

**Pariwisata Berbasis Komunitas:
Menciptakan Nilai Baru pada Lanskap Budaya
dengan Kebangkitan Pariwisata Lokal
melalui Toko Buku Independen di Korea**

Nining Setyaningsih*, Eva Latifah

Universitas Indonesia

*Email: asiatimurnining@gmail.com

ABSTRACT

This research explores the phenomenon of community-based content tourism in Korea as a manifestation of localism, cultural innovation, and social activism. Focusing on citizen cultural space tourism on Jeju Island, this study examines how independent bookstores driven by Jeju Island locals have become innovative catalysts for promoting unique cultural experiences and fostering a sense of community engagement in the tourism ecosystem. The study highlights the role of independent bookstores in revitalizing local culture, promoting reading, and attracting tourists. By analyzing the cases, this study highlights the potential of independent bookstores as agents of cultural landscape transformation and form. Furthermore, this research is expected to provide new knowledge on ways to increase tourism attraction in a region.

Keywords: tourism, content, bookstore, Korea.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata semakin berkembang di abad ke-21 dan telah mengalami berbagai inovasi untuk mendorongnya terus maju (Yoo dan Ryu, 2019). Dengan berbagai ide yang terus menerus lahir, negara-negara di dunia mencoba berbagai inovasi kreatifnya. Di antaranya adalah Korea Selatan (dalam tulisan ini selanjutnya akan ditulis sebagai 'Korea') yang baru-baru ini menjadi tujuan favorit wisata. Korea menduduki peringkat ke-16 dari 140 negara dalam *Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI)* pada 2019 (Siaran pers Kementerian Budaya, Olahraga, dan Pariwisata Korea, 2019). Sebelum pandemi, pada tahun 2019 kontribusi sektor perjalanan dan pariwisata terhadap pendapatan domestik bruto negara tersebut mencapai 4,4% (₩87,5 triliun).

Seiring dengan semakin besarnya sektor pariwisata dan standar yang terbentuk secara global, berbagai masalah muncul dari segi lingkungan serta menurunnya keuntungan dari penduduk lokal. Hal ini kemudian diatasi dengan sebisa mungkin melibatkan peran dan kontribusi masyarakat dalam perancangan pengembangan pariwisata. Berbagai upaya telah dilakukan, salah satunya adalah upaya kebijakan otonomi daerah dan penerapan pariwisata konten berbasis masyarakat (*content tourism based on community*). Otonomi daerah menjadi suatu model yang membangkitkan

semangat baru untuk mencari solusi-solusi lokal bagi persoalan-persoalan di daerah setempat. Sejak penerapan kebijakan otonomi daerah, pemerintah daerah pada umumnya menunjukkan sikap positif dan menguntungkan terhadap kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata, seperti menetapkan rencana pengembangan pariwisata daerah mereka sendiri, merencanakan dan membuat kompleks pariwisata, dan memberikan kemudahan administratif kepada sektor swasta (Kang, Tae-woo, 2019). Sementara itu, pariwisata berbasis komunitas muncul sebagai suatu bentuk pariwisata yang mulai mendapatkan perhatian pada akhir abad ke-20 dan awal abad ke-21 dan erat kaitannya dengan pariwisata alternatif. Model teoritis pariwisata berbasis komunitas berusaha untuk mengisi celah dari pariwisata massal dalam ranah memberikan ruang dan praktik pariwisata yang muncul dari pengalaman eksperimental yang unik, berdasarkan pertukaran budaya dan menikmati pemandangan alam. Pariwisata konten sangat erat kaitannya dengan pariwisata-film, pariwisata-sastra, dan bentuk-bentuk pariwisata lainnya yang berkaitan dengan media yang telah menarik minat para akademisi dan sektor pariwisata sejak tahun 1990-an (Seaton et al., 2017). Sementara itu, model pariwisata berbasis masyarakat adalah jenis manajemen sistem prosedural pariwisata yang didasarkan pada endogenisme dan peningkatan sumber daya yang berkelanjutan untuk menyediakan layanan yang bermanfaat bagi wisatawan melalui pengalaman baru yang penuh pengalaman (Llupart & Rossa, 2022). Jenis manajemen pariwisata ini sekaligus melibatkan partisipasi dan hubungan sosial yang baik, serta materi lokal. Pada saat yang sama, jenis pariwisata ini juga turut mewujudkan pencapaian kesejahteraan masyarakat setempat dengan menekankan pentingnya partisipasi dalam kehidupan sosial.

Pariwisata berbasis komunitas telah menjadi salah satu pendekatan yang menarik dalam industri pariwisata modern, yang berfokus pada keterlibatan langsung masyarakat setempat dalam pengelolaan dan manfaat dari destinasi pariwisata mereka. Di sisi lain, inovasi pariwisata konten merupakan konsep yang semakin berkembang, mengintegrasikan produk budaya populer dengan pengembangan dan promosi tujuan wisata yang mempertimbangkan unsur-unsur budaya, sejarah, dan nilai-nilai lokal yang unik. Dalam konteks Korea, inovasi pariwisata konten telah menjadi salah satu kesuksesan terbesar. Pariwisata konten di Korea merujuk pada strategi yang menggabungkan kekayaan budaya populer Korea, seperti K-Drama, dengan destinasi wisata yang menarik, seperti Pulau Nami.

Sejak awal 2000-an, drama televisi Korea seperti "Winter Sonata" telah menarik perhatian masyarakat internasional, memicu lonjakan kunjungan ke Korea Selatan. Pemerintah Korea telah cerdas dalam memanfaatkan popularitas budaya populer ini untuk mempromosikan destinasi pariwisata. Integrasi antara produk budaya populer dan pariwisata konten menciptakan kesempatan yang sangat menguntungkan, dengan produk budaya populer menjadi komoditas yang mendorong peningkatan jumlah pengunjung domestik dan internasional.

Namun, keberhasilan sejati dari inovasi ini adalah bagaimana mereka telah mampu menjadikan komunitas lokal sebagai bagian integral dari pengembangan pariwisata. Dengan melibatkan masyarakat setempat dalam pengelolaan dan promosi destinasi, Korea telah menciptakan ekosistem pariwisata lokal yang memberdayakan komunitas

untuk mempertahankan dan mempromosikan warisan budaya mereka. Inovasi ini menggarisbawahi pentingnya menghargai identitas lokal dan kekayaan budaya sebagai aset utama dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Dengan demikian, integrasi antara pariwisata berbasis komunitas dan pariwisata konten telah membawa manfaat besar bagi Korea dalam memajukan industri pariwisata dan memperkenalkan budaya Korea ke seluruh dunia.

Dengan bentuk konten budaya populer yang semakin beragam, pengertian budaya populer lantas tidak terbatas pada produk industri besar seperti halnya film dan lagu. Oleh karena itu, konten yang dapat dijadikan komoditas pariwisata juga semakin beragam. Dewasa ini, aktivitas ruang budaya warga juga menjadi salah satu bentuk budaya populer, terutama di kalangan anak muda. Ruang budaya warga mengacu pada tempat di tengah-tengah penduduk setempat yang menyediakan pengalaman menikmati budaya. Tempat ini bisa berbentuk kafe yang menyediakan pengalaman meminum kopi, kedai kue dengan aktivitas menghias kue, kedai gerabah, toko buku, dan lain-lain. Ruang budaya warga pada umumnya diinisiasi oleh individual sehingga banyak yang kemudian menyematkan istilah 'independen' untuk menyebut ruang-ruang tersebut. Misalnya, kedai kue independen, toko buku independen dan seterusnya.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi salah satu tema pariwisata konten Korea, di kawasan Jeju, yaitu pariwisata tema berbasis komunitas dengan komoditas toko buku independen. Penelitian ini mendeskripsikan peran toko buku independen dalam menciptakan nilai baru dan mendorong perubahan sosial. Melalui diagnosis daya tarik pariwisata konten berdasarkan model kerangka *community-based tourism* di wilayah tersebut, penelitian ini menguraikan dinamika praktik pariwisata tema berbasis komunitas dengan komoditas toko buku independen di Jeju. Pada akhirnya, uraian penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memberikan pengetahuan baru mengenai cara-cara meningkatkan daya tarik pariwisata pemerintah daerah di suatu wilayah.

Dengan menginvestigasi hubungan antara toko buku independen dan lokalisme sebagai sebuah gerakan sosial, penelitian ini menganalisis dinamika gerakan toko buku di Pulau Jeju, Korea. Dipilihnya Pulau Jeju adalah karena daerah tersebut memiliki jumlah toko buku independen terbesar di Korea. Dalam uraian temuan, penelitian ini juga menjelaskan strategi yang digunakan oleh lembaga pemerintah dan perusahaan sosial untuk mempromosikan toko buku independen dan membentuk satu rute pariwisata bertema yang berbasis nilai-nilai lokalisme. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan gabungan, yaitu observasi lapangan dan analisis sumber pustaka. Dengan menggabungkan observasi lapangan yang langsung dengan tinjauan pustaka, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih kaya, mendalam, dan kontekstual tentang fenomena yang sedang diteliti. Observasi lapangan secara langsung memungkinkan peneliti untuk terlibat dalam interaksi langsung dengan subjek penelitian, sementara pengecekan sumber pustaka membantu dalam memahami sejarah, konteks, informasi, dan penelitian yang telah ada sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian.

Penulis melakukan pengamatan lapangan selama 3 hari pada 25-27 November 2022

dengan mengunjungi toko-toko buku yang berada di rute jalur sepanjang Kota Seogwipo, Jeju Korea. Kemudian selanjutnya peneliti mengumpulkan sumber-sumber pustaka yang dapat mendukung data yang terkumpul. Toko buku yang dikunjungi adalah *Eonjaerado Book*, *Chaek, Yak, Bang*; *Sosimhan Chaekbang*; *Book Time*; dan *Lava Books* yang berada di Seogwipo-si, Jeju-do, Korea. Peneliti melakukan pencatatan lapangan berupa karakteristik masing-masing toko buku dan informasi terkait pengoperasian toko buku dengan melakukan wawancara non-struktural bersama dengan penjaga atau pemilik toko buku. Khusus untuk toko buku *Chaek, Yak, Bang*, peneliti tidak melakukan wawancara karena sehubungan dengan konsep toko buku yang merupakan toko buku *self-service* tanpa penjaga. Data hasil pengamatan kemudian dicek silang melalui sumber-sumber dengan kredibilitas tinggi termasuk laporan pemerintah, artikel akademis, dan liputan media. Gabungan dari sumber pustaka tersebut digunakan untuk memberikan gambaran umum yang komprehensif mengenai topik ini. Analisis dipandu oleh perspektif budaya inovasi, yang menekankan peran toko buku independen dalam menciptakan nilai baru dan mendorong perubahan sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Industri Toko Buku di Korea

Toko buku dalam bahasa Korea disebut dengan *seojeom* (서점), yang dimaknai sebagai tempat menjual atau membeli buku. Ensiklopedia Rakyat Korea menyebutkan bahwa tidak ada histori yang jelas sejak kapan toko buku mulai ada di Korea, namun pada awal munculnya keberadaan toko buku, formatnya tidak seperti toko buku modern seperti yang saat ini banyak dijalankan. Pada abad ke-18, seiring dengan munculnya budaya rakyat dan minat membaca yang meningkat, buku-buku mulai dicetak massal di Korea. Pada awalnya, toko buku merangkap fungsi sebagai tempat penerbitan. Kemudian, seiring berjalannya waktu, ragam toko buku semakin bermacam-macam, mulai dari *chain bookstore* yang merupakan perusahaan besar dengan banyak cabang, toko buku yang merangkap taman baca, toko buku terkurasi, toko buku merangkap kafe, dan sebagainya.

Jumlah toko buku dan permintaan produk literasi mencapai puncaknya di tahun 90-an, namun mengalami penurunan drastis terutama pada tahun 2000-an dekade kedua. Kasus ini merupakan salah satu dampak dari perubahan minat pembaca ke bacaan elektronik yang beralih dari buku fisik ke *e-book*. Situasi sangat sulit bagi pengelola bisnis toko buku. Apalagi bagi toko buku kecil, situasi ini semakin buruk karena nilai modal usaha yang jauh dari perusahaan besar. Oleh karenanya, kemudian muncul toko buku yang merangkap menjual alat tulis, toko buku yang juga menjual pernak-pernik dekorasi, toko buku merangkap kafe, dan sebagainya, untuk menyambung nilai usaha yang menurun pendapatannya. Proses ini merupakan proses simultan ketika ruang kreatif akhirnya diciptakan dan digabung bersama dengan keberadaan toko buku. Selain itu, karena sifatnya yang perorangan dan independen, proses kreatif ini cenderung mudah disetujui, dan justru menambahkan nilai karakter pada tiap-tiap toko buku. Di satu sisi, toko buku bisa mendapat pendapatan yang lebih stabil, dan di sisi lain pekerja kreatif memiliki ruang untuk karyanya. Tak jarang pula, proses kreatif ini juga masih dilakukan perseorangan oleh pemilik toko buku, sehingga ia bisa dikatakan merangkap

sebagai pekerja kreatif sekaligus pemilik toko buku. Selain itu, untuk menarik segmentasi pelanggan dengan tepat, toko buku-toko buku ini menyediakan ruang baca yang nyaman. Beberapa dihias dengan dekorasi khusus yang biasanya dibuat personal dengan tulisan tangan. Hal ini menimbulkan kesan ramah dan hangat pada toko buku independen. Diversifikasi jenis penjualan dan pelayanan yang berpusat pada pembeli seperti ini kemudian melahirkan berbagai istilah bagi toko buku independen seperti *editorial bookshop*, *shop-in-shop*, dan *multi-shop*.

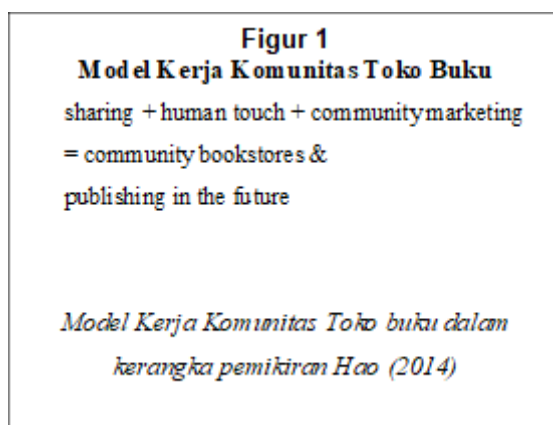
Dalam beberapa tahun terakhir, toko buku independen semakin populer di Korea sebagai sarana untuk mempromosikan budaya lokal yang melibatkan masyarakat secara langsung. Kemunculan toko buku independen dipicu oleh adanya fenomena penurunan jumlah toko buku *offline* besar yang semakin sedikit sejak 2010, sebagai dampak dari literasi digital seperti pembelian *e-book* dan model belanja ritel yang semakin menjamur. Toko buku independen kemudian hadir dengan menawarkan pengalaman unik yang tidak dapat ditiru oleh toko buku besar. Dengan menawarkan pemahaman yang lebih dalam tentang signifikansi mereka, toko buku independen merepresentasikan vitalitas, idealisme, dan kreativitas (Wang dalam Zhang & Chung, 2016).

Tidak seperti toko buku berjejaring dan *platform online*, toko buku independen sering kali mengkhususkan diri pada genre atau isu-isu tertentu, sehingga menarik kelompok khusus dari pelanggan yang tertarik. Pengoperasian toko buku semacam itu terkait erat dengan kepentingan pribadi dan misi sosial para operatornya, bukan semata-mata didorong oleh motif mencari keuntungan. Dalam masyarakat kontemporer, nilai toko buku independen lebih dari sekadar tempat penjualan buku dalam rantai industri penerbitan. Toko ini tidak sekadar toko tradisional yang menjual buku dan alat tulis, dan juga tidak hanya didorong oleh kepentingan komersial seperti toko-toko besar dan peritel *online*. Sebaliknya, signifikansi budaya toko buku independen lebih besar daripada keuntungan industri mereka.

Toko buku independen merupakan satu spasial budaya yang berfungsi sebagai pusat budaya, tempat diskusi yang didasari nilai-nilai humanitas yang dapat memupuk rasa kebersamaan dan memfasilitasi hubungan antara pembaca-penulis dan penjual-pembeli. Pertama dan terutama, toko buku independen berfungsi sebagai *platform* untuk menyaring pengetahuan, menawarkan domain pengetahuan khusus di era informasi yang berlebihan. Melalui kurasi buku yang cermat, layanan yang disesuaikan, dan acara-acara seputar kegiatan membaca yang menarik, pemilik toko buku biasanya dengan sukarela memberikan pengalaman membaca yang mendalam kepada para pelanggan. Kedua, toko buku independen berkontribusi pada keseimbangan sumber daya seni dan budaya di dalam masyarakat kontemporer. Sementara toko buku berjejaring sebagian besar terkonsentrasi di daerah perkotaan, toko buku independen biasanya lebih tersentralisasi di daerah rural. Oleh karena itu, keberadaan toko buku independen tidak hanya bertindak sebagai pemasok pengetahuan tetapi juga memperjuangkan berbagai isu sosial. Ketiga, dari kaca mata industri literasi dan penerbitan, toko buku independen telah muncul sebagai wadah bagi para penulis independen. Seiring dengan semakin banyaknya penulis independen yang mencari wadah untuk berbagi suara tentang topik-topik tertentu, semakin banyak pula yang menganggap toko buku independen sebagai tempat yang penting. Beberapa toko buku

independen bahkan mengambil peran sebagai penerbit, dengan merilis publikasi dari para kreator independen. Terakhir, keberadaan toko buku independen yang beragam mencerminkan toleransi masyarakat terhadap multikulturalisme. Toko-toko ini menawarkan pilihan-pilihan unik bagi para pelanggan. Mereka bergerak dengan menumbuhkan industri buku yang dinamis dan inovatif. Dalam jangka panjang, toko buku independen dapat menjadi cerminan dinamika sosial dan budaya di (Chien dalam Zhang & Chung, 2016).

Karena gerakannya yang didasarkan pada nilai-nilai komunitas dan akar rumput, toko buku independen pada umumnya dijalankan di bawah asosiasi dan komunitas yang menggabungkan beberapa toko buku independen dalam satu daerah. Hao (2014 dalam Zhang & Chung, 2016) menyebutkan model komunitas seperti toko buku independen bergerak dengan berdasarkan asas berbagi (*sharing*), interaksi manusia (*human touch*), dan pemasaran komunitas (*community marketing*).



Gambar 1. Model Kerja Komunitas Toko Buku (Hoo, 2014)

Dalam upaya untuk bertahan di dalam industri, toko buku independen telah menggunakan berbagai strategi dengan fokus yang signifikan pada pendekatan pemasaran dan *branding* (Zhang & Chung, 2016). Selain itu, fenomena hubungan komunitas telah menarik perhatian yang cukup besar di Asia Timur, termasuk di antaranya adalah Korea, seperti yang terlihat dari penelitian yang dilakukan oleh Min-En (2022). Dalam penelitiannya, Min-En (2022) menguraikan bahwa salah satu praktik hubungan komunitas di Asia Timur sebagian besar tercermin dalam penerapan sistem pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism/CBT*). CBT merupakan bagian dari lanskap pariwisata Asia Timur, termasuk Korea, Jepang, Cina, dan Taiwan. Hal ini karena masyarakat setempat berusaha untuk mendiversifikasi mata pencaharian mereka ke arah pariwisata dengan cara bergotong-royong. CBT diwujudkan dalam berbagai bentuk yang disesuaikan dengan potensi dan komoditas yang dimiliki oleh komunitas. CBT dimungkinkan terjadi pada aliansi, termasuk aliansi toko buku independen. Dalam karya Zhang & Chung (2016), secara lebih spesifik dijelaskan berbagai strategi dan dinamika yang terjadi dalam industri toko buku independen, dengan menggarisbawahi pentingnya pemasaran, branding, hubungan dengan komunitas, aliansi, dan

faktor-faktor sosiologis dalam memastikan kelangsungan hidup dan kesuksesan usaha-usaha ini. Dengan segala potensi dan karakteristik uniknya, toko buku independen telah mentransformasi dirinya menjadi sebuah modal budaya.

Berbicara mengenai modal budaya, tentunya hal ini bukanlah sesuatu yang dapat diperoleh dalam sekali jalan. Dibutuhkan waktu dan usaha untuk mengembangkan rasa terhadap budaya. Pendekatan ini menekankan pada hubungan sosial dan memungkinkan eksperimen dengan komunitas yang sudah kuat. Hal ini dapat menjadi pondasi penting untuk membangun modal budaya lokal. Dalam kasus toko buku independen, mereka dapat bertindak sebagai pusat komunitas, membentuk berbagai pertemuan melalui buku.

Dalam kasus toko buku independen, mereka tidak hanya berfungsi sebagai tempat komunitas dengan membentuk berbagai pertemuan melalui buku, tetapi juga tumbuh dan bereksperimen dengan berbagai program melalui perencanaan budaya mereka sendiri. Berbagai program yang diselenggarakan melalui buku berperan penting dalam pembentukan modal budaya lokal.

Lokalisme dan Transformasi Toko Buku Independen: Dari Tempat Penjualan Buku Menuju Ruang Budaya

Lokalisme menekankan pentingnya mendukung bisnis lokal, melestarikan warisan budaya, dan mendorong keterlibatan masyarakat. Gerakan berbasis komunitas lokal baru-baru ini banyak dilabeli dengan istilah 'independen' atau 'indie'. Terinspirasi dari inisiatif yang sukses seperti *Indie First* di Amerika Serikat dan Inggris, jenis kemitraan ini tidak hanya mendukung bisnis dan ekonomi lokal, tetapi juga mendorong aktivisme sosial dan keterlibatan masyarakat. Pada awal tahun 2000-an, toko buku independen di Amerika Serikat mulai berfungsi sebagai ruang komunitas bagi penduduk setempat, dan ini merupakan bagian dari gerakan lokal yang berkembang (Gu & Jang, 2018). Dukungan dari pemerintah, termasuk pertemuan penulis dan acara-acara komunitas, telah menjadi bagian penting dari perkembangan toko buku independen.

Toko buku independen menawarkan lebih dari sekadar buku; mereka menyediakan ruang untuk acara budaya, bincang-bincang dengan penulis, dan pertemuan komunitas. Perubahan dinamis dalam fungsi toko buku di masyarakat ini bukan terjadi secara tiba-tiba, melainkan terjadi karena dorongan oleh beberapa faktor. Berkembangnya jaringan dan perkembangan media seluler telah meningkatkan persaingan di antara berbagai bentuk media, yang menyebabkan penurunan jumlah orang yang terlibat dalam kegiatan membaca. Penurunan kebiasaan membaca ini telah berkontribusi pada krisis dalam ekosistem penerbitan, yang kemudian menyebabkan runtuhnya banyak toko buku. Jumlah toko buku umum dan toko buku murni yang hanya berfokus pada penjualan buku terus menurun selama bertahun-tahun. Namun, lambat laun peran toko buku telah berkembang lebih dari sekadar menjual buku. Kasus demikian khususnya banyak terjadi pada toko buku independen yang keberadaannya jauh lebih fleksibel dibandingkan toko buku besar berjejaring dan ritel *online*.

Dewasa ini, pembaca melihat toko buku sebagai tempat pertukaran pengetahuan, budaya, dan informasi. Terlepas dari tantangan yang dihadapi oleh toko buku independen berskala kecil dan menengah, yang tidak memiliki skala dan modal besar,

toko-toko ini terus berfungsi sebagai pusat interaksi komunitas dan warisan budaya. Toko buku independen telah bertransisi menjadi ruang yang menghubungkan orang-orang, merangkul peran mereka sebagai pusat sejarah, budaya, dan warisan intelektual lokal. Dalam beberapa tahun terakhir, toko buku independen telah bertransformasi menjadi ruang budaya yang semarak yang menawarkan lebih dari sekadar buku, memberikan kesempatan kepada pembaca untuk terlibat dalam kehidupan budaya yang kaya (Gu & Jang, 2018).

Fungsi toko buku di masyarakat telah mengalami perubahan yang dinamis, yaitu bertransisi dari sekadar pengecer buku menjadi ruang budaya serbaguna. Transformasi ini dapat dikaitkan dengan generalisasi lingkungan digital dan munculnya teknologi yang ada di mana-mana. Dengan munculnya lingkungan berjejaring, aksesibilitas buku telah melampaui batas-batas temporal dan spasial, sehingga memungkinkan setiap orang untuk mengakses literatur kapan saja dan di mana saja. Akibatnya, pentingnya jarak fisik telah berkurang karena prevalensi toko buku *online* dan kenyamanan membeli buku melalui platform digital. Pergeseran perilaku konsumsi ini difasilitasi oleh lingkungan media seluler. Perubahan ini didorong oleh munculnya toko-toko diskon besar, perkembangan infrastruktur internet, dan pertumbuhan toko buku *online*. Akibatnya, toko buku *offline* mengalami penurunan yang signifikan dalam keberadaan pasar mereka. Menurut 'Survei Industri Penerbitan 2015' oleh Badan Promosi Industri Penerbitan dan Budaya Korea (KPCA), toko buku *online* di Korea telah melampaui toko buku fisik dalam hal total penjualan pada tahun 2014. Pergeseran lanskap media ini telah membawa transformasi dalam rantai distribusi dari penerbit ke pembaca, menyoroiti peran toko buku yang terus berkembang sebagai pusat budaya yang beragam. Transformasi ini telah memungkinkan toko buku independen untuk menyampaikan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat lokal sambil mendorong pertumbuhan budaya lokal (Gu & Jang, 2018).

Selama beroperasi, toko buku independen memiliki pengunjung yang lebih tersegmentas. Dari mengenai karakteristik pengunjung dan wawancara, ditemukan bahwa toko buku independen memiliki empat kelompok pengunjung utama.

Pertama, sebagian besar pengunjung berasal dari media sosial. Karena terletak di lokasi yang cukup sulit ditemukan dan keberadaannya yang tidak terlalu mencolok seperti gang dan area pemukiman, pengunjung yang pertama kali datang cenderung datang secara kebetulan dan lebih mungkin menemukan toko tersebut melalui media sosial daripada pengunjung reguler.

Kedua, kelompok usia paling umum di antara pengunjung adalah mereka yang berusia awal 20-an hingga akhir 30-an, yang juga merupakan kelompok yang aktif menggunakan media sosial. Kelompok usia ini juga adalah mereka yang paling aktif dalam mengonsumsi budaya dan seni.

Ketiga, pengunjung toko buku independen datang untuk merasakan atmosfer unik dari toko buku tersebut. Berbeda dengan toko buku besar, pengunjung yang tertarik dengan suasana toko buku independen merasakan keunikan ruangan melalui dekorasi interior, musik, buku, dan suasana keseluruhan, yang memicu berbagai emosi pribadi.

Simbiosis Mutualisme antara Peran Pariwisata dan Toko Buku Independen

Pariwisata dan keberadaan toko buku independen memainkan peran saling menopang, yaitu dengan menawarkan pelanggan dengan pengalaman budaya yang otentik dan memberikan pelanggan bagi keberlangsungan ekonomi dan keberlanjutan jangka panjang toko-toko buku ini. Model pengembangan toko buku independen dan spesialisasi budaya mereka yang kompleks memainkan peran penting dalam mempromosikan toko buku independen, dengan pariwisata sebagai faktor pendukung.

Toko buku independen secara tradisional bertanggung jawab untuk mendistribusikan pengetahuan dan budaya lokal, yang membedakan diri mereka dari toko buku besar dalam hal modal, area toko, dan wilayah (Oh, 2015). Tidak seperti toko buku *online* dan *offline* yang besar, toko buku independen biasanya terletak dekat dengan pembaca, sehingga mendorong keterlibatan langsung dengan penduduk di daerah setempat. Di sisi lain, toko buku independen menawarkan nilai-nilai budaya yang unik dan independen kepada para pembacanya. Oleh karena itu, model ruang budaya ini sangat cocok untuk target wisatawan lokal maupun luar daerah yang ingin lebih banyak mengenal mengenai suatu wilayah dengan pendekatan yang lebih ramah melalui toko buku independen.

Meskipun terminologi seputar toko buku lokal dan independen masih menjadi perdebatan dan tidak memiliki definisi konseptual yang tepat, model pengembangan toko buku independen dapat ditingkatkan dengan mendorong kolaborasi di antara toko-toko buku kecil dan menengah, yang memungkinkan mereka untuk membangun dan mengelola sistem yang terintegrasi untuk menjamin daya saing (Shim, 2008). Selain itu, keberadaan toko buku memiliki fungsi penting untuk mendistribusikan beragam buku berkualitas dan memperluas komunitas budaya lokal, sambil menekankan persepsi bahwa toko buku lokal mudah didekati, nyaman, dan dapat dipercaya, sehingga meningkatkan daya saing mereka di pasar. Dalam konteks ini, keberadaan toko buku independen dapat dianggap sebagai suatu bentuk modal budaya dengan pariwisata yang memainkan peran penting dalam menarik pengunjung yang menghargai penawaran unik dan nilai-nilai budaya yang disediakan oleh tempat-tempat ini.

Dinamika Toko Buku Independen Jeju, Korea

Transformasi dinamis toko buku independen di Korea telah mengalami perubahan yang signifikan, seperti yang diungkapkan oleh analisis struktur pengelompokan jaringan pada akhir tahun 2010-an (Gu & Yoo, 2020). Transisi ini dapat dipahami sebagai pergeseran ke arah nilai-nilai budaya dan tradisi lokal. Pertengahan tahun 2010 menjadi saksi kelanjutan dari tren yang diamati pada tahun-tahun sebelumnya, dengan toko buku independen yang memperluas area mereka dan mengkonsolidasikan kehadiran mereka dalam domain budaya dan kebijakan. Pembentukan koneksi dalam tataran masyarakat lokal semakin memperkuat pengaruh toko buku independen di bidang sosial, sehingga mereka mulai berfungsi sebagai pusat jaringan lokal yang berputar di sektor buku. Selain itu, sejak pertengahan 2010 di Korea telah terjadi peningkatan proporsi konten terkait buku yang diperkenalkan di media penyiaran. Hal ini mengindikasikan semakin pentingnya toko buku independen dalam menyebarkan dan mempromosikan konten sastra kepada khalayak yang lebih luas.

Keberadaan toko buku independen di Korea tersebar di seluruh negeri. Namun, ada satu daerah yang secara khusus memiliki toko buku independen sebagai salah satu ciri khas wilayahnya. Daerah tersebut adalah Pulau Jeju, yaitu daerah yang terkenal dengan beragam toko buku independen kecilnya. Jeju telah menjadi satu daerah unggulan di Korea Selatan yang memiliki citra erat dengan budaya membaca buku. Hal ini dibuktikan dengan diadakannya agenda festival terkait buku secara rutin oleh Komite Promosi Festival Budaya Membaca Jeju (Halaman Promosi Resmi Balai Kota Jeju, 2017). Beberapa aktivitas terkait buku diselenggarakan, di antaranya adalah festival dan tur toko buku Jeju. Aktivitas-aktivitas tersebut diadakan dengan dukungan dari pemerintah maupun komunitas. Sebagai contoh adalah festival yang digelar pada tahun 2022, yaitu 'Book Island: Some / 책섬(섬:)' yang diadakan oleh komunitas toko buku Jeju dan festival 'Culture and Arts Island Jeju Week / 문화예술섬 제주 위크' yang diselenggarakan oleh Yayasan Budaya dan Seni Jeju.

Per tahun 2023, ada 80 toko buku di Provinsi Jeju yang telah terdaftar di Korea Federation of Bookstore Association (한국서점조합연합회) dengan 20 toko buku berada di Kota Seogwipo dan 60 toko buku di Kota Jeju. Jumlah tersebut berarti 1 toko buku per 8.374 orang penduduk setempat. Angka ini menjadi yang tertinggi di antara kota-kota lain di Korea Selatan. Sebagai pembandingan, harian The JoongAng (2022) menyebutkan bahwa kota Seoul memiliki 1 toko buku per 19.471 orang, dan Incheon memiliki 1 toko buku per 21.943 orang. Dengan luas daerah yang tidak begitu besar, jumlahnya yang begitu banyak menjadikan toko buku mudah dan sering ditemui di Provinsi Jeju. Kehadiran toko buku di Jeju menjadi hal yang menjadi salah satu karakteristik Jeju. Ketika budaya membaca dan keberadaan ruang-ruang diskusi budaya semakin disambut dan dirayakan, toko buku di Jeju berubah menjadi satu komoditas budaya dalam pembangunan berkelanjutan Jeju.

Jeju Good Travel, sebuah perusahaan sosial di Jeju, telah mengembangkan peta pariwisata konten dengan tema 'Toko Buku Jeju Olle'. Peta ini digunakan sebagai panduan bagi pengunjung yang tertarik untuk menjelajahi toko-toko buku kecil di Pulau Jeju. Toko-toko buku tersebut dikelola secara independen oleh masyarakat setempat. Masing-masing toko menyediakan satu peta cetak yang dapat dibawa oleh pengunjung, sehingga setiap pengunjung dapat mencoba pengalaman pariwisata buku dengan mengikuti rute jalur yang telah tersedia. Peta 'Toko Buku Jeju Olle' diperbarui setiap tahunnya. Di dalam peta, wisatawan bisa mendapatkan informasi tentang apakah bisa pergi bersama anak-anak, apakah hewan peliharaan diperbolehkan, dan bagaimana cara melakukan reservasi terlebih dahulu. Pada edisi terbaru, peta tersebut juga mencantumkan kode QR yang dirancang untuk terhubung ke akun media sosial masing-masing toko buku. Wisatawan juga dengan mudah bisa memberikan tagar pada masing-masing toko buku yang mereka kunjungi ketika mengunggah konten ke media sosial.

Jeju Olle secara umum adalah konsep peta jalur yang dikampanyekan. Dalam bahasa Jeju, istilah *olle* merujuk pada jalur atau jalan yang mengarah dari depan rumah menuju jalan desa. Konsep ini terinspirasi oleh perjalanan ziarah Spanyol ke Santiago de Compostela. Jalur-jalur setapak di Pulau Jeju didesain dengan tujuan menghubungkan jalan-jalan yang terputus. Para wisatawan diharapkan menemukan kembali rute-rute

terlupakan, serta mengenang kembali jalan-jalan yang telah hilang dari ingatan. Jalur setapak ini telah diciptakan untuk membawa orang-orang masuk ke dalam misteri Pulau Jeju, dengan mengajak mereka berjalan melalui dinding-dinding batu desa. Konsep *olle* juga dapat dimaknai sebagai bentuk undangan ke Pulau Jeju karena pengucapan *olle* (올레) yang mirip dengan *ollae* (올래). Dalam bahasa Korea, *Jeju olle?* (제주 올래?) juga berarti “Maukah datang ke Jeju?”. Lebih dari satu juta orang setiap tahunnya memilih berjalan di jalur Jeju Olle dengan harapan menemukan ketenangan, kedamaian, dan penyembuhan.

Konsep pariwisata Jeju Olle mencakup jalur yang membentang 11,1 km, dari Hadori (Museum Jeju Haenyeo) ke daerah Jongdal-ri. Jalur ini menawarkan berbagai atraksi, termasuk dinding batu ladang yang menampilkan kearifan lokal petani Jeju, dinding kastil Byeolbangjin yang dibangun untuk mencegah invasi asing, dan Jimibong (Jimi Volcanic Cone). Selain lereng Jimibong, semua jalur pariwisata tersebut datar dan mudah untuk dilalui. Jalur ini juga terhubung dengan rumah-rumah penduduk, sehingga sangat mendukung untuk integrasi pariwisata berbasis komunitas. Pelancong yang meniti jalur Jeju Olle untuk pariwisata toko buku dapat sekaligus melewati situs-situs seperti puncak Jimibong untuk melihat Laut Jeju dan bahkan Pulau Udo, kemudian menggali informasi terkait di toko buku terdekat.

Salah satu toko buku independen yang ada dalam jalur tersebut adalah toko buku 'Eonjaerado', yang dijalankan di sebuah kompleks perumahan tua. Letaknya yang ada di tengah-tengah komplek penduduk juga memberikan pengalaman 'pulang kampung' tersendiri. Bangunannya yang sederhana, berupa rumah tua, juga menambah estetika dan bernilai modal budaya sebagai salah satu nilai komoditas pariwisata yang dijual. Toko buku tersebut menyediakan berbagai karya dari para penulis lokal yang diterbitkan secara independen yang aktif di Pulau Jeju. Tentu saja, buku-buku tersebut bercerita dan memberi informasi seputar Pulau Jeju, mulai dari sejarah daerah, keindahan alam, aktivitas sehari-hari penduduknya, dan lain sebagainya. Selain toko buku 'Eonjerado', terdapat pula toko buku 'Sosimhan Chaekbang' yang kerap menggelar aktivitas literasi dan acara budaya seperti diskusi buku.

Peta Toko Buku Jeju Olle memberikan informasi rinci tentang setiap toko buku dan mendorong wisatawan untuk memulai tur toko buku kecil. Hal ini menunjukkan bahwa toko buku independen di Jeju telah muncul sebagai perwujudan komoditas pariwisata yang menarik dan pendorong pertukaran budaya. Penerapan sistem peta toko buku independen menarik wisatawan dan menumbuhkan apresiasi yang lebih dalam untuk membaca dan budaya lokal.



Gambar 2. Peta Toko Buku Jeju Olle (dokumentasi penulis)

Rute pariwisata Jeju Olle tidak bersifat baku. Wisatawan bisa dengan bebas memodifikasi ragam situs kunjungan mereka. Ketika penulis bertanya dengan pengelola buku ‘*Sosimhan Chaekbang*’, dikatakan bahwa rute paling umum yang biasa dilalui para wisatawan adalah dimulai dari Museum Jeju Haenyeo lalu berakhir di Jongdal-ri, daerah tempat mereka bernaung. Hal ini karena biasanya wisatawan datang dari arah kota lalu menuju daerah yang lebih bernuansa pedesaan, tempat Jongdal-ri berada. Namun, meski wisatawan tidak mengunjungi situs-situs secara berurutan, secara umum hal itu tidak akan menjadi masalah terkait narasi wisata yang disampaikan. Berdasarkan kunjungan observasi ke beberapa toko buku selama penelitian, dapat diketahui bahwa secara umum koleksi yang dimiliki setiap toko buku bisa dikatakan serupa. Hal yang membedakan adalah sudut-sudut khusus toko buku, seperti misalnya ada toko buku yang mengkhususkan salah satu sudutnya untuk cerita rakyat Jeju, sementara yang lain koleksinya lebih sedikit. Kemudian selain itu, satu hal lain yang membedakan adalah pengalaman yang ditawarkan oleh setiap toko buku, seperti misalnya karakter rumah tua, nuansa tepi laut, toko buku tanpa penunggu yang menerima transaksi langsung oleh pengunjung hanya dengan menggunakan kartu, toko buku dengan bangunan bekas pabrik gula, dan sebagainya.

Model pengembangan toko buku lokal dan spesialisasi budaya yang kompleks di Pulau Jeju berkontribusi pada industri pariwisata yang berkelanjutan dengan menyeimbangkan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian budaya, dan konservasi lingkungan. Integrasi toko buku independen ke dalam lanskap pariwisata selaras dengan tujuan pulau ini untuk mempromosikan kegiatan intelektual dan menumbuhkan apresiasi yang mendalam terhadap identitas budaya Jeju. Dengan demikian, Jeju memastikan bahwa pariwisata tetap menjadi kekuatan positif untuk perubahan dan berfungsi sebagai katalisator untuk pengembangan masyarakat.

Selain itu, pengalaman wisata toko buku independen di Pulau Jeju memiliki dampak pada lingkungan sekitarnya. Toko buku independen mempromosikan bentuk pariwisata yang lebih berkelanjutan, yaitu ketika pengunjung dapat dengan santai melihat-lihat rak

buku, menikmati teh atau kopi yang berasal dari sumber lokal, dan membenamkan diri dalam suasana sastra. Toko buku independen di Jeju juga memberikan pengalaman pariwisata yang lebih otentik. Pengunjung dapat leluasa berinteraksi dengan pemilik toko yang adalah penduduk setempat. Di sisi lain, pengetahuan dan informasi yang ditawarkan oleh buku-buku yang dijual serta aktivitas literasi yang ditawarkan juga memberikan poin sentuhan pada narasi pariwisata yang bisa dialami oleh wisatawan. Pendekatan pariwisata yang sederhana dan ramah lingkungan ini tidak hanya membantu melestarikan keindahan alam pulau ini dengan tetap menggerakkan swadaya masyarakat, tetapi juga memberikan pengalaman yang berbeda bagi para pengunjung.

Toko buku independen di Jeju adalah wujud komponen integrasi dari industri pariwisata yang menunjukkan komitmennya terhadap inklusivitas dalam budaya populer, partisipasi masyarakat, dan pembangunan berkelanjutan. Dengan mempromosikan ruang-ruang budaya warga yang unik ini, Pulau Jeju menawarkan kesempatan kepada para pengunjung untuk terlibat dengan budaya lokal, membina hubungan yang bermakna dan memperdalam pemahaman mereka tentang warisan pulau ini. Di sisi lain, model pariwisata ini merupakan bentuk ragam lain dari pariwisata konten di Korea. Keunikan dan karakteristiknya menambah khazanah baru dalam kategori pariwisata Korea yang biasanya lebih eksklusif dimaknai sebagai (hanya) pariwisata K-Pop dan Hallyu.

KESIMPULAN

Dengan menganalisis kasus-kasus di Pulau Jeju, Korea, penelitian ini menggarisbawahi peran toko buku independen yang telah bergeser dari hanya sekadar toko buku menjadi katalisator pelestarian budaya, inovasi, dan perubahan sosial. Saat ini, toko buku independen sedang mengalami fase transisi, dan diharapkan bahwa dalam dua hingga tiga tahun mendatang, peran dan karakteristik komunitas toko buku independen akan lebih jelas. Ini sebagian besar dipengaruhi oleh waktu yang dibutuhkan oleh ruang-ruang lain yang berfungsi sebagai pusat budaya serbaguna untuk mengembangkan diri mereka.

Untuk menjadikan toko buku independen berkelanjutan dan membentuk budaya yang kuat, mereka perlu membedakan diri dari toko buku besar dan lokal, serta membangun sistem yang lebih terstruktur sebagai platform distribusi karya independen dan ruang budaya yang mendukung berbagai aktivitas budaya. Temuan-temuan pada penelitian kali ini berkontribusi pada pemahaman tentang lokalisme sebagai sebuah gerakan sosial dan memberikan wawasan tentang potensi pariwisata toko buku independen sebagai wahana untuk menciptakan nilai baru dalam pariwisata konten yang mendorong keterlibatan masyarakat.

Dengan menyoroti pentingnya pariwisata toko buku independen sebagai komoditas yang berkelanjutan dalam konteks Korea, temuan dalam penelitian ini menekankan pentingnya upaya kolaboratif antara toko buku lokal dan penerbit dalam merevitalisasi industri buku dan pariwisata. Bermitra dengan penerbit lokal memungkinkan toko buku untuk membangun hubungan yang erat dengan masyarakat setempat, memfasilitasi interaksi penulis dengan mengadakan acara buku, dan inovasi budaya. Selain itu, model

gerakan sosial dan pariwisata yang didasari oleh jejaring toko buku independen juga memperluas keterlibatan pemerintah daerah dan organisasi masyarakat sipil eksternal untuk memperkuat gerakan budaya di sekitar toko buku dan penerbit lokal.

Untuk memastikan keberlanjutan jangka panjang industri penerbitan lokal, sangat penting bagi pemerintah, pemerintah daerah, penerbit, dan pelaku industri toko buku independen untuk secara kolektif berinvestasi dalam pengembangan infrastruktur budaya. Meskipun studi ini merupakan sebuah investigasi eksploratif, penelitian lebih lanjut yang melibatkan survei dan wawancara mendalam dengan para penerbit dan toko buku lokal diperlukan untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang seluk-beluk proses revitalisasi ini. Terlepas dari keterbatasannya, penelitian ini menggarisbawahi potensi menghubungkan revitalisasi toko buku independen dengan penerbitan lokal untuk berkontribusi pada revitalisasi budaya dan mengembangkan potensi pariwisata berkelanjutan berdasarkan komunitas di wilayah tersebut. Hal ini juga menunjukkan bahwa sudah semestinya ruang publik perlu diberi perhatian pada sisi keberlanjutannya. Ruang budaya warga seperti toko buku independen sudah semestinya hidup sebagai ruang yang berkelanjutan sebagai situs pariwisata, ruang pertukaran informasi budaya, daripada hanya ruang yang menjajakan buku-buku berjajar. Penelitian ini memberikan wawasan awal yang berharga dalam dinamika pariwisata konten berbasis masyarakat dengan fokus pada rute wisata toko buku independen. Namun, perlu diakui bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan pertama adalah cakupan penelitian yang masih terbatas pada satu aspek dari pariwisata konten berbasis masyarakat, yaitu toko buku independen. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan penelitian untuk lebih mendalam dan menyeluruh tentang bagaimana toko buku dan penerbit dapat memainkan peran penting dalam merevitalisasi budaya lokal dan regional, serta menganalisis dampaknya terhadap ekonomi dan masyarakat setempat. Selain itu, penelitian ini menghadapi kendala dalam observasi lapangan yang cenderung memiliki elemen subjektivitas dan keterbatasan waktu dalam melakukan pengecekan cermat secara menyeluruh. Penelitian mendatang dapat memperbaiki kelemahan ini dengan menerapkan metode observasi yang lebih terstruktur dan memperpanjang periode penelitian untuk memungkinkan pengecekan data yang lebih lengkap. Dengan pemahaman ini, penelitian berikutnya diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan dalam pengembangan teori dan praktik pariwisata konten berbasis masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Gu Suna & Jang Wonho (2018). *Independent Bookstores and Cultural Community: Characteristics and Classification* (독립서점의 커뮤니티 유형에 관한 연구- 서울 독립서점을 중심으로 -). *Humaniora Contents*. 1, 93-123.
- Jeju News (2019). *Kontes Membaca Korea 2020 diadakan di Jeju* (제주에서 열리는 2020 대한민국 독서대전) <http://www.jejunews.com/news/articleView.html?idxno=2145412>.
- Jeju Province. *Project of Seogwipo City for Reading Books* (책 읽는 서귀포 프로젝트) <https://www.jeju.go.kr/lib/read/business/point.htm>
- Kang Tae Woo (2019). *Perbedaan dalam Kepercayaan dan Dukungan Pemerintah Daerah*

- untuk Pengembangan Pariwisata Berdasarkan Orientasi Budaya dan Kesejahteraan Subjektif (문화적 정향 및 주관적 안녕감에 따른 지방정부신뢰 및 관광개발 지지 차이검증). *Korean Journal of Tourism*. 32, 57-80.
- Llupart & Rosa (2022). *Theoretical Model for the Analysis of Community-Based Tourism: Contribution to Sustainable Development*. *Sustainability* 14(17), 10635.
- Oh Sun Kyung (2015). *A Study on How to Revitalize Local Bookstores as a Major Base for Creating a Reading Culture Ecosystem (독서문화 생태계 조성의 주요 거점으로서, 지역서점 활성화 방안 연구)*. *Cultural Contents Research*, 5(5), 101-133.
- Seaton et al. (2017). *Content Tourism in Japan: Pilgrimages to 'Sacred Sites' of Popular Culture*. Cambria Press: New York.
- Shim, So-Young (2008). *A study on how to activate the use of small and medium-sized bookstores to secure their competitiveness (중소형서점의 경쟁력 확보를 위한 이용 활성화 방안에 관한 연구)*. Thesis, Sogang University.
- The JoongAng (2022). *Toko-toko Buku Jeju sebagai 'Pusat Humaniora' untuk Bertanya dan Berkomunikasi (제주에 모여든 책방들, 질문하고 소통하는 '인문학 허브'로)* <https://www.joongang.co.kr/article/25123992#home>
- Yoo dan Ryu (2019). *Studi tentang Komunikasi Pariwisata Melalui Analisis Data Besar Media Sosial - dengan Fokus pada Persepsi Pariwisata dan Langkah-langkah Revitalisasi Industri pariwisata di Gwangju dan Jeonnam (소셜미디어 빅데이터 분석을 통한 관광 커뮤니케이션 연구-광주·전남지역 관광인식과 관광산업 활성화 방안을 중심으로)* *Journal of Regional Industry Research*, 42(2), 255-277.
- Zhang, Y., & Chung, H. (2016). *Strategizing The Customer Relationship in the Independent Bookstore Network: A Case of Small Bookshop in Taiwan*. *International Journal of Business and Administrative Studies*, 2(5), 143-150.