

INTISARI

Topik penelitian mengenai peranan musik di destinasi wisata mulai berkembang dalam beberapa tahun terakhir di Eropa, Amerika bahkan di Asia, namun di Indonesia topik penelitian ini masih belum banyak diteliti, apalagi yang berhubungan dengan musik tradisional di destinasi wisata perkotaan. Padahal musik sangat penting untuk promosi pemasaran perkotaan, pembentukan citra positif destinasi dan memiliki dampak positif dalam membangkitkan suasana hati wisatawan. Selain itu, musik dapat menciptakan serta meningkatkan pengalaman yang baik dan menyenangkan di destinasi wisata. Penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih lanjut motivasi dan persepsi wisatawan dengan melakukan survei terhadap wisatawan yang menyaksikan pertunjukan musik angklung Malioboro di kota Yogyakarta yang dikenal dengan kota budaya dan kesenian yang beragam. Memahami bagaimana musik dapat memotivasi dan dipersepsikan wisatawan perlu diselidiki lebih lanjut, karena dapat memberikan efek positif bagi destinasi wisata serta dapat membantu pengelola destinasi untuk memastikan efektivitas perencanaan dan manajemen destinasi. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner online dan wawancara kepada pemusik angklung untuk mengkonfirmasi hasil. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan motivasi dan persepsi wisatawan terhadap pertunjukan musik angklung sebagai daya tarik wisata, serta mampu menciptakan suasana yang menyenangkan bagi wisatawan di destinasi. Penelitian ini memberikan wawasan holistik mengenai motivasi dan persepsi wisatawan terhadap pertunjukan musik di destinasi wisata kota, dan implikasi praktis bagi peneliti selanjutnya serta manajemen dalam pengembangan destinasi wisata.

Kata Kunci: Motivasi Wisatawan, Persepsi Wisatawan, Angklung Malioboro, Daya Tarik Wisata Musik.

ABSTRACT

The study of music in tourist destinations has been developed in recent years in Europe, the United States, and Asia. However, previous studies overlook the role of traditional music in urban tourism destinations, specifically in Indonesia. Music is essential to promote an urban destination, build destination image, lighten tourists' mood, as well as create and improve experience values during destination visits. The present study aims to explore further tourist motivation and perception who watch angklung performances in Malioboro, Yogyakarta. It is also consistent that Yogyakarta is a popular destination for its culture and arts. The way how music affects tourist motivation and perception requires further investigation. Data was collected quantitatively by online survey, observation, as well as and interview to validate findings. The results show that there is a positive and significant influence among tourist motivation and perception of angklung performances, as a tourist attraction. Moreover, a lack of collaboration occurs between angklung players, destination managers, and stakeholders. This study suggests holistic information in terms of tourist motivation and perception towards musical performances within the urban destination, and practical implications for future research, as well as management of tourism destination development.

Keywords: tourist motivation, tourist perception, Malioboro angklung musical performances, music tourism