di lokasi pembuatan film, dan pengalaman para bintang film saat berada di lokasi-lokasi pembuatan film.

Selain sebagai alat pemasaran wisata, fungsi film juga adalah sebagai alat komunikasi massa yang dapat memberikan pengaruh terhadap seseorang atau masyarakat umum. Melalui tayangan pada film, dapat memberikan sebuah pengaruh atau efek kepada wisatawan untuk mengalami sendiri kejadian dan sensasi berada di lokasi yang sesungguhnya. Hal tersebut merupakan faktor pendorong timbulnya perjalanan wisata film. Wisata film merupakan sebuah tren yang positif. Karena wisata film memberikan keuntungan bagi banyak pihak yang terlibat, baik dari sisi wisatawan, pengelola, dan juga masyarakat sekitar.

Penggunaan film sebagai media promosi sangat potensial. Apalagi jika kualitas dari cerita dan segala sinematografi pada film tersebut sangat bagus, akan memunculkan sebuah *hype* atau sebuah fenomena yang menarik dan besar bagi masyarakat. Contohnya dapat kita ambil pada film-film animasi terkenal keluaran *Disney*. Meskipun latar tempat dan cerita pada film-film tersebut adalah fiksi, namun banyak orang justru

tertarik untuk melihat replika dan mengunjungi lokasi dari latar tempat pada film tersebut, yang direalisasikan di *Disney World*.

Di Indonesia sendiri, banyak film yang mengambil tempat sebagai lokasi *shooting* yang pada akhirnya banyak dikunjungi oleh wisatawan. Contohnya adalah film *5 cm*. Film *5 cm* merupakan film yang mengisahkan tentang 5 orang sahabat yang pergi mendaki Gunung Semeru, dalam perjalanannya menuju puncak Semeru, banyak problematika yang mereka hadapi. Selain lokasi, pengambilan gambar yang menarik serta pemilihan tempat-tempat yang keren di tempat tersebut, membuat penonton terdorong untuk ikut berkunjung ke tempat yang digunakan sebagai lokasi *shooting* film tersebut. Saat film ini terbit dahulu, banyak orang baik pendaki ataupun wisatawan biasa yang ingin juga mengunjungi Gunung Semeru, untuk ikut merasakan sensasi berada di tempat yang sudah mereka tonton.

Kemudian Film yang menjadi fokus bahasan dalam penulisan ini, yaitu Film *Bumi Manusia*. Film *Bumi Manusia* efektif tayang pada tanggal 15 Agustus 2019 ini, bercerita tentang kisah dua anak manusia yang meramu cinta di atas pentas pergelutan tanah kolonial awal abad 20, memiliki alur cerita yang cocok untuk dinikmati oleh masyarakat berusia 17 tahun ke atas. Film yang disutradarai Oleh Hanung Bramantyo ini sukses meraih banyak penghargaan dan juga telah ditonton oleh banyak orang di bioskop dengan total penayangan 1,3 juta penonton lebih saat ditayangkan di layar lebar.

Dilansir dari *www.suara.com* Desa Wisata Gamplong merupakan lokasi yang dipilih oleh Hanung Bramantyo selaku sutradara film tersebut karena sebelumnya merupakan sebuah tanah kosong yang disulap sebagai tempat *shooting*. Untuk mendukung proses pembuatan Film Bumi Manusia, Hanung menyiapkan kompleks baru yang memiliki *setting* Kota Surabaya pada Era 1908. Desa Wisata Gamplong adalah sebuah desa wisata yang merupakan bagian dari Desa Sumberrahayu, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa Wisata Gamplong pada awalnya hanya sebuah lokasi yang dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar sebagai pusat kerajinan tenun. Namun setelah lokasi tersebut digunakan sebagai lokasi *shooting* Film Bumi Manusia, tempat tersebut semakin terkenal. Desa Wisata Gamplong memiliki beberapa atraksi yang menjadi daya tarik, diantaranya Mini *Hollywood* ala Studio Alam Gamplong, Musium Film Bumi Manusia, dan pusat kerajinan tenun.

Maka berdasarkan latar belakang di atas, penulis memilih judul “Pengaruh Film Bumi Manusia Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Desa Wisata Gamplong” untuk menganalisa apakah Film Bumi Manusia, memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan di Desa Wisata Gamplong. Selain itu penulis juga tertarik untuk mengkaji seberapa besarkah pengaruh film dalam mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat variabel Film Bumi Manusia berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Desa Wisata Gamplong?
2. Variabel Film Bumi Manusia manakah yang paling berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan di Desa Wisata Gamplong?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih fokus dan mendalam, maka penulis memandang permasalahan penulisan yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Untuk itu, penulis membatasi variabel yang hanya berkaitan dengan “pengaruh film” dan “minat kunjungan”. Minat kunjungan dipilih karena sumber minat kunjungan adalah faktor yang menentukan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui apakah variabel Film Bumi Manusia berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Desa Wisata Gamplong.
2. Untuk mengetahui variabel Film Bumi Manusia manakah yang paling berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan di Desa Wisata Gamplong.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat baik secara teoritis maupun praktis

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisata di Destinasi Wisata Gamplong, selanjutnya diharapkan agar penelitian ini menjadi landasan bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian yang sejenis dalam rangka meningkatkan kemampuan pemecahan masalah.

2. Manfaat Praktis

- a. Diharapkan dalam penelitian ini dapat memberikan gambaran bagi pihak pengelola wisata mengenai fenomena pariwisata yang terjadi di destinasi wisata.
- b. Selain itu dalam penelitian ini juga agar dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi pengelola wisata dan evaluasi untuk meningkatkan kualitas destinasi.
- c. Harapan lain dalam penelitian ini agar dapat dijadikan sebagai bahan referensi terkait penelitian yang akan datang.
- d. Untuk menjadi bahan bacaan mahasiswa lain untuk menambah pengetahuan terkait fenomena yang terdapat di industri pariwisata khususnya dari sisi pengelola industri pariwisata juga dari sisi wisatawan.