

**KOMERSIALISASI INDUSTRI PARIWISATA FESTIVAL
GION MATSURI SEBAGAI TRADISI BUDAYA JEPANG DI
KYOTO**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra



INDAH TRI WAHYUNI

2009110009

PROGRAM STUDI BAHASA DAN SASTRA JEPANG

FAKULTAS SASTRA

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2013

Universitas Darma Persada Jakarta

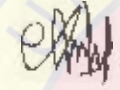
Fakultas Sastra

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

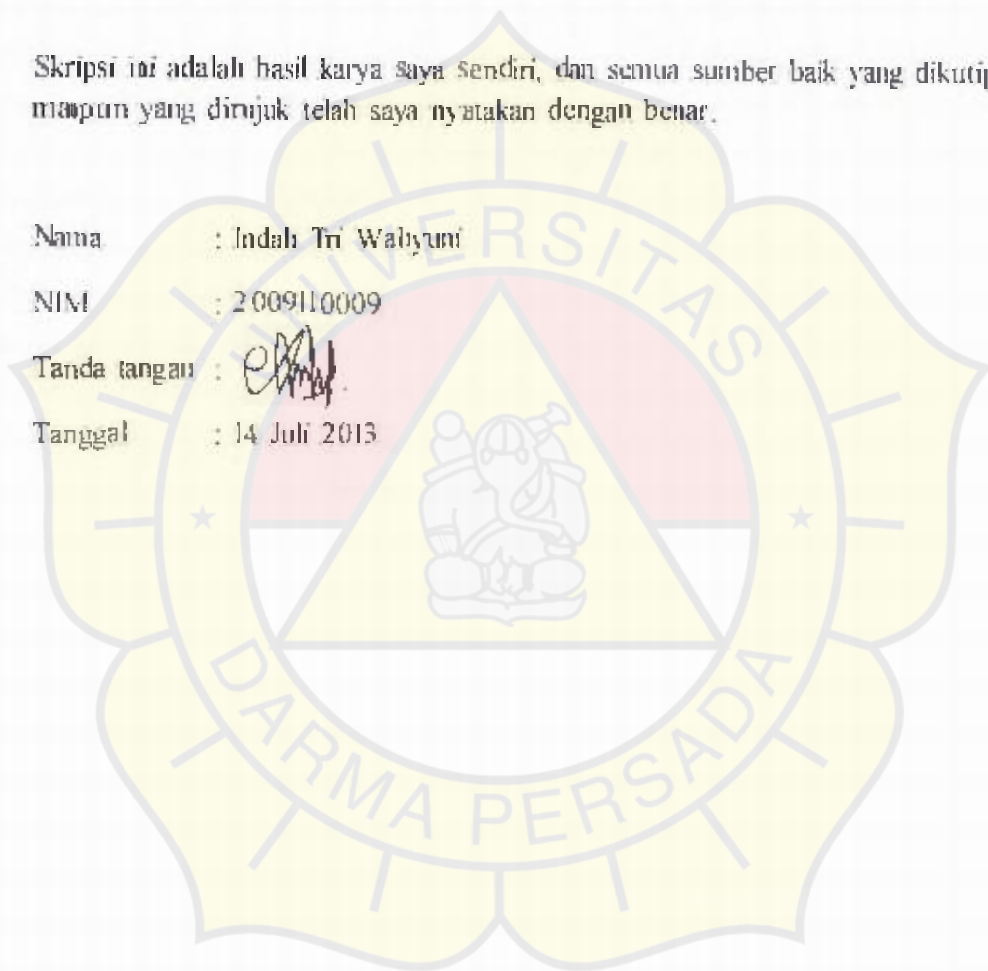
Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Indah Tri Wabyuni

NIM : 2009110009

Tanda tangan : 

Tanggal : 14 Juli 2013



Universitas Darma Persada Jakarta

Fakultas Sastra

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan pada hari Selasa, tanggal 16 Juli 2013

Oleh
DEWAN PENGUJI

Yang terdiri dari :

Pembimbing : Syamsul Bachri, SS, M.Si

Pembaca : Yessy Harun, SS, MPd

Ketua Penguji : Dr. Nani Dewi Sunengsih, SS, MPd

Disahkan pada hari Selasa, tanggal 16 Juli 2013

Ketua Program Studi,

Hari Setiawan, MA

Dekan,

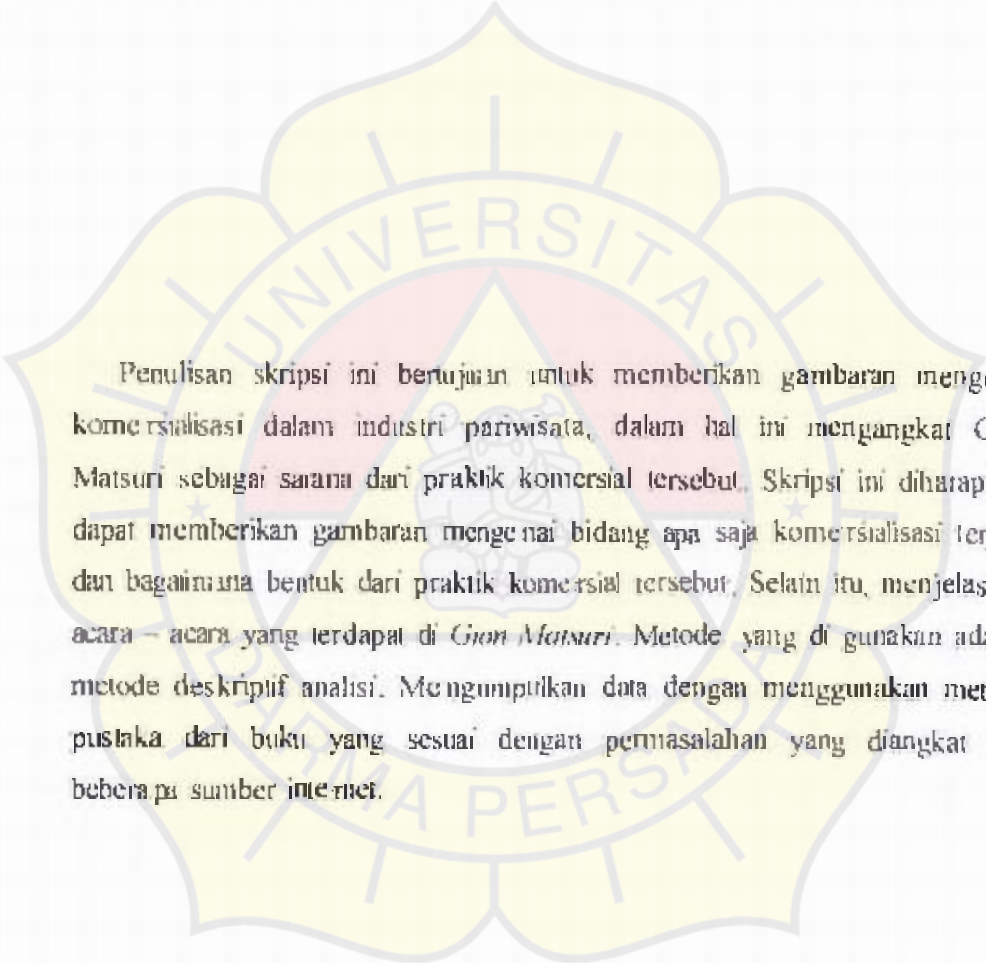
Syamsul Bachri, SS, M.Si

ABSTRAKSI

Nama : Indah Tri Wahyuni

Program Studi : Sastra Jepang (S1)

Judul : KOMERSIALISASI INDUSTRI PARIWISATA FESTIVAL
GION MATSURI SEBAGAI TRADISI BUDAYA JEPANG DI KYOTO



Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai komersialisasi dalam industri pariwisata, dalam hal ini mengangkat Gion Matsuri sebagai sarana dari praktik komersial tersebut. Skripsi ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bidang apa saja komersialisasi terjadi dan bagaimana bentuk dari praktik komersial tersebut. Selain itu, menjelaskan acara – acara yang terdapat di *Gion Matsuri*. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif analitis. Mengumpulkan data dengan menggunakan metode pustaka dari buku yang sesuai dengan permasalahan yang diangkat dan beberapa sumber internet.

Kata Kunci :

Praktik Komersialisasi, acara – acara yang terdapat di Gion Matsuri.

概略

名前 : インターナショナルユニ

学科 : 日本文学

題名 : 日本の文化の伝統にとって、京都で観光産業を商業する

論文では、観光産業の商業化の概要を提供することを目指して、この場合祇園祭は、日常習慣の手段として取ります。この論文は、どのような商業化のアイデアを与えることが期待され、がありますか。そしていろいろな祇園イベントを説明します。使用される方法は、記述的分析であります。提起された問題といくつかのインターネットソースを一致書籍のライブラリを使用してデータを収集します。

キーワード

商業化の練習、いろいろなイベントの祇園祭にある

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sastra Program Studi Sastra Jepang pada Fakultas sastra, Universitas Dharma Persada. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

- (1) Pak Syamsul Bachri selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- (2) Ibu Yessy Harun selaku dosen pembaca
- (3) Dekan Fakultas Sastra Pak Syamsul Bachri.
- (4) Ketua Jurusan Pak Hari Setiawan,
- (5) Pembimbing Akademik dan para Dosen.
- (6) Pihak yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- (7) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- (8) Sahabat saya Agung Andrewis, Poppy, Merry, dan Nuraini yang telah mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua piliak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 14 Juli 2013

Penulis

Indah Tri Wahyuni



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
HALAMAN PERSETUJUAN LAYAK UJI	ii
ABSTRAK	iii
概略	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penulisan	5
1.4 Metode Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
1. Pengertian Festival	7
2. Pengertian Pariwisata	8
2.1 Pariwisata Budaya	10
2.2 Industri Pariwisata	12
3. Pengertian Komersialisasi	15
BAB III PELAKSANAAN KYOTO GION MATSURI	17
3.1 Sejarah Perjalanan Gion Matsuri	17

3.2 Organisasi Pelaksanaan Gion Matsuri	19
3.3 Mikoshi Dalam Kyoto Gion Matsuri	21
3.4 Yamaboko	22
3.4.1 Sejarah Perkembangan Yamaboko	23
3.4.2 Jenis-jenis Yamaboko	24
3.5 Rangkaian Acara Kyoto Gion Matsuri	30
BAB IV KYOTO GION MATSURI SEBAGAI SARANA PRAKTIK KOMERSIAL INDUSTRI PARIWISATA	46
4.1 Potensial Komersial Gion Matsuri	46
4.2 Pelaksanaan Acara Gion Matsuri dan Komersialisasi Budaya	53
4.3 Bentuk Praktik Komersial Industri Pariwisata Melalui Gion Matsuri	55
BAB V KESIMPULAN	65
Daftar Pustaka	67
Glosarium	
Lampiran	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wisatawan memiliki berbagai motivasi untuk melakukan perjalanan tetapi pada dasarnya mereka memiliki satu kesamaan yaitu ingin melihat atau merasakan pengalaman mengenai suatu hal yang berbeda dari kehidupan sehari – hari mereka. Pengalaman tersebut dapat berupa keindahan alam dan atau perbedaan budaya. Sejak tahun 1980-an salah satu bidang pariwisata, yaitu wisata budaya itu sendiri adalah wisata heritage semakin mendapatkan perhatian. Wisata budaya itu sendiri adalah wisata dengan menjadikan kebudayaan sebagai atraksi menjadi kebudayaan asli tergeserkan. Hal ini disebabkan oleh adanya Komersialisasi kebudayaan yang terjadi pada sektor wisata budaya. Komersialisasi budaya ini menyebabkan penyajian suatu kebudayaan menyesuaikan dengan keadaan dan keinginan para wisatawan karena lebih mengutamakan sisi komersial. Namun, ada pula kebudayaan yang menjadi atraksi wisata tetapi dalam penyajiannya tidak menyesuaikan keinginan dan keadaan wisatawan. Komersialisasi dari wisata budaya ini terjadi pada industri pariwisata yang lain menyertai atraksi wisata tersebut. (Yoeti, hal 21, 2006)

Setiap negara memiliki kekayaan budayanya masing-masing, begitu pula dengan Jepang. Kekayaan budaya Jepang dapat berupa kuil Buddha maupun Shinto, bangunan bersejarah seperti benteng dan kekaisaran, seni pertunjukkan seperti *Bunraku* dan *Kabuki*, juga *Matsuri*. Salah satu bagian dari aktivitas budaya khas Jepang adalah *matsuri*. Kata *matsuri* berasal dari verba *matsuru*, yang berarti berdoa.

Menyembah, dan memuja dewa (神). Kegiatan tersebut merupakan salah satu perilaku yang ditujukan kepada Tuhan. Oleh karena itu, setiap aktivitas yang bertujuan untuk berdoa, menyembah, dan memuja dewa (神). Juga disebut sebagai *matsuri*. Pada dasarnya *matsuri* adalah bentuk ritual yang memfokuskan hubungan satu arah, manusia pada kami. Salah satu *matsuri* terbesar di Jepang adalah Gion Matsuri. Gion Matsuri adalah festival tahunan yang diadakan di Kyoto selama satu bulan penuh di bulan Juli. Kyoto adalah salah satu daerah tujuan wisata di Jepang. Kyoto masih banyak menyimpan kekayaan budaya tradisional karena memiliki sejarah yang panjang. Kyoto pertama kali didirikan Kaisar Kammu (737-806) dengan nama *Heian-Kyo* pada tahun 794. *Heian-Kyo* menjadi ibu kota Jepang selama lebih dari 1000 tahun hingga ibu kota dipindahkan ke Tokyo pada tahun 1868. Sejarah yang panjang ini membuat Kyoto menjadi pusat perkembangan kebudayaan Jepang saat itu.

Pada awal Gion Matsuri diadakan untuk menghilangkan epidemi suatu wabah penyakit kulit akibat bencana banjir yang melanda Jepang sekitar tahun 869. Banjir ini membawa penyakit menular yang melanda masyarakat Jepang. Untuk mengusir epidemi tersebut, upacara pertemuan roh (*Gion Goryou-e*) diadakan bersama dengan menancapkan 66 *Hoko*, sejenis tombak kapak yang digunakan sebagai senjata untuk menghilangkan epidemi menancapkan di tanah di Taman *Shinsen* (di persimpangan antara Jalan *Oike* dan Jalan *Omaya*, distrik Nakagyo). Upacara *Gion Goryou-e* itu sendiri adalah parade mengantarkan miniatur kuil (*mikoshi*) yang dipercaya merupakan kendaraan dewa, berkeliling kota. Parade miniatur kuil inilah yang akhirnya menjadi salah satu acara utama dari Gion Matsuri. Pada abad ke-14, pelaksanaan Gion Matsuri semakin meriah dengan ditambahkan parade *yamahoko*, sebutan untuk kereta yang ditarik, pada acara utama Gion Matsuri. *Yamahoko* itu sendiri didekorasi dengan hiasan-hiasan yang mewah dan saat ini menjadi salah satu daya tarik utama dari Gion Matsuri.

Esensi Matsuri merupakan sebuah sarana spiritual untuk berhubungan dengan para dewa (神) atau roh leluhur, selain itu dapat pula dilakukan untuk memenangkan roh jahat. Namun demikian, esensi sebuah matsuri dewasa ini mengalami perubahan. Ketika matsuri mulai populer di kalangan masyarakat, fokus pelaksanaan matsuri saat ini telah berubah menjadi sebuah hiburan atau tontonan. (Animonster 75, hal 13, 2005)

Hal ini terjadi pula dalam Gion Matsuri yang telah menarik banyak orang, baik yang berasal dari daerah Kyoto maupun dari luar Kyoto untuk menyaksikan Gion Matsuri bukan untuk tujuan ritual, melainkan untuk tujuan hiburan. Wisatawan datang untuk menyaksikan Gion Matsuri karena keunikan yang dimiliki matsuri tersebut, bukan karena esensi spiritual yang merupakan esensi awal ketika matsuri ini pertama kali diadakan. Dengan demikian, dapat pula ditarik kesimpulan bahwa Gion Matsuri telah menjadi sebuah objek tujuan wisata.

Wisatawan memiliki kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi sehingga timbullah hal yang disebut dalam dunia ekonomi sebagai permintaan. Untuk menjawab kebutuhan-kebutuhan tersebut, terbentuklah sebuah industri yang disebut dengan industri pariwisata. Sebagai sebuah industri, dalam pariwisata terdapat pihak-pihak penyedia produk yang disebut sebagai supplier. Para supplier ini menawarkan berbagai produk wisata kepada wisatawan yang sesuai dengan kebutuhan mereka seperti penginapan, makanan, transportasi, pemandu wisata, dan cenderamata. Para penyedia produk dan jasa tersebut juga berlomba-lomba melakukan inovasi atau melakukan promosi produk dan jasanya melalui Gion Matsuri seperti membuat pemak-pemik khas Gion Matsuri, memberikan diskon-diskon khusus selama Gion Matsuri, paket wisata khusus dengan Gion Matsuri sebagai salah satu objeknya, dan lain sebagainya agar menarik wisatawan menggunakan produk mereka.

Industri pariwisata dalam Gion Matsuri ini telah menjadikan Gion Matsuri sebagai sarana praktik kegiatan komersial. Gion Matsuri sebagai sarana praktik komersial dalam industri pariwisata inilah yang menjadi latar belakang dari penulisan skripsi ini.

1.2 Perumusan Masalah

Gion Matsuri telah menarik wisatawan untuk datang ke Kyoto. Orang-orang yang datang ke Kyoto tersebut dapat dikatakan sebagai wisatawan, sehingga Gion Matsuri dapat pula dipandang sebagai objek wisata yang mendorong terbentuknya industri pariwisata. Dalam sebuah industri, pihak-pihak yang terlibat bergerak dengan adanya motif komersial untuk mendapatkan keuntungan sehingga terjadi adanya komersialisasi budaya. Pihak penyediaan produk dan jasa dalam industri pariwisata ini melakukan praktik komersial dengan menjadikan Gion Matsuri sebagai sarana agar produk mereka dapat dibeli oleh wisatawan. Berdasarkan hal tersebut, muncullah pertanyaan yang akan dijawab melalui skripsi ini. Pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Apakah yang menyebabkan terjadinya praktik komersial dengan Gion Matsuri sebagai sarana penjualan produk oleh industri pariwisata?
2. Bagaimanakah bentuk praktik komersial yang dilakukan industri pariwisata dengan Gion Matsuri sebagai sarana untuk menjual produk wisata?
3. Apa saja kah produk wisata yang dijual dan ditawarkan pada praktik komersial Gion Matsuri?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sebab terjadinya praktik komersial dengan Gion Matsuri sebagai sarana penjualan produk oleh industri pariwisata.
2. Untuk mengetahui bentuk praktik komersial yang dilakukan industri pariwisata dengan Gion Matsuri sebagai sarana untuk menjual produk wisata adalah Sebagai sebuah industri.
3. Produk wisata yang di jual dan ditawarkan pada praktik komersial Gion Matsuri, Seperti penginapan, makanan, transportasi, pemandu wisata, dan cenderamata. Para penyedia produk dan jasa tersebut juga berlomba-lomba melakukan inovasi atau melakukan promosi produk dan jasanya melalui Gion Matsuri seperti membuat permak-permak khas Gion Matsuri, memberikan diskon-diskon khusus selama Gion Matsuri, paket wisata khusus dengan Gion Matsuri sebagai salah satu objeknya, dan lain sebagainya agar menarik wisatawan menggunakan produk mereka.

1.4 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah metode deskriptif analitis. Penulis mengumpulkan data dengan menggunakan metode pustaka dari buku yang sesuai dengan permasalahan yang diangkat dan beberapa sumber internet.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini akan dibagi menjadi lima bab yang secara garis besar akan dijelaskan sebagai berikut.

BAB I, merupakan Pendahuluan. Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang perumusan masalah, tujuan penulisan skripsi, metode penelitian yang digunakan, serta sistematika penulisan.

BAB II, adalah Landasan Teori yang di gunakan dalam menganalisa data. Dalam bab ini akan dijelaskan lebih lanjut mengenai industri pariwisata Gion Matsuri.

BAB III, adalah penjelasan mengenai Gion Matsuri. Bab ini menjabarkan mengenai penyelenggaraan Gion Matsuri. Penyelenggara tersebut meliputi sejarah dilaksanakannya Gion Matsuri, waktu dan tempat pelaksanaan, organisasi pelaksana, jenis - jenis *hoko* dan *yama*, serta susunan acara Gion Matsuri.

BAB IV, merupakan bab analisis. Dalam bab ini akan dijabarkan mengenai pelaksanaan Gion Matsuri dan kaitannya dengan pariwisata. Potensi komersial dari Gion Matsuri juga dibahas dalam bab ini. Dalam bab ini pula dijelaskan analisis mengenai praktik komersial yang dilakukan yang dilakukan industri pariwisata dengan menjadikan Gion Matsuri sebagai sarana untuk menjual produk mereka.

BAB V, adalah bab penutup. Pada bab ini akan diberikan kesimpulan dari analisa yang diberikan pada bab sebelumnya. Pada bagian ini juga akan disertakan daftar referensi yang digunakan dalam skripsi ini.