BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia adalah sebuah negara yang mempunyai keanekaragaman budaya yang sangat kaya, tercermin pada tingginya antusiasme masyarakat dan pemerintah dalam menyelenggarakan festival budaya di berbagai daerah. Hal ini dibuktikan melalui program KEN atau Karisma *Event* Nusantara dalam hal ini di selenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bertujuan untuk menjadikan acara tersebut sebagai daya tarik utama pariwisata Indonesia. Pada tahun 2026, KEN menampilkan 125 *event* terpilih dari 38 provinsi di seluruh wilayah Indonesia (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia 2026). Tingginya jumlah usulan *event* dari seluruh penjuru nusantara mencerminkan betapa besar potensi dan semangat daerah dalam mengembangkan berbagai jenis *event*, termasuk festival budaya, sebagai identitas dan daya tarik wisata masing-masing wilayah.

Festival budaya memiliki peran yang unik karena bukan hanya sekadar menjadi sarana hiburan, melainkan juga membawa aspek pendidikan dan perwujudan identitas suatu kelompok. (Getz *and* Page 2024) menunjukkan bahwa acara budaya yang berakar dari komunitas berfungsi sebagai platform untuk mengungkapkan identitas bersama yang menghubungkan masyarakat setempat dengan pengunjung dari luar daerah. Pertemuan ini menciptakan pengalaman yang berarti, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan kunjungan di masa mendatang. Pelaksanaan festival budaya di Indonesia terus mengalami pertumbuhan, sejalan dengan inisiatif pemerintah untuk memperkuat pariwisata yang berbasis pada budaya sebagai fondasi utama dalam pengembangan tujuan wisata nasional.

Salah satu acara budaya yang berkembang secara berkelanjutan di Sumatera Utara adalah Festival Seni Jong Batak. Acara ini digagas oleh Rumah Karya Indonesia dan diadakan untuk pertama kalinya pada tahun 2014 di Medan. Nama “Jong Batak’s” terinspirasi dari semangat Jong Bataks Bond, organisasi pemuda pada masa pergerakan nasional yang turut berperan dalam momentum Sumpah Pemuda. Dengan mengangkat spirit tersebut, festival ini hadir sebagai ruang ekspresi seni dan budaya Batak yang menjembatani nilai-nilai tradisi dengan kehidupan generasi muda masa kini. Program yang disajikan mencakup pertunjukan musik tradisional, tari, teater, diskusi budaya, pameran, dan pasar kreatif, sehingga pengunjung tidak hanya

menjadi penonton pasif tetapi ikut mengalami dan memahami kebudayaan secara langsung.

Dalam perjalanan festival seni Jong Batak, perkembangan yang terjadi tidak selalu berjalan sesuai rencana. Sejak pertama kali diadakan, festival ini sempat mengalami pertumbuhan yang pesat hingga mencapai puncaknya dengan jumlah 9.400 pengunjung pada tahun 2018, sebelum akhirnya terjatuh secara drastis dan bahkan tidak dapat dilaksanakan pada tahun 2021 karena dampak pandemi Covid-19. Setelah masa pandemi, penyelenggaraan festival berlanjut pada tahun 2022, tetapi jumlah pengunjung belum menunjukkan pemulihan yang konsisten menuju angka tertinggi sebelum adanya pandemi. Studi ini akan berfokus pada pengamatan terhadap empat edisi festival pascapandemi tersebut, yaitu dalam rentang waktu 2022 hingga 2025, seperti yang disajikan dalam tabel berikut.

Table 1 Data Jumlah Pengunjung Jong Batak's Arts Festival Tahun 2022-2025

Tahun	Jumlah Pengunjung	Kenaikan/Penurunan
2022	3.486 Pengunjung	-
2023	3.345 Pengunjung	- 4,04%
2024	2.264 Pengunjung	- 32,32%
2025	5.215 Pengunjung	+130,30%

Sumber: Data Resmi Panitia Jong Batak's Arts Festival (2022 - 2025)

Berdasarkan tabel di atas, jumlah pengunjung Jong Batak's Arts Festival berfluktuasi secara signifikan. Pada tahun 2022, jumlah pengunjung tercatat 3.486 orang, kemudian menurun 4,04% pada tahun 2023 menjadi 3.345 orang. Penurunan berlanjut dan semakin tajam pada tahun 2024, yakni sebesar 32,35% menjadi hanya 2.264 pengunjung. Meskipun pada tahun 2025 terjadi lonjakan besar sebesar 130,43% menjadi 5.215 pengunjung. Secara akumulatif, total kedatangan sepanjang keempat edisi tersebut (2022 - 2025) tercatat sebanyak 14.310 kedatangan. Pola fluktuasi yang tajam ini, termasuk pemulihan yang belum stabil menuju capaian tertinggi pada tahun 2018, mengindikasikan bahwa hal tersebut menunjukkan perlunya memahami faktor yang mendorong pengunjung untuk kembali hadir. Kondisi ini secara langsung mengarah pada pertanyaan mengenai peran citra *event* dalam membentuk *revisit intention* pengunjung Jong Batak's Arts Festival.

Minat kunjungan ulang pengunjung (*revisit intention*) didefinisikan sebagai keinginan serta dorongan pengunjung untuk berkunjung kembali ke suatu tempat atau *event* yang pernah dikunjungi sebelumnya, didasarkan atas kepuasan dan pengalaman yang dirasakan (Kozak 2001). Konsep ini mencerminkan kecenderungan seseorang tidak hanya untuk kembali hadir, tetapi juga untuk merekomendasikan pengalaman tersebut kepada orang lain. Dalam penyelenggaraan festival budaya, keinginan untuk mengunjungi kembali menjadi salah satu indikator utama yang menunjukkan keberlanjutan acara. Pengunjung yang memiliki minat tinggi untuk kembali hadir cenderung menjadi bagian dari audiens setia yang turut membangun reputasi festival dari edisi ke edisi.

Beberapa elemen dalam hal ini dianggap sangat berpengaruh dalam meningkatkan niat serta keinginan untuk berkunjung kembali adalah citra dari acara tersebut. Citra acara merupakan gambaran menyeluruh yang terbentuk di benak para pengunjung mengenai keseluruhan pengalaman mereka saat mengikuti suatu acara, yang mencakup kualitas program, suasana, nilai budaya, layanan, dan fasilitas yang disediakan (Getz *and* Page 2024). Dalam perspektif manajemen merek, Festival Seni Batak Jong dapat dilihat sebagai sebuah merek, dan citra acara yang terasosiasi dengannya adalah representasi dari merek tersebut. Citra yang positif dan stabil akan membantu membangun kepercayaan pengunjung, mengurangi keraguan, kemudian pada akhirnya menstimulus keinginan untuk kembali hadir (Demir et al. 2025).

Sejumlah penelitian terdahulu mendukung hubungan antara citra dan perilaku kunjungan. Mulyani *and* Ferdian (2023) menemukan bahwa persepsi terhadap suatu destinasi memberikan dampak positif yang berarti pada kunjungan ulang wisatawan di Kota Padang. Penelitian (Maria et al. 2024) menyatakan bahwa persepsi destinasi serta tingkat kepuasan wisatawan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berkunjungan lagi. Dalam konteks citra acara yang lebih terfokus, penelitian (Yulistira *and* Fathor 2024) menunjukkan bahwa citra acara memengaruhi peningkatan niat kunjungan kembali bagi pengunjung desa wisata. Penelitian (Gulo *and* Tambunan 2025) juga menemukan bahwa citra acara memengaruhi keputusan berkunjung pada *Event* F1 *Powerboat* yang berlangsung pada area Danau Toba. Penemuan-penemuan tersebut mendukung pernyataan bahwasannya sebuah citra, baik itu dalam hal tujuan wisata maupun acara, adalah elemen krusial yang memengaruhi perilaku kedatangan para pengunjung.

Hubungan antara citra *event* dan minat kunjungan ulang dapat dipahami dengan Teori Perilaku Terencana (Ajzen 1991), yang menunjukkan secara jelas bahwasannya citra yang positif bisa menciptakan sikap yang mendukung terhadap acara, yang pada gilirannya memengaruhi niat hadir kembali. Penelitian (Li et al. 2020) dengan jelas terlihat bahwasannya persepsi publik terhadap acara memiliki dampak positif pada keinginan untuk kembali berkunjung. Penelitian (Wahyuni, Jalaludin, *and* Detmuliati 2025) juga mengungkapkan bahwa citra pariwisata yang digabungkan dengan nilai-nilai budaya memberikan pengaruh positif terhadap minat pengunjung untuk kembali. Oleh karena itu, citra acara yang terbentuk dalam pikiran pengunjung Festival Seni Jong Batak memiliki potensi besar untuk menjadi faktor penentu mengenai keinginan mereka untuk kembali di acara selanjutnya.

Walaupun banyak penelitian telah mengeksplorasi hubungan antara citra acara dan niat kunjungan ulang, mayoritas masih terfokus pada konteks acara besar dan festival yang bersifat komersial. Penelitian terdahulu seperti (Paramita, Wulandari, *and* Salsabila 2025) dan (Yulistira *and* Fathor 2024) menguji citra *event* pada festival fashion dan desa wisata, namun belum ada yang mengkaji festival budaya etnis berbasis komunitas dengan karakteristik penyelenggaraan periodik seperti Jong Batak's Arts Festival. Perbedaan konteks ini signifikan karena loyalitas pengunjung pada festival etnik dipengaruhi oleh dimensi identitas budaya yang tidak ada pada festival komersial, sehingga faktor-faktor pembentuk citra dan dampaknya terhadap minat kunjungan ulang dapat berbeda secara substansial.

Berdasarkan penjelasan yang telah diberikan, ada kebutuhan untuk melakukan pengujian secara empiris mengenai seberapa besar citra acara yang diciptakan pada Jong Batak's Arts Festival 2025 dapat memengaruhi minat kunjungan kembali para pengunjung. Penelitian ini disusun untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei penyebaran kuesioner kepada para pengunjung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah dimensi citra *event,* yaitu kualitas program seni dan atraksi, suasana dan atmosfer *event,* nilai budaya dan keunikan *event*, kualitas pelayanan

panitia, fasilitas dan kenyamanan *venue*, serta aksesibilitas dan lokasi acara, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang pengunjung pada Jong Batak's Arts Festival?

2. Apakah dimensi citra *event,* yaitu kualitas program seni dan atraksi, suasana dan atmosfer *event,* nilai budaya dan keunikan *event*, kualitas pelayanan panitia, fasilitas dan kenyamanan *venue*, serta aksesibilitas dan lokasi acara, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang pengunjung pada Jong Batak's Arts Festival?
3. Seberapa besar pengaruh citra *event* terhadap minat kunjungan ulang pengunjung pada Jong Batak's Arts Festival?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

1. Untuk menguji pengaruh keenam dimensi citra *event* secara parsial terhadap minat kunjungan ulang pengunjung pada Jong Batak's Arts Festival.
2. Untuk menguji pengaruh keenam dimensi citra *event* secara simultan terhadap minat kunjungan ulang pengunjung pada Jong Batak's Arts Festival.
3. Untuk menganalisis besaran pengaruh citra *event* terhadap minat kunjungan ulang pengunjung pada Jong Batak's Arts Festival.

1.4 Kontribusi/Manfaat Tugas Akhir

1. Bagi Penulis

   Tugas akhir ini memberikan nilai tambah bagi penulis dengan memberikan kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam penelitian kuantitatif di sektor manajemen acara dan perilaku pengunjung. Penulis mendapatkan wawasan yang lebih dalam mengenai hubungan antara citra acara dan niat untuk berkunjung kembali, serta kemampuan dalam menganalisis data statistik menggunakan software seperti SPSS.
2. Bagi Rumah Karya Indonesia

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi Rumah Karya Indonesia sebagai penyelenggara Jong Batak's Arts Festival. Temuan mengenai pengaruh citra *event* terhadap minat kunjungan ulang dapat digunakan untuk menyusun strategi peningkatan kualitas *event*,

penguatan promosi, serta penciptaan pengalaman pengunjung yang lebih berkesan.

3. Bagi Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia

   Tugas akhir ini juga berfungsi sebagai referensi tambahan bagi mahasiswa di Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia, khususnya bagi mereka yang mendalami topik serupa dalam bidang manajemen pariwisata dan acara. Penelitian ini juga memiliki potensi menjadi sumber informasi di perpustakaan kampus serta dapat menjadi contoh dalam penerapan metode kuantitatif untuk menganalisis perilaku wisatawan pada acara budaya yang melibatkan komunitas.