

Pariwisata Konten Berbasis Anime Sebagai Bentuk Strategi Promosi Pariwisata Jepang: Studi Kasus Anime Seishun Buta Yarou di Kota Fujisawa, Prefektur Kanagawa = Anime-Based Contents Tourism as a Tourism Promotion Strategy in Japan: A Case Study of Seishun Buta Yarou Anime Series in Fujisawa, Kanagawa Prefecture

Ilhamulkarim Shaquille Aziz, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20514647&lokasi=lokal>

Abstrak

Berdasarkan International Visitor Survey, 4,8% dari 31,8 juta wisatawan asing di Jepang tahun 2019 mengunjungi lokasi latar dari film dan anime Jepang. Kota Fujisawa merupakan kota yang bekerjasama dengan anime Seishun Buta Yarou untuk menarik kunjungan wisatawan di tahun 2018-2019. Penelitian ini membahas mengenai bentuk promosi yang dilakukan oleh kota Fujisawa bekerjasama dengan anime Seishun Buta Yarou. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif, yakni dengan memaparkan narasi anime Seishun Buta Yarou yang digunakan dalam promosi di kota Fujisawa, kemudian dianalisa menggunakan kajian contents tourism dan creative fandom dari Takayoshi Yamamura.

Berdasarkan data, ditemukan bahwa terdapat kenaikan jumlah wisatawan ke kota Fujisawa setelah penayangan anime di tahun 2018. Selain itu, partisipasi dari 3 elemen dari contents tourism tidak hanya terbatas pada peran masing-masing yang dipaparkan sebagai otoritas lokal, penggemar, dan juga pebisnis konten. Ketiga elemen tersebut berpartisipasi dalam mengembangkan narasi yang berasal dari anime Seishun Buta Yarou sehingga menghasilkan promosi yang lebih besar untuk kota Fujisawa.

.....According to International Visitor survey, 4.8% from 31.8 million foreign tourists to Japan in 2019 visited film and anime location. Fujisawa city collaborated with anime Seishun Buta Yarou to attract tourist in 2018-2019. This paper examines promotion done by Fujisawa City in their collaboration with anime Seishun Buta Yarou. Using qualitative and descriptive analysis method, this paper explains the narrative from Seishun Buta Yarou in Fujisawa promotion, then examines it with the concept of contents tourism and creative fandom from Takayoshi Yamamura. According to data, inbound tourist to Fujisawa increased after the anime aired in 2018. Also, it is explained that the participation from all 3 elements of contents tourism are not limited to what their role initially as local authorities, content businesses, and fans. All those 3 elements participated to expand the narrative story started from Seishun Buta Yarou, thus led to even bigger promotion for Fujisawa City.