

# **SIMULAKRA DALAM PARIWISATA INDONESIA: SEBUAH STUDI ATAS FENOMENA TAMAN HIBURAN JATIM PARK 3 DI KOTA BATU, JAWA TIMUR**

Amma Ghifar Ibrahim<sup>1</sup>

Department of Sociology, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Sebelas Maret, Surakarta  
(Corresponding email: [ammaghifar@student.uns.ac.id](mailto:ammaghifar@student.uns.ac.id))

## **Abstract**

*This study discusses the dinosaur simulacra found in the Jatim Park 3 theme park. Simulacra in theme parks are used by corporations to attract visitors' interest with the aim of capital accumulation. The research also explores how media narratives are utilized by corporations and how visitors engage in the consumption of signs related to the simulacra within the theme park. This is a qualitative study using a phenomenological approach, focusing on the phenomenon of simulacra present in Jatim Park 3. The data collection technique employed in this research is non-probability sampling with a purposive sampling approach. The criteria for informants in this study are as follows: they must be visitors of Jatim Park 3, have direct experience in the Dino Park attraction, and possess relevant knowledge related to the research subject. This study uses source triangulation to ensure data validity. The data analysis technique involves data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of the study show that Jatim Park 3 is filled with simulacra. These simulacra are presented through media narratives rich in hyperreality, which are used by corporations to attract visitors. Moreover, visitors engage in the consumption of simulacra signs in various ways, such as taking photos, interacting with, and playing with the simulacra present in the theme park. The simulacra in Jatim Park 3 are constructed by corporations through media narratives, and visitors consume these hyperreal signs, partly due to exposure to such narratives. Thus, simulacra are not only found within the physical attractions of the theme park but also exist externally through the media narratives conveyed.*

**Keywords:** *theme park, media narrative, simulacra, hyperreality sign consumption*

## **Abstrak**

Penelitian ini membahas mengenai simulakra dinosaurus yang terdapat di taman hiburan Jatim Park 3. Simulakra dalam taman hiburan digunakan oleh korporasi untuk menarik minat pengunjung dengan tujuan akumulasi kapital. Penelitian ini juga membahas bagaimana narasi media digunakan oleh korporasi dan bagaimana

konsumsi tanda yang dilakukan oleh pengunjung terhadap simulakra taman hiburan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang berfokus pada fenomena simulakra yang ada di taman hiburan Jatim Park 3. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik non probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Kriteria informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, pengunjung Jatim Park 3, merasakan pengalaman langsung di wahana Dino Park Jatim Park 3, dan memiliki pengetahuan terhadap objek pertanyaan penelitian. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber sebagai validitas data. Teknik analisis data dilakukan dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa taman hiburan Jatim Park 3 sarat dengan simulakra di dalamnya. Simulakra ini dimainkan dalam narasi media yang penuh dengan hiperrealitas, digunakan oleh korporasi untuk menarik minat pengunjung. Selain itu pengunjung melakukan konsumsi tanda simulakra di Jatim Park 3 dengan berbagai cara, diantaranya mengambil foto, berinteraksi dan bermain dengan simulakra yang ada di taman hiburan. Simulakra yang ada di Jatim Park 3 dimainkan oleh korporasi melalui narasi media kemudian pengunjung yang datang mengonsumsi tanda simulakra yang penuh hiperrealitas disebabkan salah satunya oleh paparan narasi media. Dengan begitu simulakra tidak hanya terdapat di dalam taman hiburan saja seperti dalam wahana-wahana melainkan juga di luar yaitu melalui narasi media yang disampaikan.

**Kata kunci: taman hiburan, narasi media, simulakra, konsumsi tanda hiperrealitas**

## **PENDAHULUAN**

Sejarah munculnya taman hiburan diawali dengan dibukanya Disneyland pada tahun 1955 di California, Amerika Serikat. Dibukanya Disneyland saat itu selanjutnya banyak memengaruhi korporasi yang bergerak di bidang pariwisata untuk menjadikannya sebagai model sarana rekreasional (Clave, 2007:1). Fenomena taman hiburan yang berkembang di seluruh dunia saat ini merupakan hasil dari proses panjang ekspansi perusahaan-perusahaan Amerika yang saat itu berusaha mencari pangsa pasar yang lebih luas untuk industri mereka (Yoshino, 2008). Dampak yang ditimbulkan dari perluasan pencarian wilayah bisnis baru ini adalah ikut mempengaruhi tren pariwisata di seluruh dunia. Banyak negara di dunia mulai meniru dan menerapkan konsep dan ide yang ada pada taman hiburan. Kebanyakan konsep dan ide yang digunakan merujuk pada Disneyland, yang merupakan pelopor dari taman hiburan. Hal ini kurang lebih sama seperti yang terjadi ketika tahun 1950-an akhir hingga 1960-an awal dimana banyak korporasi di Amerika Serikat berusaha meniru Disneyland hingga melahirkan beberapa taman hiburan serupa seperti Six Flags, Astroworld, dan Knott's Berry Farm (Kyriazi, 1976).

Sampai saat ini taman hiburan yang mengadopsi konsep dari Disneyland terus berkembang di seluruh dunia dengan berbagai penyesuaian dan ciri khas masing-masing terutama agar diterima oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Di Asia pembangunan dan pengembangan taman hiburan banyak menggabungkan pengaruh global dan lokal untuk menyesuaikan dengan preferensi wisatawan domestik (Kazdoy, 2005). Termasuk di Indonesia, taman hiburan seperti Jatim Park, Dufan, dan Taman Mini Indonesia Indah banyak mengadopsi dan mengimitasi konsep-konsep dari Disneyland tetapi juga memasukkan unsur budaya lokal dengan beberapa penyesuaian agar lebih mudah diterima oleh wisatawan dalam negeri.

Salah satu taman hiburan yang cukup terkenal di Indonesia adalah Jatim Park 3. Terletak di Kota Batu, Jawa Timur, Jatim Park 3 merupakan taman hiburan dengan konsep taman bermain sekaligus edukasi. Sebagai taman hiburan, Jatim Park 3 memiliki beberapa wahana sebagai media edukasi sekaligus hiburan bagi pengunjung. Ada lima wahana utama disini dengan tema yang berbeda-beda untuk setiap wahana. Kelima wahana tersebut adalah Dino Park, The Legend Stars, Millennial Glow Garden,

Fun Tech Plaza dan Museum Musik Dunia. Tema yang ada di setiap wahana berbeda-beda dan tidak berhubungan satu dengan yang lain. Seperti misalnya Dino Park yang merupakan wahana bertema dinosaurus dan The Legends Star yang berisi patung lilin tokoh terkenal di dunia. Meski tidak berhubungan satu sama lain kelima wahana utama tadi berada dalam satu lokasi yang sama. Karena alasan inilah Jatim Park 3 bisa disebut sebagai taman hiburan.

Sebagai sebuah kekuatan besar yang mampu memengaruhi pariwisata dunia, Disneyland dengan ide besarnya yang berupa dunia fantasi tidak terlepas dari kritik. Sifatnya yang artifisial dan instan membuat para akademisi terutama dari bidang ilmu sosial mengkritiknya (Teo dan Yeoh, 2001). Salah satunya adalah Jean Baudrillard yang terkenal dengan teori simulakra. Simulakra merupakan konstruksi pikiran imajiner terhadap suatu realitas tanpa menghadirkan realitas itu sendiri secara esensial. Baudrillard memandang Disneyland sebagai bentuk sempurna dari simulakra dimana Disneyland menampilkan sebuah dunia fantasi yang tidak pernah ada sebelumnya (Baudrillard, 1985). Sebuah dunia buatan yang tidak merujuk pada kenyataan melainkan menciptakan realitas dirinya sendiri.

Berdasarkan fenomena tersebut terdapat permasalahan yakni adalah sebagai berikut ini:

Bagaimana korporasi menggunakan narasi media berupa iklan di sosial media, laman resmi dan pamflet untuk menarik minat pengunjung Jatim Park 3?

Bagaimana pengalaman pengunjung ketika mengonsumsi tanda simulakra ketika berkunjung di Jatim Park 3?

## TINJAUAN PUSTAKA

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori simulakra yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Dalam teorinya, Baudrillard menjelaskan bahwa pada era pascamodern, realitas telah menghilang berganti dengan simulasi-simulasi atau simulakra. Menghilangnya realitas menurut Baudrillard adalah konsekuensi dari relasi antara teknologi, perkembangan ilmu pengetahuan, berhasilnya kapitalisme lanjut, konsumerisme, dan jatuhnya narasi-narasi besar era modern (Hidayat, 2021). Realitas dalam era pasca modern menurut Baudrillard tidak hanya bisa diceritakan atau disebarluaskan melainkan dapat dibuat dan disimulasikan sehingga batas antara yang nyata dan palsu menjadi tidak jelas. Contoh dari hal ini adalah taman hiburan Disneyland, Serial TV, Film dan *platform* media sosial seperti Instagram, Tik Tok dan Twitter.

Sebagai taman hiburan yang banyak meniru konsep Disneyland, Jatim Park 3 tidak terlepas dari simulakra di dalamnya. Wahana-wahana di Jatim Park 3 menggunakan simulasi-simulasi seperti wahana Dino Park yang merupakan simulasi kehidupan dinosaurus pada zaman prasejarah. Wahana lain yang ada di Jatim Park 3 juga menggunakan simulakra dalam menghibur pengunjung, sebagai contoh patung lilin tokoh tokoh dunia dan nasional. Dari penggambaran wahana di Jatim Park 3 yang mengadopsi simulasi dinosaurus dan patung lilin yang menjadi alasan dipilihnya teori simulakra Baudrillard sebagai landasan teori dalam penelitian ini.

Menurut Baudrillard (1981) taman hiburan Disneyland adalah bentuk simulakra paling nyata dalam kehidupan masyarakat era postmodern. Fantasi yang dibangun dan terdapat di taman hiburan adalah tiruan yang tidak merujuk pada realitas nyata manapun. Disneyland sebagai pelopor taman hiburan menurut Baudrillard penuh dengan simulasi-simulasi yang tidak merujuk pada realitas sehari-hari. Wahana-wahana yang ada di Disneyland seperti the Pirates, the Frontier, dan the Future World merupakan fantasi yang dikonstruksi agar pengunjung mendapatkan kesan imersif ketika berkunjung.

Taman hiburan merupakan fenomena yang dikritik oleh Baudrillard. Dalam bukunya *Simulacra and Simulation (1981)* Baudrillard menyebut bahwa pelopor taman hiburan seluruh dunia yaitu Disneyland merupakan bentuk paling sempurna dari simulakra yang sarat hiperrealitas. Menurutnya taman hiburan menciptakan realitas

semu yang lebih menarik daripada realitas sehari-hari. Wahana-wahana tematik yang dipelopori oleh Disneyland dan banyak ditiru selanjutnya oleh berbagai taman hiburan di dunia, banyak menggunakan teknologi sebagai medium untuk menampilkan dan memberikan pengalaman imersif kepada pengunjung.

Jatim Park 3 sebagai taman hiburan yang banyak menggunakan konsep-konsep dari Disneyland menggunakan tema besar yakni hewan purba dinosaurus untuk memberikan pengalaman masa lalu yang fantastis kepada pengunjung. Wahana Dino Park yang merupakan imitasi dari wahana Dinosaur milik Disneyland menawarkan pengalaman fantasi zaman prasejarah kepada pengunjung melalui rekayasa teknologi. Pengunjung yang datang bisa menikmati interaksi dengan binatang purbakala tersebut seolah-olah mereka sedang berada di masa lampau.

Baudrillard melalui teori ini banyak menyoroiti pergeseran konsumsi yang dulu didasarkan pada nilai guna kini beralih ke nilai tanda. Pergeseran ini menurut Baudrillard adalah efek dari sintesis antara kapitalisme lanjut dengan perkembangan teknologi yang katalisnya adalah modal kapital. Jika dulu orang-orang membeli barang karena membutuhkan barang tersebut sekarang pada era pascamodern orang membeli barang karena prestise atau citra yang melekat pada suatu barang tersebut. Taman hiburan termasuk diantaranya Disneyland dan Jatim Park 3 menjadi contoh nyata bagaimana suatu tempat wisata bisa dikonstruksi sedemikian rupa sehingga memiliki citra tertentu hingga akhirnya mampu menarik minat masyarakat untuk berkunjung. Sebuah era dimana sarana rekreasi tidak lagi menjadi opsional melainkan sebuah keharusan bagi setiap individu.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Penelitian ini mengambil lokasi di Jatim Park 3 yang bertempat di Jl. Ir. Soekarno No.144, Beji, Kecamatan Junrejo, Kota Batu, Jawa Timur 65236. Alasan dipilihnya Jatim Park 3 karena Jatim park 3 merupakan taman hiburan tematik yang mana sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan oleh penulis untuk kebutuhan penelitian. Selain itu Jatim Park 3 memiliki berbagai wahana yang berkaitan erat dengan simulakra yang merupakan tema dari penelitian ini.

Data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian kualitatif merupakan data yang didapat dari sumber pertama dengan metode wawancara. Dalam hal ini data primer untuk penelitian ini adalah transkrip hasil wawancara dari pihak pengunjung Jatim Park. Data sekunder dalam penelitian kualitatif biasanya berupa hasil dokumentasi dalam bentuk gambar, teks ataupun video. Dalam penelitian ini data sekunder berupa gambar dan video hasil dokumentasi selama penelitian di lapangan, berita daring mengenai Jatim Park 3, ulasan pengunjung di berbagai situs perjalanan daring dan teks narasi dan iklan yang terdapat pada laman resmi milik Jatim Park 3.

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian. Teknik purposive sampling digunakan dalam penelitian ini purposive sampling adalah teknik pengumpulan data kualitatif di mana sampel dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu Dalam penelitian kualitatif biasanya teknik pengumpulan data terbagi menjadi tiga yaitu: wawancara, obeservasi dan dokumentasi (Raco, 2010). Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data. Penelitian ini menggunakan analisis data interaktif Miles & Huberman (1992). Teknik analisis data tersebut terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana penggunaan narasi media untuk menarik minat pengunjung serta bagaimana konsumsi tanda simulakra oleh pengunjung ketika berwisata di Jatim Park 3. Melalui wawancara mendalam dan analisis menggunakan teori simulakra milik Jean Baudrillard peneliti meneliti dua tema penelitian yang sudah disebutkan sebelumnya.

### **Penggunaan narasi media untuk menarik minat pengunjung.**

Sebagai sarana komunikasi dengan calon pengunjung, media elektronik seperti media sosial dan portal berita daring sering dijadikan korporasi sebagai media untuk menggaet lebih banyak konsumen. Hal ini juga berlaku bagi pihak Jatim Park 3. Pihak Jatim Park 3 menggunakan media-media diatas sebagai saluran komunikasi ke berbagai calon konsumen dengan latar belakang yang bermacam-macam. Tujuannya adalah untuk mendapatkan sebanyak mungkin pengunjung dengan konten-konten iklan yang dibuat semenarik mungkin.

Narasi media memainkan peranan penting dalam bisnis taman hiburan. Penyampaian informasi yang dikonstruksi oleh pihak korporasi banyak mempengaruhi calon pengunjung dari berbagai kalangan untuk datang dan berwisata di Jatim Park 3. Salah satu pengunjung yaitu N mengaku tertarik untuk datang ke Jatim Park 3 setelah melihat iklan yang ada di media sosial Instagram.

*“Saya datang kesini gara-gara lihat iklan di IG itu Mas, datang dengan rombongan PKK ibu-ibu. Ini kami datang jauh-jauh dari Jepara. Ini saya ikut paket dari Jatim Park-nya Mas, jadi tidak beli tiket sendiri. Sudah diurus sama teman-teman PKK” (Wawancara dengan Ibu N pada Oktober 2023)*

Muatan serta pesan-pesan yang terdapat dalam narasi media seringkali tergantung dengan kepentingan pihak yang menyampaikan narasi tersebut. Dalam konteks taman hiburan Jatim Park 3 narasi media yang ditampilkan seringkali juga penuh dengan simulakra. Hal ini disebabkan produk yang diiklankan merupakan simulakra juga yaitu wahana-wahana taman hiburan. Hal semacam ini amat sering ditemui di iklan-iklan dalam berbagai macam bentuk yang merupakan narasi media dari pihak Jatim Park 3.

### **Pengalaman pengunjung ketika berwisata di taman hiburan Jatim Park 3.**

Pengalaman wisata yang ditawarkan oleh pihak Jatim Park 3 melalui narasi media terbukti efektif dan mampu menggaet pengunjung secara signifikan. Menurut laporan BPS Kota Batu pada tahun 2023 pengunjung Jatim Park 3 mencapai 557.717 orang (BPS Kota Batu, 2024) dibandingkan pada tahun 2021 yaitu 250.209 orang (BPS Kota Batu, 2022).

Taman hiburan seperti Jatim Park 3 menyajikan pengalaman berbasis simulakra melalui tema-tema yang terdapat dalam berbagai wahana. Daya tarik utama dari Jatim Park 3 adalah wahana Dino Park yang banyak ditonjolkan dalam iklan-iklan promosi di berbagai *platform* media sosial. Tema dinosaurus banyak menarik minat pengunjung terutama dari kalangan anak-anak. Salah satu pengunjung menyampaikan ulasannya di Google Maps setelah berkunjung ke Jatim Park 3. Dalam ulasannya tersebut ia menyebutkan bahwa anak-anaknya senang dan mendapatkan pengalaman positif setelah berwisata di Jatim Park 3.

Respon pengunjung beragam dalam menanggapi narasi-narasi dari pihak Jatim Park 3. Narasi pihak Jatim Park 3 berupa iklan yang menawarkan pengalaman berwisata yang menyenangkan tidak selalu sama dengan apa yang dialami oleh pengunjung ketika berwisata ke taman hiburan Jatim Park 3.

Menurut pengunjung F yang menulis ulasannya di Google Maps Pengalamannya dalam kunjungan wisata ke Jatim Park 3 tidak sepadan dengan harga tiket yang sudah dibayarkan. Pengunjung F juga mengeluhkan wahana yang menurut penilaiannya kualitasnya dibawah Jatim Park 1 dan 2.

*Super kecewa banget, kirain beli tiket seharga 120 ribu banyak yang bisa di nikmati seperti Jatim Park lain, ternyata sedikit sekali, gak worth it menurut saya harga tiket masuknya di dino park, lebih baik ke jatim park 2 atau 1 masih worth it harusnya kalau seperti ini harganya gak sampai 100rb, makanya di sana sepi (Sumber: ulasan Google Maps)*

Senada dengan pengunjung F, pengunjung L juga mengeluhkan kualitas wahana Dino Park yang menurutnya kualitasnya kurang baik. Beberapa sub wahana juga dalam pengalaman pengunjung L tidak ada pemandu wisata sehingga merasa kurang nyaman.

*Wahana Dino 5 jaman tidak bagus dari awal berdiri. Yang harusnya 10 menit lebih malah cuma 3 menit itupun mutar doang. Ada juga wahana yang gak dijaga jadi bingung harus ngapain. (Sumber: ulasan Google Maps)*

Bisa dilihat dari beberapa ulasan diatas kekecewaan pengunjung ketika berhadapan dengan realitas yang berbeda dengan kenyataan yang ada di brosur-brosur bahkan di laman resmi Jatim Park 3. Narasi di pihak korporasi Jatim Park 3 cenderung

menonjolkan hal-hal positif serta mendorong masyarakat untuk terus menerus mengonsumsi dan datang berkunjung. Sedangkan realitas pengalaman pengunjung ketika berkunjung seringkali berbeda dengan ekspektasi pengunjung.

### **Media yang digunakan oleh pihak Jatim Park 3 untuk menarik minat pengunjung.**

Taman hiburan Jatim Park 3 banyak menggunakan saluran-saluran yang ada di internet seperti media sosial, media daring, laman resmi dan aplikasi tiket perjalanan untuk menarik minat pengunjung. Citra yang dibangun oleh pihak Jatim Park 3 dalam ketiga platform tersebut relatif sama yaitu menawarkan pengalaman wisata berbasis simulakra terhadap pengunjung.

Berbagai media yang digunakan oleh pihak Jatim Park 3 untuk mengiklankan produk taman hiburan banyak menggunakan simulakra di dalamnya untuk menarik minat pengunjung. Beberapa contohnya antara lain yaitu foto atau video promosi yang dikonstruksi sedemikian rupa agar memberikan kesan imersif dan menarik untuk calon pengunjung. Hal ini banyak ditemui dalam unggahan-unggahan di berbagai platform resmi milik Jatim Park 3. Berikut merupakan media-media yang digunakan oleh pihak Jatim Park 3 untuk menyampaikan narasi media miliknya:

#### **1. Media Sosial**

Media sosial menjadi salah satu saluran yang paling sering digunakan oleh pihak korporasi untuk menarik minat pengunjung. Pada era masyarakat informasi, media sosial mampu secara efektif menyampaikan narasi berupa iklan kepada masyarakat yang akan menjadi calon pengunjung.

Iklan di media sosial dikonstruksi sedemikian rupa agar pengunjung datang dan tertarik untuk berkunjung ke Jatim Park 3.

Pihak Jatim Park 3 banyak menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mengiklankan produknya yakni taman hiburan kepada masyarakat luas. Di antara media sosial yang digunakan untuk menyajikan iklan adalah laman Instagram milik Jatim Park 3. Dalam narasi yang dimuat di Instagram Jatim Park 3 juga terlihat bagaimana korporasi memanipulasi pesan-pesan yang ada dalam berbagai unggahan di Instagram.

Media sosial memiliki kemampuan untuk menjangkau calon pengunjung dari berbagai kalangan. Sifatnya yang mudah diakses dan konten-konten promosi yang menarik menjadi bagian daripada strategi penyampaian narasi media oleh pihak Jatim Park 3. Narasi media yang termuat di berbagai postingan media sosial milik Jatim Park 3 disampaikan dengan cara-cara yang menarik agar mampu menggaet lebih banyak pengunjung.

## **2. Laman Resmi**

Laman resmi milik Jatim Park 3 menjadi sumber informasi bagi calon pengunjung yang ingin mencari tahu hal-hal spesifik mengenai Jatim Park 3. Sebagai sumber informasi yang sah dan dikelola oleh pihak Jatim Park 3, laman resmi menjadi salah satu saluran yang digunakan untuk menyampaikan narasi media. Isi dari laman resmi Jatim Park 3 kurang lebih sama dengan unggahan yang ada di berbagai media sosial milik Jatim Park 3. Yang membedakan adalah laman resmi memuat lebih banyak detail informasi untuk tiap-tiap wahana yang ada dan bisa memesan tiket melalui situs web tersebut.

## **3. Liputan Advetorial**

Liputan advetorial yang diorientasikan sebagai iklan sering kali tidak objektif dalam penyampaian berita. Liputan advetorial lebih cenderung berisi hal-hal positif mengenai wahana taman hiburan Jatim Park 3. Hal inilah yang sering bertentangan dengan kenyataan yang dialami pengunjung selama berwisata di taman hiburan Jatim Park 3. Seperti ulasan pengunjung yang terdapat di bawah ini.

*Ya buat anak bagus lah. buat orang dewasa ya kurang menarik. Sangat disarankan setidaknya dicoba satu kali semua wahananya panjang dan capek, dilarang ngeluh, tapi ya bagus untuk menambah memori keluarga. (Sumber: ulasan Google Maps)*

## **Pamflet**

Selain liputan media massa, laman resmi dan media sosial, pamflet juga menjadi salah satu media yang digunakan oleh pihak Jatim Park untuk menarik minat pengunjung. Pamflet biasanya berisi pesan atau narasi berupa iklan mengenai suatu produk. Dalam hal ini produk yang diiklankan adalah wahana taman hiburan.

### **Cara pengunjung dalam mengonsumsi tanda simulakra di Jatim Park 3.**

Jatim Park 3 merupakan salah satu tempat wisata berbentuk taman hiburan yang ada di Indonesia. Sebagai taman hiburan Jatim Park 3 mengusung konsep tematik sehingga terdapat berbagai wahana dalam satu lokasi. Dalam penelitian ini wahana Dino Park yang menjadi objek penelitian. Salah satu karakteristik taman hiburan adalah adanya simulakra sebagai media untuk berinteraksi dengan pengunjung. Simulakra yang dimaksud dapat berupa patung, gambar, video, suara atau media apapun yang dapat merepresentasikan hal yang dimaksud. Dalam kasus wahana Dino Park simulakra yang ada antara lain robot dan patung dinosaurus, replika kerangka tulang dinosaurus, video dan gambar dinosaurus serta lanskap yang didesain menyerupai suasana zaman prasejarah.

Simulasi-simulasi yang terdapat di Jatim Park 3 ditujukan untuk membangun suasana seolah-olah pengunjung berada di zaman prasejarah ketika dinosaurus hidup. Selain itu pihak Jatim Park 3 juga menampilkan informasi singkat seputar dinosaurus. Informasi mengenai hal-hal seputar dinosaurus biasanya ditampilkan di patung atau replika kerangka tulang dinosaurus untuk memberikan penjelasan kepada pengunjung. Pihak Jatim Park 3 mengklaim bahwa selain bersifat hiburan wahana Dino Park juga ditujukan untuk sarana edukasi bagi pengunjung.

Pengunjung wahana Dino Park Jatim Park 3 melakukan konsumsi tanda selama berkunjung ke Jatim Park 3. Cara pengunjung mengonsumsi tanda setidaknya ada tiga yaitu mengambil foto untuk diunggah di media sosial, berinteraksi dengan simulakra seperti patung, video, robot dan berbagai atribut yang ada di Dino Park dan bermain permainan di wahana Dino Park.

#### **1. Mengambil foto untuk diunggah ke media sosial.**

Salah satu pengunjung yaitu Ibu C yang datang dari Surabaya mengatakan bahwa tujuannya datang ke Jatim Park 3 adalah untuk bisa mengabadikan momen berwisatanya dan mengunggahnya ke media sosial

*“Ya Mas disini untuk selfie-selfie itu lho Mas, bagus tempatnya” (Sumber: hasil wawancara dengan pengunjung pada tanggal 23 Desember 2023.)*

Aktivitas yang dilakukan oleh Ibu C merupakan salah satu bentuk dari konsumsi tanda simulakra yang dilakukan ketika berkunjung ke Jatim Park 3. Pengunjung

mengonsumsi tanda di taman hiburan Jatim Park 3 dengan mengunggah foto mereka saat sedang berkunjung di Jatim Park 3. Konsumsi tanda merupakan jenis konsumsi dimana konsumsi dilakukan lebih ke tujuan prestise daripada praktis. Ibu N mengunggah foto bukan untuk tujuan praktis melainkan prestise agar menambah postingan dirinya di media sosial.

Selain selfie dan mengunggah foto saat berwisata di Jatim Park 3, pengunjung juga menikmati dan berinteraksi dengan simulakra dinosaurus yang ditampilkan dengan berbagai media seperti patung, gambar, dan juga replika tulang dinosaurus. Pengunjung K yang mengatakan tujuannya untuk datang ke Jatim Park 3 karena ingin melihat dan merasakan pengalaman yang ditawarkan oleh wahana Dino Park.

*“Ya disini liat-liat dino, tempatnya bagus” (Sumber: wawancara dengan pengunjung pada tanggal 23 Desember 2023)*

Dari hasil wawancara dengan pengunjung serta ulasan dari Google Maps, bisa dilihat bahwa tujuan dari pengunjung untuk datang adalah untuk mengonsumsi simulakra yang ditawarkan oleh korporasi, dalam hal ini pihak Jatim Park 3. Pengunjung tertarik untuk datang melihat simulakra dengan tema dinosaurus dan zaman prasejarah. Hampir sebagian besar pengunjung datang bersama-sama baik dengan keluarga maupun teman. Pengunjung cenderung mengajak keluarga serta orang terdekat untuk menikmati pengalaman yang ditawarkan oleh berbagai wahana yang ada di Jatim Park 3.

Reaksi pengunjung ketika berinteraksi dengan simulakra juga bermacam-macam. Dari mulai antusias, kritis terhadap wahana yang menurutnya tidak sesuai dengan harga yang harus dibayar hingga menganggap wahana Dino Park sebatas hiburan semata.

*“Ya nemani keluarga berkunjung saja Mas ini. Kalau tempatnya ya biasa paling yang senang ya anak-anak. Kalau kita kan cuma nemenin (Sumber: Wawancara dengan pengunjung pada 21 Juli 2024)*

*“Seneng aku kesini tempatnya bagus banyak dinonya” (Sumber: Wawancara dengan pengunjung tanggal 21 Juli 2024).*

Wahana yang ada di Dino Park Jatim Park 3 banyak menggunakan simulakra untuk menarik minat pengunjung. Seperti wahana taman 3 dimensi dinosaurus yang

menggunakan media layar dan juga kacamata khusus untuk memberikan pengalaman seolah-olah hidup bersama dengan dinosaurus. Sensasi imersif berusaha ditampilkan oleh pihak Jatim Park 3 agar pengunjung benar-benar merasakan dan mengalami pengalaman berbeda dalam sebuah taman hiburan bertema dinosaurus.

### **Bermain dengan sub wahana yang ada di Jatim Park 3**

Konsumsi tanda oleh pengunjung terlihat dari banyak hal yang berhubungan dengan aktivitas mereka ketika berada di dalam wahana, terutama ketika berinteraksi dengan simulakra yang ada. Aktivitas seperti swafoto, interaksi dengan patung serta tempat bermain yang ada di beberapa sub wahana di Dino Park merupakan beberapa contoh dari konsumsi tanda yang dilakukan oleh pengunjung di taman hiburan Jatim Park 3.

Salah satu contoh konsumsi tanda yang dilakukan pengunjung adalah bermain di dalam wahana yang ada di taman hiburan Jatim Park 3. Wahana Dino Park menawarkan berbagai permainan bagi pengunjung. Permainan yang ada di wahana di Dino Park merupakan simulasi yang dibuat oleh pihak Jatim Park 3 untuk menambah suasana imersif pengalaman hidup bersama dinosaurus bagi pengunjung.

B, salah satu pengunjung anak-anak mengatakan ia senang bisa bermain di sub wahana permainan mencari telur dinosaurus. B datang bersama keluarganya dan sudah beberapa kali berkunjung ke taman hiburan Jatim Park 3. B mengatakan bahwa ia suka dengan dinosaurus sehingga tertarik untuk datang ke Jatim Park 3.

*“Ke sini sama Ayah dan Bunda, tadi paling suka main di sini, yang cari-cari telur dinosaurus. Soalnya aku suka banget dino” (Sumber: Wawancara dengan pengunjung tanggal 22 Juli 2024.)*

Pengunjung banyak bermain dengan permainan yang ada di berbagai sub wahana yang ada di Jatim Park 3. Respon pengunjung ketika bermain di wahana kebanyakan positif meskipun ada beberapa yang menyampaikan saran berupa perbaikan dan inovasi pada sub-sub wahana yang ada.

### **Pembahasan mengenai penggunaan narasi media untuk menarik minat pengunjung dan konsumsi tanda simulakra oleh pengunjung ketika berkunjung ke Jatim Park 3.**

Penelitian ini menunjukkan bahwa narasi media yang digunakan oleh pihak Jatim Park 3 untuk menarik minat pengunjung merupakan simulakra dan sarat akan hiperrealitas di dalamnya. Narasi media yang disampaikan oleh pihak Jatim Park 3 melalui berbagai platform sosial media seperti TikTok dan Instagram, laman resmi dan pamflet menciptakan realitasnya sendiri berdasarkan produk yang diiklankan yakni taman hiburan. Narasi media yang disampaikan oleh pihak Jatim Park 3 tersebut memuat taman hiburan sebagai objek yang dinarasikan. Akibatnya simulakra yang awalnya hanya ada di taman hiburan kini juga terdapat di iklan-iklan yang dinarasikan oleh pihak Jatim Park 3. Narasi media yang memuat taman hiburan sebagai objek yang dinarasikan menimbulkan semacam simulakra ganda yang akhirnya mampu menarik minat pengunjung. Simulakra ganda yang tercipta ini terbagi dari simulakra yang ada di taman hiburan Jatim Park 3 dan simulakra yang dimuat di narasi media yang disampaikan oleh pihak Jatim Park 3 melalui berbagai platform baik digital maupun cetak.

Selain narasi media yang digunakan pihak Jatim Park 3 untuk menarik minat pengunjung, penelitian ini juga mencoba menganalisis bagaimana pengunjung pengalaman pengunjung dalam mengonsumsi tanda simulakra di Jatim Park 3 sekaligus pengalaman yang menyertainya. Pengunjung ketika berkunjung ke taman hiburan dalam konteks penelitian ini adalah Jatim Park 3, tidak hanya melakukan kunjungan rekreasional saja melainkan juga mendapatkan pengalaman dan melakukan konsumsi tanda secara bersamaan. Menurut hasil penelitian setiap pengalaman pengunjung tidak selalu sama antara satu dengan yang lain tetapi cara pengunjung dalam mengonsumsi tanda setidaknya ada tiga yaitu mengambil foto untuk diunggah ke media sosial, berinteraksi dengan wahana melalui berbagai perantara seperti patung, video, replika, gambar dan bermain di sub-sub wahana yang sudah disediakan. Ketiga hal inilah yang nantinya akan menentukan bagaimana pengalaman yang dirasakan tiap-tiap pengunjung ketika berwisata di Jatim Park 3.

Penelitian ini telah mengeksplorasi bagaimana narasi media digunakan oleh pihak Jatim Park 3 untuk menarik minat pengunjung dan bagaimana pengalaman

pengunjung ketika mengonsumsi tanda simulakra di taman hiburan Jatim Park 3.

## **KESIMPULAN**

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa simulakra yang menjadi bahasan dalam penelitian ini memang terdapat dalam pariwisata Indonesia. Taman hiburan Jatim Park 3 yang menjadi objek dalam penelitian ini menunjukkan dalam hasil penelitian dan pembahasan bagaimana simulakra dimainkan oleh korporasi dengan berbagai macam cara dengan tujuan akhir akumulasi modal. Simulakra yang terdapat pada taman hiburan Jatim Park 3 mampu secara efektif untuk menarik minat pengunjung meskipun kepuasan pengunjung ketika berwisata cenderung memiliki beragam respon dalam menghadapi simulakra yang disajikan di Jatim Park 3.

2. Temuan penelitian ini memberikan perspektif baru terutama dalam kajian pariwisata Indonesia. Penggunaan simulakra hampir di segala bidang oleh berbagai sektor industri yang dalam era masyarakat pascamodern termasuk industri pariwisata menunjukkan bahwa realitas masyarakat telah bergeser ke arah realitas yang ada dan diproduksi oleh simulakra. Aktivitas wisata era pascamodern dalam hal ini tidak hanya sekadar untuk rekreasi saja melainkan bagaimana pengalaman baru bisa didapatkan oleh pengunjung melalui simulakra yang ada dalam sebuah taman hiburan.

3. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pengunjung merupakan hal yang esensial dalam industri taman hiburan. Konstruksi simulakra oleh korporasi ditujukan untuk memberikan pengalaman seimersif mungkin kepada pengunjung sehingga kepuasan dapat didapatkan melalui stimulasi dari simulakra dengan perantara media teknologi. Pengalaman pengunjung ketika berwisata dan mengonsumsi tanda simulakra bergantung pada kualitas simulakra yang disajikan serta persepsi dan ekspektasi pengunjung ketika berkunjung ke taman hiburan.

4. Penelitian ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana teori konsumsi tanda, hiperrealitas dan simulakra yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard dapat diterapkan untuk memahami bagaimana korporasi Jatim Park menggunakan simulakra dalam bisnisnya serta bagaimana pengunjung melakukan konsumsi tanda terhadap simulakra yang ada di wahana Dino Park Jatim Park 3. Ketiga teori yang saling berhubungan ini bisa menjelaskan bagaimana narasi media yang sarat dengan hiperrealitas dan simulakra digunakan oleh pihak Jatim Park 3 untuk menarik minat

pengunjung. Ketiga teori tersebut juga bisa menjelaskan dengan baik bagaimana pengunjung mengonsumsi tanda simulakra yang dipenuhi oleh hiperrealitas ketika berwisata di wahana Dino Park Jatim Park 3

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Baudrillard, J. (1981). *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor, MI: The University of Michigan Press.
- Clave, A.S. (2007). *The Global Theme Park Industry*, CABI.
- Hidayat, A. M. (2021). *Jean Baudrillard & Realitas Budaya Pascamodern*, Cantrik Pustaka.
- Kyriazi, G. (1976), *The Great American Amusement Parks*, Citadel Press, Secaucus, NJ. Los Angeles Times, April 3, 2008
- Miles, M. B. & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Yoshino, K. (2008), “Universal Studios, Six Flags and DreamWorks make overseas play”, 237. Los Angeles Times, April 3, 2008