

## MOTIVASI WISATAWAN DOMESTIK DALAM MENIKMATI PERTUNJUKAN ADAT DI BALI

**Made Handijaya Dewantara**

Email: made.handijaya@pmbms.ac.id

Universitas Prasetiya Mulya

### *Abstract*

*This research was conducted based on knowing the motivation for the arrival of domestic tourists in attending and enjoying traditional performances in various villages in Bali. The method used is descriptive with a qualitative approach supported by the focus group discussion (FGD) method and in-depth online interviews where the analysis is carried out using several theories thematically and discussed in a narrative manner. The purpose of this study was to find out how the motivation of domestic tourists to come and enjoy traditional performances in villages in Bali. The motivational variables that the researcher uses consist of push and pull, event attachment, socializing, excitement, event novelty, escape, and family togetherness. Through research on ten informants with predetermined characteristics, as well as the motivational variables used, the result of the highest motivation for domestic tourists to attend traditional performances is to discover new things (event novelty) and the lowest motivation in enjoying traditional performances is family togetherness.*

**Keywords:** *Traditional Performances, Motivation of Domestic Tourists, Village, Bali*

### **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan atas dasar untuk mengetahui motivasi terhadap kedatangan wisatawan domestik dalam menghadiri dan menikmati pertunjukan adat di berbagai desa yang ada di Bali. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif didukung dengan metode Focus Group Discussion (FGD) dan in-depth interview secara *online* di mana analisis dilakukan dengan menggunakan sejumlah teori secara tematik dan dibahas secara naratif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motivasi wisatawan domestik untuk mendatangi dan menikmati pertunjukan adat di desa yang ada di Bali. Variabel motivasi yang peneliti gunakan terdiri dari *push and pull, event attachment, socializing, excitement, event novelty, escape, dan family togetherness*. Melalui riset kepada sepuluh informan dengan karakteristik

yang sudah ditentukan, serta variabel motivasi yang digunakan, hasil motivasi kedatangan wisatawan domestik untuk menghadiri pertunjukan adat tertinggi adalah untuk menemukan hal baru (*event novelty*) dan dengan motivasi terendah dalam menikmati pertunjukan adat adalah kebersamaan keluarga (*family togetherness*).

**Kata Kunci:** Pertunjukan Adat, Motivasi Wisatawan Domestik, Desa, Bali

## 1. Pendahuluan

Pandemi telah berjalan selama hampir dua tahun di Bali. Selama rentang tahun tersebut, sektor pariwisata di pulau dewata juga cukup terdampak. Data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Bali menunjukkan penurunan drastis kedatangan wisatawan internasional hingga 83,26% dari tahun 2019 ke 2020. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memprediksi hampir dua juta orang akan kehilangan pekerjaan di sektor pariwisata akibat pandemi. Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Provinsi Bali menyebutkan puluhan hotel bahkan harus ditutup karena tidak mampu lagi membiayai operasional mereka (Budiyanti, 2020).

Harapan muncul pasca dibuka kembalinya terminal domestik Bandara Ngurah Rai di bulan Juli 2020. Bersamaan dengan itu, pemerintah pusat menyelenggarakan program bekerja dari Bali (*work from Bali*) dan meminta jajaran Kementerian membantu memulihkan pariwisata pulau dewata (Kristina, 2020; Paramita & Putra, 2020). Pelaku pariwisata di Bali kembali berbenah. Mereka kemudian mempersiapkan sumber daya pariwisata yang ada, salah satunya wisata pertunjukan (Anggarini, 2021).

Bali dikenal sebagai destinasi budaya yang kaya dengan atraksi pertunjukan adat. Pertunjukan adat ini berlangsung mulai dari skala di desa adat, kecamatan, kabupaten, hingga provinsi. Pertunjukan adat didefinisikan sebagai suatu perhelatan yang ditujukan kepada pengunjung, baik yang dikemas maupun belum dikemas sebagai atraksi wisata, dengan

menyampaikan nilai-nilai budaya adat setempat (Rahayu, 2020). Pertunjukan adat tersebut mulai dari pertunjukan Ogoh-Ogoh, tarian Bali, pegelaran seni budaya, Kecak dan Barong, hingga iring-iringan menuju tempat ibadah. Pertunjukan adat selama ini merupakan magnet bagi wisatawan internasional untuk datang ke Bali (Putra & Lodra, 2019). Pertanyaan yang muncul kemudian, apakah wisatawan domestik memiliki motivasi yang sama seperti wisatawan internasional dalam menikmati dan menonton pertunjukan adat?

Di tengah situasi pandemi Covid-19, Bali mempunyai tantangan dalam mendatangkan wisatawan internasional. Insan pariwisata di Bali mulai beralih untuk menargetkan pangsa pasar domestik (Budiasa et al., 2021). Meskipun demikian, menarik pangsa pasar domestik bukanlah hal yang mudah. Mendatangkan jumlah wisatawan domestik yang sesuai target atau lebih, menjadi harapan, kelebihan, serta solusi berharga di masa pandemi. Pertunjukan adat tradisional sebagai sumber daya pariwisata di Bali hendaknya dimaksimalkan dalam mencapai target pemerolehan wisatawan domestik tersebut.

Untuk memahami pangsa pasar domestik dan minat mereka dalam berwisata sembari menikmati pertunjukan adat, studi ini mengangkat topik motivasi wisatawan domestik dalam menikmati pertunjukan adat di Bali. Penelitian ini merumuskan sebuah pertanyaan penelitian sebagai berikut: bagaimana motivasi wisatawan domestik untuk menikmati event pertunjukan adat di Bali? Dengan mendekati maksud dan tujuan dari penelitian ini, peneliti memiliki tujuan riset yaitu mengetahui motivasi wisatawan domestik dalam menikmati pertunjukan adat di Bali berdasarkan sejumlah variabel, antara lain *pull and push factors*, *socializing*, *excitement*, *place attachment*, *event novelty*, *family togetherness*, dan *escape*.

## **2. Konsep dan Teori**

### **2.1 Konsep Pertunjukan Adat**

Beberapa ahli memiliki pendapat yang berbeda mengenai pengertian dari pertunjukan adat, walaupun definisi jelas mengenai istilah baru ini belum tergalil terlalu dalam. Pertunjukan adat didefinisikan sebagai sebuah perayaan atau ritual yang bersifat umum tidak berhubungan secara langsung dengan ritual keagamaan (Akhoondnejad, 2016). Pendapat lainnya menyebutkan bahwa pertunjukan adat adalah kemeriahan yang dilakukan oleh masyarakat adat dalam rangka memperingati kejadian bersejarah (J.-H. Kim & Jang, 2016). Pengertian tersebut memberikan petunjuk bahwa pertunjukan adat adalah pesta masyarakat adat yang dijalankan dalam rangka mengenang kejadian-kejadian yang memiliki nilai sejarah dan norma adat istiadat.

Beberapa pertunjukan adat diklasifikasikan menurut fungsi dan kegiatannya. Pertunjukan adat pertama adalah berupa pertunjukan seni, seperti seni tari dan seni lukis, yang biasanya digunakan dalam rangka mengapresiasi suatu kesenian daerah, atau pelestarian budaya yang dimiliki masyarakat adat setempat (Yan & Halpenny, 2019). Pertunjukan adat kedua adalah pertunjukan berupa pameran seni yang berperan untuk memamerkan produk-produk seni budaya yang dimiliki oleh masyarakat adat (Camarero et al., 2010). Pertunjukan adat berikutnya adalah pertunjukan musik, dengan menampilkan alat musik di daerah tersebut, ataupun berkolaborasi dengan pemusik modern (Bracalente et al., 2011). Pertunjukan adat berikutnya adalah pertunjukan sejarah yang mempunyai tujuan membantu wisatawan dalam mempelajari sisi historis dari suatu masyarakat adat (Duran & Hamarat, 2014). Pertunjukan adat kelima atau terakhir adalah pertunjukan dengan pemutaran film yang bertujuan memuat adegan-adegan penting saja dari suatu masyarakat adat (Falicov, 2016).

Di dalam seni pertunjukan adat, keberadaan budaya berperan penting dalam pengembangan dan peningkatan pariwisata (Akhoondnejad, 2016). Pertunjukan adat dalam konteks kepariwisataan dapat menarik wisatawan lebih lagi untuk berkunjung ke suatu tempat, khususnya jika lokasi pertunjukan adat ada di suatu destinasi wisata. Tidak ada yang pasti apakah destinasi wisata hadir lebih dulu diikuti pertunjukan adat, ataupun pertunjukan adat lah yang berperan sebagai faktor pendukung terbentuknya sistem kepariwisataan di suatu destinasi. Dapat dipahami bahwa pertunjukan adat merupakan salah satu bentuk atraksi wisata yang dimana dapat mengangkat seni budaya asli suatu daerah, yang membutuhkan campur tangan seluruh pemangku kepentingan dan kebijakan di kepariwisataan. Dengan kata lain, pertunjukan adat juga turut membantu kondisi ekonomi masyarakat di suatu destinasi, yaitu dengan cara menarik wisatawan lebih datang berkunjung ke destinasi tersebut.

## **2.2 Konsep Motivasi**

Memaknai motivasi dari wisatawan, terlebih wisatawan domestik hendaknya dapat dilihat dari konsep motivasi tersebut. Motivasi didefinisikan sebagai sesuatu yang menyebabkan orang bertindak melalui dorongan untuk mempengaruhi tingkah laku seseorang agar seseorang itu tergerak hatinya (Prentice, 2004). Motivasi juga bisa bermakna hal yang membuat adanya keinginan bertindak sesuatu yang tanpa disadari guna melaksanakan sesuatu sehingga mencapai tujuan atau hasil tertentu (Mahika, 2011). Motivasi juga bisa berarti sebuah keadaan (aktivitas) dimana seseorang mengarah berdasarkan tujuan yang dimilikinya (Y. G. Kim & Eves, 2012). Motivasi mempunyai beberapa istilah lainnya seperti dorongan, keinginan, ataupun hasrat.

Dapat dimaknai bahwa motivasi merupakan segala sesuatu yang mendorong seseorang yang dapat dilihat dari dalam diri seseorang, yang

kemudian akan bisa mengakibatkan orang tersebut bertindak melaksanakan sesuatu, tanpa disadari bertindak melaksanakan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan (Mahika, 2011; Prentice, 2004). Motivasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar yaitu *physical motivation* (motivasi secara fisik), *cultural motivation* (motivasi secara budaya), *social motivation* (motivasi sosial) atau *interpersonal motivation* (motivasi interpersonal), dan *fantasy motivation* (motivasi imajinatif) (Kozak, 2002; Mahika, 2011).

### 2.3 Teori

Sebuah acara pertunjukan pada umumnya menghasilkan berbagai hasil sosial, tetapi tidak diketahui apakah wisatawan domestik memiliki sisi *emotional responses* terhadap berjalannya suatu event pertunjukan (Nicholson & Pearce, 2001). Motivasi menjadi salah satu faktor dari penikmat pertunjukan adat dalam menonton sebuah event (Vadim et al., 2021). Masing-masing pengunjung akan memiliki alasan yang berbeda-beda dan motivasinya terpengaruhi oleh faktor “*push*” dan “*pull*”. Faktor *push* dapat dimaknai sebagai faktor yang bisa mendorong orang untuk meninggalkan rumah dan lingkungan kesehariannya, yang pada umumnya berasal dari sisi internal wisatawan itu sendiri. Biasanya, faktor “*push*” diikuti dengan keinginan untuk keluar untuk sementara dari kehidupannya sehari-hari sekaligus kemudian mencari hal baru melalui proses berinteraksi sosial (Viviers & Slabbert, 2014). Di sisi lain, faktor “*pull*” dapat didefinisikan sebagai daya tarik dari suatu pertunjukan atau *event* untuk membuat orang untuk menikmati pertunjukan tersebut di lokasinya. Faktor “*pull*” diikuti dengan adanya sejumlah kesempatan mengeksplorasi destinasi wisata tersebut seperti meliputi *social opportunities*, *cultural experiences*, dan infrastruktur pariwisata yang disediakan pengelola destinasi (Smith et al., 2010; Viviers & Slabbert, 2014).

Motivasi pengunjung dalam mengikuti pertunjukan dapat dibagi menjadi enam bagian, yaitu *cultural exploration*, *novelty*, *recover equilibrium*, *family togetherness*, *known - group socialization*, dan *external interaction* (Jiang & Chen, 2019). *Cultural exploration* atau eksplorasi budaya mendiskusikan mengenai keinginan untuk menjadi lebih akrab terhadap suatu budaya dan memiliki pengalaman terhadap budaya di suatu *event*. Kategori *novelty* dimaknai ketika wisatawan mencari pengalaman yang baru ataupun berbeda sehingga terdapat keunikan dari sebuah pertunjukan yang tidak bisa ditemukan dalam perjalanannya sebelumnya. Kategori *recovery equilibrium* mengandung makna ketika wisatawan ingin mencari ketenangan dan menjauhi sisi tekanan dari rutinitas mereka. Ada sebuah kondisi di mana wisatawan mendatangi sebuah event pertunjukan adat sebagai kesempatan untuk mendekatkan diri dengan keluarga mereka yang sering disebut *family togetherness*. Motivasi lainnya adalah berinteraksi dengan orang baru atau disebut dengan *known - group socialization*. Motivasi *external interaction* bermakna adanya interaksi antara pengunjung pertunjukan adat dengan pihak eksternal termasuk panitia dan pengisi acara pertunjukan (Backman et al., 1995).

Penyelenggara event pertunjukan adat beserta pemangku kepentingan di sektor pariwisata hendaknya dapat memahami dengan jeli motivasi wisatawan domestik ketika menikmati pertunjukan adat. Penyelenggara event nantinya akan lebih mudah untuk menyelenggarakan pengalaman acara yang berbeda dan membekas (Kwiatkowski et al., 2021). Pengalaman wisatawan dalam menikmati pertunjukan adat juga dapat dibentuk dari lokasi pertunjukan (*place attachment*), dapat bisa dihubungkan melalui interaksi sosial. Di dalam *place attachment* sendiri terdapat dua buah komponen yaitu *place identity* dan *place dependence*. Komponen *place identity* berkaitan dengan atmosfer yang dibuat oleh suatu tempat. Di sisi lain, komponen *place dependence* berhubungan

dengan kemampuan suatu lokasi dalam memenuhi kebutuhan individu akan interaksi sosial dan fisik. Selain itu, komponen lain yang dapat mengukur faktor *place attachment* adalah gaya hidup (*lifestyle*) dan interaksi sosial (*social bonding*) (Hixson et al., 2011).

Beberapa riset sebelumnya yang membahas mengenai motivasi wisatawan dalam menikmati pertunjukan juga dibahas dengan menampilkan sejumlah variabel. Sebuah riset menggunakan lima dimensi yaitu *socializing*, *excitement*, *event novelty*, *escape*, dan *family togetherness* untuk mengetahui motivasi wisatawan menikmati event (Hixson et al., 2011). *Socializing* merupakan cara bagu seseorang yang menghadiri pertunjukan adat dengan tujuan menikmati acara bersama kerabat, mengamati orang-orang yang datang dan menikmati apa yang acara tersebut suguhkan. *Excitement* merupakan kondisi di mana seseorang yang menghadiri pertunjukan adat dengan memiliki indikator seperti rasa penasaran dengan acara, rasa ingin merasakan pengalaman baru dan ingin menikmati pengalaman acara tersebut. Motivasi *event novelty* merupakan situasi ketika seseorang yang menghadiri acara dengan memiliki indikator seperti menyukai festival, dapat melihat dan melaksanakan bermacam-macam hal baru (Yolal et al., 2009). Motivasi *escape* merupakan kondisi ketika pengunjung ingin melaksanakan hal baru di luar rutinitas sehari-hari dan relaksasi dari tuntutan keseharian (Özdemir & Çelebi, 2018). Adapun motivasi *family togetherness* merupakan kondisi inginnya menikmati suguhan pertunjukan bersama keluarga melaksanakan kegiatan yang sama dan menyukainya.

### 3. Metode

Melalui kajian teori yang sudah dijalankan serta latar belakang permasalahan yang disusun, penelitian ini menggunakan paradigma interpretivis. Paradigma ini berkesesuaian dengan pendekatan kualitatif yang dipilih dalam proses pelaksanaan studi.



Sampel adalah bagian dari populasi penelitian untuk memperkirakan hasil dari suatu penelitian. Tujuan melaksanakan pengambilan sampel salah satunya adalah populasi atau jangkauan yang luas, sehingga tidak memungkinkan dilakukan pengambilan data pada seluruh populasi. Cara pengambilan sampel yang peneliti gunakan adalah teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Purposive sampling adalah metode pengambilan sampel dengan memilih sampel berdasarkan kriteria. Dalam pengelompokan kriteria, peneliti memilih untuk mendapatkan kriteria inklusi, yaitu kriteria sampel yang diinginkan peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Kriteria informan yang peneliti gunakan menjadi sampel penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Jumlah Informan: 8-10 orang Umur : 21 tahun - 30 tahun
- 2) Jenis Kelamin: Laki - Laki dan Perempuan
- 3) Domisili: luar Bali, bentuk pengumpulan data dilakukan secara online

Karakteristik: pernah berwisata ke Bali dalam lima tahun terakhir, dapat berdiskusi dan diwawancarai secara virtual, dan pernah menikmati salah satu dari jenis event pertunjukan adat yang digunakan sebagai objek kajian. Jenis event yang menjadi objek kajian: tari Barong, tari Kecak, pertunjukan wayang, pertunjukan sendratari, dan pertunjukan drama, serta pertunjukan lainnya.

Tabel 3.1 Tabel Informan FGD

No	Nama Informan	Asal	Pekerjaan	Kode
1	Jonathan	Jakarta	Mahasiswa	I1
2	Siska	Bogor	Swasta	I2
3	Florencia	Tangerang	Dokter	I3
4	Iwan	Bandung	Tidak Bekerja	I4
5	Joseph	Karawang	Mahasiswa	I5
6	Josephine	Tangerang	Mahasiswa	I6
7	Rafael	Jakarta	Swasta	I7
8	Andika	Bogor	Swasta	I8
9	Angelika	Jakarta	Mahasiswa	I9
10	Abdul	Jakarta	Tidak Bekerja	I10

Pasca pelaksanaan *focus group discussion*, peneliti kemudian menentukan lima informan dengan opini dan argumen yang paling berperan untuk menjawab rumusan permasalahan. Berdasarkan hasil FGD, terpilihlah lima informan untuk kegiatan *in depth interview* seperti yang terangkum pada tabel 4.

Tabel 3.2 Tabel Informan In-Depth Interview

No	Nama Informan	Asal	Pekerjaan	Kode
1	Jonathan	Jakarta	Mahasiswa	I1
2	Iwan	Bandung	Tidak Bekerja	I4
3	Joseph	Karawang	Mahasiswa	I5
4	Andika	Bogor	Swasta	I8
5	Abdul	Jakarta	Tidak Bekerja	I10

Peneliti menggunakan metode FGD untuk mencari dan menggali informasi terkait motivasi apa saja yang dimiliki wisatawan domestik event rural. FGD dilakukan dengan tujuan untuk dapat mendalami informasi berdasarkan diskusi kelompok informan. Selain itu, dikarenakan penelitian dilaksanakan pada saat adanya pandemi, maka FGD dilakukan secara online melalui Zoom secara virtual.

Peneliti kemudian memilih lima informan dari sepuluh informan FGD, untuk pelaksanaan *in depth interview*. Peneliti ingin mencari argumen lebih detail lagi lebih dalam mengenai pengalaman informan menghadiri pertunjukan adat ketika berwisata di Bali. Oleh karena adanya pandemi, maka *in depth interview* dilakukan secara online melalui Zoom secara virtual.

Peneliti mempunyai tujuh variabel berdasarkan kajian literatur sebelumnya. Peneliti menggunakan tujuh variabel tersebut untuk memperoleh gambaran motivasi wisatawan domestik terhadap event rakyat rural dari hasil jawaban informan. Peneliti kemudian menginterpretasikan dan memaparkan hasil analisis dalam bentuk FGD mapping. Peneliti juga turut membuat kode variabel motivasi, sehingga bukti penjelasan informan masih dapat diikuti secara jelas.

Tabel 3.3 Kode Variabel

No	Variabel Motivasi	Kode Variabel
1	<i>Push and Pull</i> – Faktor penarik dan pendorong	PP
2	<i>Socializing</i> – bersosialisasi	SC
3	<i>Family Togetherness</i> – kebersamaan keluarga	FS
4	<i>Place Attachment</i> – Keterikatan dengan lokasi	PA
5	<i>Excitement</i> – kegembiraan	ET
6	<i>Escape</i> – pelarian diri	ES
7	<i>Event novelty</i> – kebaruan pertunjukan	EN

Sumber: Tinjauan Teori

#### 4. Hasil dan Pembahasan

Pasca peneliti melaksanakan kegiatan FGD dan *in depth interview* kepada seluruh informan, pengolahan data tersebut dilakukan dengan cara pemetaan hasil FGD dari tujuh variabel di kajian literatur. Tujuh variabel penjabaran hasil FGD terungkap dalam hasil berikut.

##### 4.1 Hasil Penelitian

###### 1) *Push and Pull* (Faktor Penarik dan Pendorong)

Dalam variabel motivasi wisatawan domestik dalam menikmati pertunjukan adat di Bali, berasal dari adanya faktor pendorong dan faktor penarik (*pull and push factor*). Faktor pendorong (*push factor*) merupakan faktor yang dimiliki wisatawan domestik yang berasal dari diri mereka. Sejumlah informan (I1, I3, I5) menyebutkan bahwa mereka merasa bosan dan jenuh berada di rumah sehingga ingin berkunjung ke Bali dan menikmati pertunjukan adat. Adapun informan lainnya (I4, I6, I7, dan I8) menyampaikan bahwa mereka selalu penasaran dengan sisi magis dari pertunjukan adat yang ada di Bali.

Di sisi lain, faktor penarik juga mempunyai posisi yang tidak kalah pentingnya. Faktor penarik ini berasal dari hal yang dimiliki oleh pertunjukan adat di Bali itu sendiri. Beberapa informan (I9, I8, dan I10) menuturkan bahwa pertunjukan adat di Bali bersifat unik karena berasal dari adat penduduk di Bali itu sendiri). Informan lainnya (I2, I3, dan I5)

menyebutkan bahwa pertunjukan adat di Bali mengingatkan kembali pada kejayaan sejarah Bali maupun di Pulau Jawa sehingga selalu menarik untuk dikunjungi. Informan lainnya mengaitkan antara lokasi pertunjukan adat di Bali yang dekat dengan atraksi wisata seperti Pura Uluwatu dan Pura Tanah Lot (I6, I7, dan I8).

## 2) *Socializing* (Bersosialisasi)

Bersosialisasi adalah salah satu motivasi bagi wisatawan, khususnya individual dalam menikmati suatu event maupun berkunjung ke suatu destinasi. Memerankan karakteristik sebagai makhluk sosial adalah alasan yang logis mengingat wisatawan domestik dapat bercengkerama dengan rekan atau keluarganya, ataupun memperoleh teman baru. Beberapa informan (I2, I6, dan I7) menuturkan bahwa di pelaksanaan pertunjukan adat mereka biasanya akan berkomunikasi dengan aktor atau pelaku pertunjukan untuk memaknai dan menggali informasi lebih jauh perihal norma dan nilai adat yang disampaikan di dalam event.

Beberapa informan menuturkan bahwa mereka menghadiri pawai Ogoh-Ogoh sebelum hari Nyepi dan pertunjukan tari Barong saat perayaan Galungan di Bali dengan sebuah persiapan yang matang (I6, I8, dan I9). Persiapan yang matang tersebut mencakup berkoordinasi dengan keluarga atau teman-teman yang diajak bersama-sama untuk berkunjung ke Bali. Informan 1 (I1) bahkan menggunakan pertunjukan adat untuk mempererat tali silaturahmi antara dirinya dengan rekan-rekannya. Jawaban dari para informan tersebut menggambarkan betapa beragamnya makna bersosialisasi sebagai salah satu motivasi dalam menonton suatu pertunjukan adat bagi wisatawan domestik. Satu hal yang menarik adalah wisatawan domestik mempunyai perilaku berwisata (*traveling behavior*) secara bergerombol atau berkumpul sehingga dapat dioptimalisasi melalui pertunjukan adat.

### 3) *Family Togetherness* (Kebersamaan Keluarga)

Variabel yang cukup lekat dengan bersosialisasi adalah menjaga kebersamaan bersama dengan keluarga. Wisatawan domestik mempunyai karakter yang senang berlibur bersama keluarga, seperti pasangan, anak, ataupun sepupu dan keponakan. Pertunjukan adat dipandang sebagai kegiatan yang membantu menyelaraskan motivasi kebersamaan keluarga dengan berlibur ke Bali. Informan 5 (I5) menyebutkan bahwa awalnya ketika ia diajak untuk menikmati pertunjukan festival layang-layang di Bali, dia kurang tertarik. Namun setelah orang tuanya mengajak dan memberikan informasi menarik tentang festival tersebut, informan ini langsung tergugah untuk kemudian berlibur dan menyaksikan pertunjukan tersebut.

Informan 8 (I8) juga menyebutkan hal yang hampir mirip. Awalnya informan ini kurang tertarik untuk berkunjung ke Bali pada saat hari raya Galungan. Informan ini sempat berkeinginan untuk mencari hari lain berlibur ke Bali bersama rekan-rekannya. Namun karena dalam kunjungan tersebut orang tuanya menceritakan keseruan hari raya Galungan di Bali, informan ini berpendapat bahwa dengan berwisata bersama keluarga, dia bisa menghemat anggarannya.

### 4) *Place Attachment* (Keterikatan dengan Lokasi)

Motivasi wisatawan domestik dalam menonton dan mendatangi pertunjukan adat untuk menikmatinya adalah keterikatan dengan lokasi dan destinasi tersebut. Artinya, destinasi lokasi diselenggarakannya pertunjukan adat hendaknya juga mempunyai sisi yang atraktif untuk menggugah wisatawan datang ke sana. Bali merupakan pulau yang kaya dengan destinasi wisata yang atraktif, yang juga dipengaruhi oleh menariknya sisi alam dan natural di dalamnya. Beberapa informan (I7, I9, dan I10) menyatakan bahwa awalnya mereka tertarik dengan suatu destinasi terlebih dulu, yaitu Ubud, lalu kemudian melihat ada sebuah

pertunjukan adat yaitu tari barong, dan kemudian mereka tertarik untuk menikmatinya dengan mengunjunginya. Pendapat informan ini bermakna bahwa destinasi lokasi pertunjukan adat haruslah menarik terlebih dulu, sebelum mampu menarik minat wisatawan domestik hadir ke sana.

Variabel *place attachment* tidak mengerucut hanya semata terkait sisi atraktif dari destinasi. Kemampuan destinasi untuk membangun suasana (*atmosphere and ambience*) juga menjadi faktor pendukung. Di sisi lain, lokasi pertunjukan adat hendaknya memenuhi kebutuhan sosial dari pengunjung selama di sana. Infrastruktur pendukung seperti listrik, internet, air, fasilitas makanan dan minuman, hingga toilet menjadi pertimbangan dari wisatawan domestik ketika ingin menikmati pertunjukan adat. Dua orang informan (I3 dan I5) menuturkan bahwa awalnya mereka tertarik untuk menikmati suatu pertunjukan adat di sebuah desa wisata. Namun karena fasilitas toilet di desa wisata tersebut kurang bersih, mereka mengurungkan niat untuk menikmati suguhan pertunjukan adat lebih lanjut. Informan 6 (I6) menyatakan bahwa *place attachment* tidak berhubungan dengan kondisi panggung, peralatan audio, dan sisi visual dari lokasi pertunjukan. Informan ini menyadari bahwa mayoritas pertunjukan adat berlangsung di desa yang secara infrastruktur bisa jadi tidak sebaik di kota. Informan 8 (I8) meneguhkan pernyataan dari I6, meskipun demikian informan ini berharap dapat tinggal lebih lama di destinasi lokasi dari pertunjukan adat diselenggarakan. Informan 3 (I3) menyebutkan bahwa *place attachment* sangat dipengaruhi oleh sisi alam yang dimiliki destinasi tersebut. Misalnya saja Ubud yang kaya dengan suasana alam yang masih asri, sehingga mendukung wisatawan domestik untuk menggali pertunjukan adat lebih lanjut di area tersebut.

##### 5) *Excitement* (Kegembiraan)

Wisatawan domestik yang menikmati pertunjukan adat di Bali mempunyai motivasi untuk menggairahkan lagi diri mereka. Bali dikenal

sebagai destinasi wisata *self healing* dan *wellness*. Sejumlah informan (I3, I4, dan I6) menyatakan bahwa mereka merasa bergairan dan bergembira ketika menikmati pertunjukan tari kecak di kawasan Pura Uluwatu. Selain memperoleh suasana *ambiance* yang menakjubkan, disertai dengan atmosfer pura yang sakral, melalui pemahaman cerita tari kecak, mereka juga memahami esensi kehidupan dan makna perjalanan hidup.

Mengembangkan sisi *excitement* bukanlah hal yang mudah yang bisa diraih oleh pertunjukan adat. Informan 2 (I2) merasa bahwa tidak mungkin membandingkan antara sisi *excitement* yang ditimbulkan oleh pertunjukan adat dan pertunjukan yang lebih modern seperti konser. Di konser, kegembiraan dapat ditopang oleh teknik pencahayaan yang baik serta *sound effect* yang menarik. Informan 4 (I4) menyebutkan bahwa sisi *excitement* ketika menikmati pertunjukan adat adalah validasi dari apa yang dilihat di internet yang dibuktikan ketika menikmatinya. I4 mencontohkan pertunjukan Omed-Omedan yang berlangsung di Desa Ssetan sehari pasca hari Nyepi. Awalnya informan ini tidak percaya dengan festival berciuman yang dibacanya di sebuah situs internet. Namun, dengan menontonnya secara langsung dan memvalidasinya, informan ini kemudian merasa gembira. Beberapa ritual juga membuat sejumlah informan merasa bergairah (I5 dan I7). Misalnya saja ada ritual tari keris di Bali saat pertunjukan Calonarang yang menurut informan ini merupakan hal yang baru (*exciting*) untuk ditelaah.

#### 6) *Escape* (Pelarian Diri)

Wisatawan domestik yang berkunjung ke Bali pada umumnya ingin melepaskan diri dari kesibukan dan rutinitas kesehariannya. Hal ini sekaligus menjadi motivasi yang bisa dimanfaatkan dalam menikmati pertunjukan adat. Menikmati pertunjukan adat bisa berfungsi sebagai pelarian atau relaksasi dari wisatawan domestik yang selama ini fokus dengan pekerjaan atau bisnisnya di kota-kota besar. Sejumlah informan

(I5,I6,I7, dan I8) menyebutkan bahwa menonton pertunjukan adat di sejumlah desa di Gianyar adalah bentuk *escape* dari keramaian dan kebisingan destinasi wisata di Kuta, Legian, dan Seminyak. Pendapat ini bermakna bahwa pertunjukan adat ternyata bisa menjadi wadah wisata alternatif wisatawan yang bisa jadi sudah bosan dengan *stream* wisata Bali selama ini.

Beberapa informan senang untuk mengikuti pertunjukan adat di lokasi yang tidak terlalu populer di Bali (I1, I2, I6, dan I8). Tujuannya adalah karena mereka ingin mencoba berlibur ke destinasi yang tidak sama karakternya dengan kota asal mereka. Mengikuti pertunjukan adat dan menikmati di destinasi tidak populer tersebut kemudian dimasukkan ke dalam rencana perjalanan mereka (*itinerary*). Pendapat sejumlah informan ini bermakna bahwa pertunjukan adat bisa berperan dalam mempopulerkan destinasi di Bali, misalnya di daerah Bali Utara, agar bisa sejajar dengan destinasi lainnya di Bali Selatan.

#### 7) *Event Novelty* (Kebaruan Pertunjukan)

Variabel terakhir yang menjadi motivasi wisatawan domestik dalam menikmati pertunjukan adat adalah kebaruan dari pertunjukan itu sendiri. Wisatawan domestik melihat bahwa *event* pertunjukan, terlebih yang bersifat adat istiadat di Pulau Bali, selalu tampil baru dan inovatif. Hal ini disampaikan oleh sebagian besar informan (I1,I2,I3,I4,I5,I7,I8, dan I9). Kebaruan ini ada karena kemampuan seniman di Bali dalam mengkreasikan karya seni mereka, membuat adat di Bali senantiasa relevan dengan modernisasi, dan kolaborasi antara pertunjukan adat tradisional dan modern yang dikemas secara kontemporer. Sejumlah informan (I4, I5, dan I7) mengaku sangat senang ketika menonton pertunjukan wayang kulit di sebuah desa wisata di Bali, dan ini adalah untuk pertama kalinya mereka senang dengan sebuah pertunjukan wayang kulit. Salah satu faktor penyebabnya adalah kebaruan pertunjukan wayang



kulit tersebut, dengan memadukan antara lakon cerita masa kini dan lakon pewayangan, serta kemampuan dalang dalam meracik pertunjukan dengan teknologi visual dan audio yang atraktif.

Beberapa informan (I6, I8, dan I9) menyampaikan bahwa pertunjukan di Bali mempunyai titik kesakralan yang tinggi, yang dapat memberikan kesan spiritualistis penikmatnya. Beberapa pertunjukan bahkan hanya digelar pada hari-hari tertentu, atau digelar hanya sekali dalam tiga atau lima tahun. Hampir semua informan menyebutkan bahwa mereka tidak pernah menjumpai pertunjukan adat yang ada di Bali, di daerah manapun sejauh mereka berwisata.

## 4.2 Pembahasan

Hasil FGD sekaligus *in depth interview* menunjukkan bahwa mayoritas pendapat informan menuju kepada pencarian kebaruan *event* (*event novelty*) sebagai motivasi utama menikmati pertunjukan adat di Bali. Motivasi lainnya yang cukup sering muncul adalah upaya pelarian diri (*escape*) dan membuat diri semakin bahagia dan bergairah (*excitement*). Ketiga motivasi utama ini dapat dikaitkan dengan sejumlah konsep mengenai *event novelty*, *excitement* pada pertunjukan adat, dan upaya *escaping* dari rutinitas sehari-hari.

Event yang mengandung sisi kebaruan muncul dari sebuah inovasi (Yolal et al., 2009). Inovasi ini bisa jadi muncul dari inisiatif penyelenggara event secara internal, ataupun rekomendasi dari pengunjung event sebelumnya, yang disampaikan dalam bentuk *feedback* (Jiang & Chen, 2019). Kebaruan event di Bali sebenarnya sudah tampak dari latar belakang agama hingga budaya yang menginspirasi. Pelaku pertunjukan adat di Bali hanya perlu untuk mempertahankan adat tersebut untuk mencegah kekhasan dari pertunjukan.

Membangun kegairahan dan kebahagiaan selama pertunjukan adat membutuhkan sinergi dari masyarakat lokal dan panitia penyelenggara (Hixson et al., 2011). Kegairahan sudah bisa dirancang melalui bentuk promosi di media komunikasi, baik secara virtual maupun cetak. Kegairahan juga bisa diwujudkan dengan menyisipkan unsur-unsur pengetahuan dan edukasi dalam perhelatan pertunjukan adat (Jiang & Chen, 2019). Beberapa panitia pertunjukan event juga cukup sering menambahkan sisi aktivitas interaktif antara pelaku event. Salah satu pertunjukan adat di Bali yang memberikan interaksi pelaku dan pengunjung adalah tarian joged bumbung, di mana penari dan pengunjung sama-sama menari.

Hampir seluruh informan dalam riset ini mengaku berkunjung ke Bali sebagai bagian dari pelarian diri mereka (*escaping*) dari rutinitas sehari-hari. Pertunjukan adat dipertimbangkan sebagai salah satu media *escape* yang cukup ampuh dikarenakan ada informasi baru yang muncul mengenai destinasi di pertunjukan ini (Hixson et al., 2011; Nicholson & Pearce, 2001). Pertunjukan adat juga berperan untuk memberikan tawaran aktivitas bagi wisatawan domestik apabila mereka jenuh berada di hotel atau di atraksi wisata yang terlalu umum (*mainstream*) (Kwiatkowski et al., 2021). Upaya pelarian diri juga membantuk wisatawan domestik untuk keluar sebentar dari hiruk pikuk destinasi wisata, karena pada umumnya mereka pun berasal dari daerah yang cukup ramai.

## 5. Simpulan dan Rekomendasi

Pada proses pemulihan pariwisata Bali, di tengah pandemi, penting untuk memahami motivasi wisatawan domestik dalam menikmati pertunjukan adat, sebagai salah satu atraksi budaya. Penyelenggara pertunjukan adat termasuk pelaku sektor pariwisata tentu berharap untuk mendatangkan wisatawan atau audience yang dapat memahami, bersantai, memiliki *push and pull* ketika destinasi, memiliki *place attachment* dengan

destinasi wisata, bersosialisasi (*socializing*), merasa berbahagia dan bergairah (*excitement*), menemukan hal yang baru dan unik (*event novelty*), melarikan diri sejenak dari rutinitas (*escape*), dan turut menikmatinya bersama dengan keluarga (*family togetherness*). Hasil penelitian dengan sejumlah informan, melalui metode FGD dan interview, dengan rentang demografis yang beragam menghasilkan temuan motivasi yang berbeda-beda namun masih berada dalam kerangka variabel tersebut. Motivasi yang berbeda ini mempengaruhi minat mereka dalam rangka menikmati dan mendatangi sebuah *custom event* (pertunjukan adat).

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa rata-rata informan mempunyai motivasi untuk menikmati pertunjukan adat karena ingin menemukan kebaruan dalam pertunjukan yang diikuti sebelumnya. Sebagian besar informan selama ini hanya menikmati pertunjukan adat khas Jawa atau Sumatra, sehingga melihat keunikan event (*event novelty*) di Bali menjadi motivasi lebih mereka. Di sisi lain, sedikit informan yang mempunyai motivasi menikmati pertunjukan adat atas alasan menjalin kebersamaan bersama keluarga.

Pada dasarnya pertunjukan adat yang berlangsung selama ini di Bali telah mempunyai kebaruannya. Meskipun demikian hasil riset ini dapat memberikan sejumlah rekomendasi baik kepada pelaku event pertunjukan adat maupun masyarakat untuk memperdalam konsep dan filosofis Bali di dalam *event* yang disuguhkan. Filosofis mendalam khas Bali berperan sangat penting dalam meneguhkan ciri khas serta diferensiasi event budaya tersebut dibandingkan dengan pertunjukan lainnya. Diferensiasi nantinya akan menjadi hal yang unik dari destinasi tersebut sehingga wisatawan tidak hanya mendatangi pertunjukan adat tersebut, melainkan juga menginap lebih lama di destinasi lokasi pertunjukan adat.

## Daftar Pustaka

- Akhoondnejad, A. (2016). Tourist loyalty to a local cultural event: The case of Turkmen handicrafts festival. *Tourism Management*, 52, 468–477.
- Anggarini, D. T. (2021). Upaya Pemulihan Industri Pariwisata Dalam Situasi Pandemi COVID-19. *Jurnal Pariwisata*, 8(1), 22–31.
- Backman, K. F., Backman, S. J., Uysal, M., & Sunshine, K. M. (1995). Event tourism: An examination of motivations and activities. *Festival Management and Event Tourism*, 3(1), 15–24.
- Bracalente, B., Chirieleison, C., Cossignani, M., Ferrucci, L., Gigliotti, M., & Ranalli, M. G. (2011). The economic impact of cultural events: The Umbria Jazz music festival. *Tourism Economics*, 17(6), 1235–1255.
- Budiasa, I. M., Jendra, I. W., & Nurjaya, I. W. (2021). PERBANDINGAN STRATEGI MANAJEMEN HOTEL BERBINTANG DI BALI MENGHADAPI COVID-19. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 1(1), 10–18.
- Budiyanti, E. (2020). Dampak virus corona terhadap sektor perdagangan dan pariwisata Indonesia. *Info Singkat XII*, (4).
- Camarero, C., Garrido, M. J., & Vicente, E. (2010). Components of art exhibition brand equity for internal and external visitors. *Tourism Management*, 31(4), 495–504.
- Duran, E., & Hamarat, B. (2014). Festival attendees' motivations: The case of International Troia Festival. *International Journal of Event and Festival Management*.
- Falicov, T. L. (2016). The “Festival Film”: Film festival funds as cultural intermediaries. In *Film Festivals* (pp. 227–247). Routledge.
- Hixson, E. J., Vivienne, S., McCabe, S., & Brown, G. (2011). Event attendance motivation and place attachment: An exploratory study of young residents in Adelaide, South Australia. *Event Management*, 15(3), 233–243.
- Jiang, Y., & Chen, N. C. (2019). Event attendance motives, host city evaluation, and behavioral intentions: An empirical study of Rio 2016. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Kim, J.-H., & Jang, S. (2016). Memory retrieval of cultural event experiences: Examining internal and external influences. *Journal of Travel Research*, 55(3), 322–339.
- Kim, Y. G., & Eves, A. (2012). Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management*, 33(6), 1458–1467.

- Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism Management*, 23(3), 221–232.
- Kristina, N. M. R. (2020). Pemulihan Ekonomi Pariwisata Bali di Era New Normal. *CULTOURE: Culture Tourism and Religion*, 1(2), 136–142.
- Kwiatkowski, G., Kurdyś-Kujawska, A., Janiszewska, D., & Ossowska, L. (2021). VISITORS MOTIVATION TO ATTEND THE FESTIVAL OF EDIBLE FLOWERS. *Journal of Gastronomy and Tourism*.
- Mahika, E.-C. (2011). Current trends in tourist motivation. *Cactus Tourism Journal*, 2(2), 15–24.
- Nicholson, R. E., & Pearce, D. G. (2001). Why do people attend events: A comparative analysis of visitor motivations at four South Island events. *Journal of Travel Research*, 39(4), 449–460.
- Özdemir, G., & Çelebi, D. (2018). Exploring dimensions of slow tourism motivation. *Anatolia*, 29(4), 540–552.
- Paramita, I. B. G., & Putra, I. G. G. P. A. (2020). New Normal Bagi Pariwisata Bali Di Masa Pandemi Covid 19. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 5(2), 57–65.
- Prentice, R. (2004). Tourist motivation and typologies. *A Companion to Tourism*, 261–279.
- Putra, I. P. W. C., & Lodra, I. N. (2019). Pertunjukan Budaya Keseharian Masyarakat Lokal Bali sebagai Wisata Estetik. *Sosial Budaya*, 16(2), 93–103.
- Rahayu, E. W. (2020). *Mang-tè mang the Traditional Event of the Madurese People as a Blessing Ceremony*. 1008–1013.
- Smith, S., Costello, C., & Muenchen, R. A. (2010). Influence of push and pull motivations on satisfaction and behavioral intentions within a culinary tourism event. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(1), 17–35.
- Vadim, G., Olga, K., & Ekaterina, L. (2021). ETHNOCULTURAL AGRARIAN TRADITIONS: SOCIO-CULTURAL DIMENSION OF DEVELOPMENT. *Научный Альманах Стран Причерноморья*, 1 (25).
- Viviers, P.-A., & Slabbert, E. (2014). *Should arts festivals focus on push or pull factors in marketing efforts?*
- Yan, N., & Halpenny, E. (2019). The role of cultural difference and travel motivation in event participation: A cross-cultural perspective. *International Journal of Event and Festival Management*.
- Yolal, M., Çetinel, F., & Uysal, M. (2009). *An examination of festival motivation and perceived benefits relationship: Eskişehir International Festival*. 10(4), 276–291.

**Profil Penulis**

Made Handijaya Dewantara saat ini bekerja sebagai dosen di Universitas Prasetiya Mulya, Jakarta. Beliau memperoleh gelar Master dari Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne pada bidang manajemen pariwisata dan hospitality.