

INTISARI

Kajian tentang hubungan antara film dan pariwisata semakin berkembang, menunjukkan bahwa film sebagai media komunikasi sekaligus hiburan, memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi dan pengambilan keputusan wisatawan. Sejumlah penelitian sebelumnya membuktikan bahwa film mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi tertentu, menjadikannya salah satu alasan utama wisatawan untuk berkunjung. Motivasi wisatawan yang dipengaruhi film dapat digunakan untuk mengkategorikan mereka ke dalam berbagai tipologi wisatawan terinduksi film. Gamplong Studio Alam, sebagai destinasi wisata sekaligus studio film, merupakan contoh nyata dari destinasi yang terinduksi film. Penelitian ini bertujuan untuk mengkategorikan wisatawan terinduksi film berdasarkan teori Macionis (2004), tiga tipologi berdasarkan teori tersebut, yaitu *serendipitous film tourists*, *general film tourists*, dan *specific film tourists*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif, dengan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada orang-orang yang pernah mengunjungi Gamplong Studio Alam. Hasil analisis akan menentukan rata-rata skor motivasi tertinggi untuk menggolongkan wisatawan ke dalam salah satu dari tiga tipologi wisatawan menurut Macionis (2004).

Kata kunci: tipologi dan motivasi wisatawan, film-induced tourism, Gamplong Studio Alam

ABSTRACT

The study of the connection between film and tourism has been growing, showing that film, as a medium of communication as well as entertainment, has a significant influence on tourists' motivation and decision-making processes. Previous studies have been proven that film can increase the number of tourist visits to certain destinations, making it one of the main reasons for tourists to visit. Tourist motivation influenced by film can be used to categorize them into various film-induced tourist typologies. Gamplong Studio Alam, as both a film studio and a tourist destination, is a clear example of a film-induced destination. This research aims to categorize film-induced tourists based on Macionis' (2004) theory, which classifies them into three typologies: serendipitous film tourists, general film tourists, and specific film tourists. This study uses a quantitative method with descriptive analysis, with data obtained through the distribution of questionnaires to individuals who have visited Gamplong Studio Alam. The analysis results will determine the highest average motivation score to classify tourists into one of the three tourist typologies according to Macionis (2004).

Keywords: tourist typology and motivation, film-induced tourism, Gamplong Studio Alam