

BAB II TINJAUAN TEORI

2.1. Pariwisata

Pariwisata adalah suatu industri gaya baru yang dapat menyediakan pertumbuhan ekonomi cepat dalam hal kesempatan kerja. Gejala pariwisata sendiri terdiri dari 3 unsur, yaitu manusia sebagai pelaku pariwisata, tempat sebagai unsur fisik kegiatan dan waktu sebagai unsur tempo yang dihabiskan selama proses wisata berlangsung (Wahab, 2003).

2.1.1 Jenis dan macam pariwisata

Perjalanan wisata dilakukan untuk suatu tujuan dan memuaskan berbagai macam keinginan. Oleh karena itu, pariwisata terdiri dari berbagai jenis dilihat dari beberapa variabel terkait kegiatan wisata. Jenis dan macam pariwisata (Wahab, 2003) tersebut antara lain adalah:

1. Menurut jumlah orang yang bepergian pariwisata terbagi menjadi;
 - Pariwisata individu → kegiatan wisata yang dilakukan oleh individu atau satu keluarga.
 - Pariwisata rombongan → kegiatan wisata bersama yang dilakukan oleh sekelompok orang, yang biasanya terikat oleh suatu hubungan tertentu. Kegiatan wisata ini biasanya menggunakan jasa layanan usaha perjalanan dan didampingi oleh seorang pemimpin kegiatan wisata. jumlah anggota berkisar antara 15 – 20 orang peserta.
2. Menurut maksud bepergian, pariwisata terbagi menjadi;
 - Pariwisata rekreasi atau pariwisata santai → tujuan perjalanan ini adalah untuk mengembalikan kemampuan fisik dan mental peserta wisata dan memberikan kesempatan untuk bersantai dari kegiatan kerja selama di tempat wisata.
 - Pariwisata budaya → kunjungan dilakukan untuk mengetahui informasi mengenai tempat yang dikunjungi. Kegiatan ini juga meliputi kunjungan ke tempat perayaan adat, cagar alam, situs purbakala, pameran dan atraksi wisata lain yang terkait budaya setempat, baik dalam lingkup lokal maupun internasional.

- Pariwisata pulih sehat → perjalanan yang dilakukan karena alasan medis atau memenuhi kebutuhan perawatan di suatu lokasi dengan fasilitas penyembuhan.
 - Pariwisata sport → kegiatan yang dilakukan untuk memuaskan hobi orang dalam hal kegiatan *outdoor*.
 - Pariwisata temu wicara → kegiatan konvensi yang mencakup pertemuan ilmiah, politik dan konferensi profesi. Jangkauan kegiatan ini bisa mencapai tahap internasional dan biasanya memanfaatkan jasa usaha perjalanan sebagai penyedia fasilitas kegiatan.
3. Menurut Alat Transportasi pariwisata terbagi menjadi;
 - Pariwisata darat → kegiatan dengan menggunakan transportasi darat sebagai sarana transportasi utama.
 - Pariwisata tirta → kegiatan dengan menggunakan transportasi air sebagai sarana transportasi utama
 - Pariwisata dirgantara → kegiatan dengan menggunakan transportasi udara sebagai sarana transportasi utama
 4. Menurut letak geografis pariwisata terbagi menjadi;
 - Pariwisata domestik nasional → arus wisata yang terjadi dalam satu negara tertentu.
 - Pariwisata regional → arus wisata yang terjadi yang terjadi antar beberapa negara yang membentuk suatu kawasan wisata tertentu, misalnya perjalanan wisata ke negara-negara Eropa Barat.
 - Pariwisata internasional → arus wisata yang terjadi antar negara.
 5. Menurut umur pariwisata terbagi menjadi pariwisata remaja dan dewasa
 6. Menurut jenis kelamin, pariwisata terbagi menjadi pariwisata pria dan wanita.
 7. Menurut tingkat harga dan tingkat sosial, pariwisata terbagi menjadi pariwisata taraf *lux*, menengah dan jelata.

Adapun menurut Suwena & Widyatmaja (2010), sepuluh jenis dan macam pariwisata adalah sebagai berikut,

1. menurut letak geografis, pariwisata terbagi menjadi;

- Pariwisata lokal (*local tourism*) → kegiatan wisata yang ruang lingkungannya sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu.
 - Pariwisata regional (*regional tourism*) → kegiatan wisata yang dikembangkan dalam suatu wilayah tertentu. Wisata ini dapat mencakup wilayah regional dalam ruang lingkup nasional maupun wilayah regional dalam lingkup internasional.
 - Pariwisata nasional (*national tourism*) → jenis pariwisata yang dikembangkan dalam wilayah suatu negara, dengan peserta wisata tidak terbatas pada penduduk negara tersebut.
 - Pariwisata regional-internasional → pariwisata yang berkembang di suatu wilayah internasional terbatas, dan mencakup lebih dari dua atau tiga batas negara dalam wilayah tersebut.
 - Pariwisata internasional (*international tourism*) → kegiatan pariwisata yang meliputi daerah internasional dan dikembangkan di banyak negara di seluruh dunia.
2. Menurut pengaruhnya terhadap neraca pembayaran, pariwisata terbagi menjadi;
- Pariwisata aktif (*in bound tourism*) → kegiatan wisata yang ditandai dengan masuknya wisatawan asing ke suatu negara tertentu, sehingga menambah masukan devisa dan memperkuat posisi neraca pembayaran negara kunjungan.
 - Pariwisata pasif (*out-going tourism*) → kegiatan wisata yang ditandai keluarnya wisatawan dari suatu negara untuk mengunjungi negara lain. Hal ini dilihat dari sudut pandang negara asal wisatawan sebagai penurunan masukan devisa negara sehingga melemahkan kedudukan neraca pembayaran, karena uang wisatawan dibelanjakan bukan di negara asalnya.
3. Menurut alasan/tujuan perjalanan;
- *Business tourism* → perjalanan wisata dengan tujuan dinas, usaha dagang atau wisata terkait pekerjaan
 - *Vacational tourism* → perjalanan wisata dengan tujuan berlibur

- *Educational tourism* → perjalanan wisata untuk tujuan pembelajaran
 - *Familiarization tourism* → perjalanan wisata yang dilakukan dengan tujuan untuk lebih mengenal suatu bidang atau daerah tertentu yang terkait dan sesuai dengan suatu pekerjaan.
 - *Scientific tourism* → perjalanan wisata dengan tujuan melakukan penyelidikan dan memperoleh pengetahuan lebih lanjut dan mendalam dalam suatu bidang ilmu pengetahuan.
 - *Special mission tourism* → perjalanan wisata dengan misi khusus, terkait suatu bidang yang ditekuni
 - *Hunting tourism* → kunjungan wisata dengan tujuan perburuan binatang yang diijinkan pemerintah setempat sebagai sarana hiburan
4. Menurut saat atau waktu berkunjung, pariwisata terbagi menjadi;
- *Seasonal tourism* → perjalanan wisata yang dilakukan pada musim-musim tertentu dengan terkait musim tersebut
 - *Occasional tourism* → perjalanan wisata yang dilakukan berdasarkan suatu kejadian tertentu di daerah tujuan dan terkait dengan kegiatan setempat.
5. Menurut objeknya
- *Cultural tourism* → perjalanan wisata dengan motivasi terkait daya tarik seni dan budaya suatu daerah tertentu
 - *Recuperational tourism* → perjalanan wisata dengan motivasi pengobatan alternatif akibat efek natural dari daerah tujuan wisata.
 - *Commercial tourism* → perjalanan wisata yang motivasinya terkait kegiatan perdagangan nasional dan internasional.
 - *Sport tourism* → perjalanan wisata dengan motivasi terkait kegiatan pesta olahraga di suatu tempat atau negara tertentu.
 - *Political tourism* → perjalanan wisata dengan tujuan menyaksikan suatu kegiatan tertentu yang terkait dengan peristiwa politik di suatu negara

- *Social tourism* → perjalanan wisata yang segi penyelenggaraannya tidak menekankan untuk mencari keuntungan.
- *Religion tourism* → perlananan wisata dengan tujuan mengunjungi dan melihat acara-acara keagamaan.

6. Menurut jumlah wisatawan

- *Individual tourism* → perjalanan wisata yang dilakukan seorang wisatawan atau satu keluarga secara bersama-sama
- *Family group tourism* → perjalanan wisata yang dilakukan oleh beberapa keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain.
- *Group tourism* → jenis pariwisata yang merupakan kumpulan beberapa wisatawan yang tergabung dalam satu kelompok yang diatur oleh satu organisasi tertentu.

7. Menurut alat transportasi

- *Land tourism* → perjalanan wisata dengan menggunakan transportasi darat.
- *Sea tourism* → perjalanan wisata dengan menggunakan transportasi laut
- *Air tourism* → perjalanan wisata dengan menggunakan transportasi udara.

8. Menurut umur wisatawan

- *Youth tourism* → jenis pariwisata yang dikembangkan untuk remaja yang suka melakukan perjalanan wisata dengan harga relatif murah
- *Adult tourism* → kegiatan pariwisata yang dilakukan oleh orang dewasa, dalam hal ini biasanya wisatawan adalah para pensiunan berusia lanjut.

9. Menurut jenis kelamin

- *Masculine tourism* → perjalanan wisata yang hanya diikuti oleh wisatawan pria.
- *Feminime tourism* → perjalanan wisata yang hanya diikuti oleh wisatawan wanita.

10. Menurut harga dan tingkat sosial

- *Delux tourism* → perjalanan wisata dengan standar fasilitas yang tinggi dan pelayanan wisata mewah.
- *Middle class tourism* → perjalanan wisata dengan standar fasilitas medium, pelayanan yang baik dengan harga yang tidak terlalu mahal.
- *Social tourism* → perjalanan wisata dengan standar fasilitas yang cukup memadai, dan menggunakan perhitungan biaya yang paling murah selama perjalanan.

2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan berwisata

Pemilihan daerah tujuan wisata didasarkan pada beberapa faktor yang menjadi bahan pertimbangan wisatawan dalam menentukan perjalanan wisata yang akan dilakukan. Selain daerah tujuan wisata, faktor-faktor ini juga mempengaruhi alasan kunjungan wisata yang dilakukan oleh wisatawan (Wahab, 2003). Faktor-faktor yang dimaksud adalah;

1. Faktor Irasional (dorongan bawah sadar), yang terdiri dari;

- Lingkup pergaulan dan ikatan keluarga
- Tingkah laku prestise
- Tiruan dan mode
- Pengaguman pribadi (dalam pola tingkah laku)
- Perasaan keagamaan
- Hubungan masyarakat dan promosi wisata
- Iklan dan penyebaran informasi pariwisata
- Kondisi ekonomi (pendapatan dan biaya)

2. Faktor Rasional (dorongan yang disadari), yang terdiri dari;

- Sumber/asset wisata → panorama alam, warisan budaya, perayaan sosial, dll.
- Fasilitas wisata → manajemen wisata dan sarana transportasi.
- Fasilitas wisata luar negeri → bea cukai dan prosedur kunjungan
- Kondisi lingkungan → sikap masyarakat setempat
- Susunan kependudukan
- Situasi politik

- Keadaan geografis

2.1.3 Unsur-unsur penawaran pariwisata

Penawaran pariwisata menurut Wahab (Manajemen Pariwisata, 2003) dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu wisata alamiah dan buatan manusia. Sumber kekayaan alam yang ditawarkan antara lain;

- Iklim.
- Tata letak tanah dan pemandangan alam
- Unsur rimba
- Flora dan fauna
- Pusat-pusat kesehatan alami

Adapun untuk penawaran wisata buatan manusia yang ditawarkan terbagi menjadi 5 kategori utama, yaitu

- Yang berciri sejarah, budaya dan agama → monumen, tempat – tempat budaya dan perayaan tradisional.
- Sarana/prasarana → tempat rekreasi & sport, agen perjalanan, penginapan, penyewaan kendaraan, dan pemenuhan kebutuhan pokok manusia.
- Sarana pencapaian dan alat transportasi penunjang
- Sarana pelengkap
- Pola hidup masyarakat

2.2. Desa wisata

Desa wisata adalah sebuah kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata. Di kawasan ini, penduduknya masih memiliki tradisi dan budaya yang relatif masih asli. Selain itu, beberapa faktor pendukung seperti makanan khas, sistem pertanian dan sistem sosial turut mewarnai sebuah kawasan desa wisata. Di luar faktor-faktor tersebut, alam dan lingkungan yang masih asli dan terjaga merupakan salah satu faktor terpenting dari sebuah kawasan tujuan wisata.

Menurut Pariwisata Inti Rakyat (PIR) dalam Info Sosial Ekonomi Vol. 2 No.1 (2001) pp. 37 – 44, yang dimaksud dengan Desa Wisata adalah: Suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa

yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya: atraksi, akomodasi, makanan-minuman, dan kebutuhan wisata lainnya.

Berdasarkan hal tersebut, pembangunan desa wisata ini merupakan realisasi dari pelaksanaan Undang-Undang Otonomi Daerah (UU. No. 22/99). Oleh karena itu setiap Kabupaten perlu memprogramkan pembangunan desa wisata di daerahnya, sesuai dengan pola PIR tersebut.

Pengertian lain dari desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. (Nuryanti, Wiendu. 1993. *Concept, Perspective and Challenges*, makalah bagian dari Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya Yogyakarta : Gadjah Mada University Press. Hal. 2-3 dalam wikipedia). Sedangkan Edward Inskeep dalam bukunya *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, hal. 166 memberikan definisi: *Village Tourism, where small groups of tourist stay in or near traditional, often remote villages and learn about village life and the local environment*, yang berarti; Wisata pedesaan dimana sekelompok kecil wisatawan tinggal dalam atau dekat dengan suasana tradisional, sering di desa-desa yang terpencil dan belajar tentang kehidupan pedesaan dan lingkungan setempat.

Selain berbagai keunikan, kawasan desa wisata juga harus memiliki berbagai fasilitas untuk menunjangnya sebagai kawasan tujuan wisata. Berbagai fasilitas ini akan memudahkan para pengunjung desa wisata dalam melakukan kegiatan wisata. Fasilitas-fasilitas yang sebaiknya dimiliki oleh kawasan desa wisata antara lain adalah sarana transportasi, telekomunikasi, kesehatan, dan juga akomodasi. Khusus untuk sarana akomodasi, desa wisata menyediakan sarana penginapan berupa pondok-pondok wisata (home stay) sehingga para pengunjung pun turut merasakan suasana pedesaan yang masih asli.

2.2.1 Komponen utama desa wisata

Terdapat dua konsep yang utama dalam komponen desa wisata:

- Akomodasi : sebagian dari tempat tinggal para penduduk setempat dan atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk.

- Atraksi : seluruh kehidupan keseharian penduduk setempat beserta setting fisik lokasi desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipasi aktif seperti : kursus tari, bahasa dan lain-lain yang spesifik.

Selanjutnya, beberapa persyaratan desa wisata seperti yang tertuang dalam Info Sosial Ekonomi Vol. 2 No.1 (2001) pp. 37 – 44 adalah sebagai berikut;

- Aksesibilitasnya baik, sehingga mudah dikunjungi wisatawan dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi.
- Memiliki obyek-obyek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai obyek wisata.
- Masyarakat dan aparat desanya menerima dan memberikan dukungan yang tinggi terhadap desa wisata serta para wisatawan yang datang ke desanya.
- Keamanan di desa tersebut terjamin.
- Tersedia akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai.
- Beriklim sejuk atau dingin.
- Berhubungan dengan obyek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

2.2.2 Pendekatan pengembangan desa wisata

- **Interaksi Langsung**
Wisatawan dimungkinkan untuk tinggal/bermalam dalam akomodasi yang dimiliki oleh desa tersebut. Dampak yang terjadi dapat dikontrol dengan berbagai pertimbangan yaitu daya dukung dan potensi masyarakat setempat. Alternatif lain dari model ini adalah penggabungan dari model pertama dan kedua. (UNDP and WTO. 1981. Tourism Development Plan for Nusa Tenggara, Indonesia. Madrid: World Tourism Organization. Hal. 69 dalam wikipedia).
- **Interaksi Setengah Langsung**
Bentuk-bentuk one day trip yang dilakukan oleh wisatawan, kegiatan-kegiatan meliputi makan dan berkegiatan bersama penduduk dan kemudian wisatawan dapat kembali ke tempat akomodasinya. Prinsip model tipe ini adalah bahwa wisatawan hanya singgah dan tidak tinggal

bersama dengan penduduk.

- **Interaksi Tidak Langsung**

Model pengembangan didekati dengan cara bahwa desa mendapat manfaat tanpa interaksi langsung dengan wisatawan. Bentuk kegiatan yang terjadi antara lain berupa penulisan buku-buku tentang desa yang berkembang, kehidupan desa, arsitektur tradisional, latar belakang sejarah, pembuatan kartu pos dan sebagainya.

2.2.3 Kriteria desa wisata

Kunjungan ke desa wisata didasarkan pada beberapa alasan yang menjadi faktor daya tarik kunjungan wisatawan. Adapun kriteria desa sehingga menjadi desa wisata adalah sebagai berikut (Nuryanti, 2011);

1. **Atraksi wisata;** yaitu semua yang mencakup alam, budaya dan hasil ciptaan manusia. Atraksi yang dipilih adalah yang paling menarik dan atraktif di desa.
2. **Jarak Tempuh;** adalah jarak tempuh dari kawasan wisata terutama tempat tinggal wisatawan dan juga jarak tempuh dari ibukota provinsi dan jarak dari ibukota kabupaten.
3. **Besaran Desa;** menyangkut masalah-masalah jumlah rumah, jumlah penduduk, karakteristik dan luas wilayah desa. Kriteria ini berkaitan dengan daya dukung kepariwisataan pada suatu desa.
4. **Sistem Kepercayaan dan kemasyarakatan;** merupakan aspek penting mengingat adanya aturan-aturan yang khusus pada komunitas sebuah desa. Perlu dipertimbangkan adalah agama yang menjadi mayoritas dan sistem kemasyarakatan yang ada.
5. **Ketersediaan infrastruktur;** meliputi fasilitas dan pelayanan transportasi, fasilitas listrik, air bersih, drainase, telepon dan sebagainya.

Selanjutnya, masing-masing kriteria digunakan untuk melihat karakteristik utama suatu desa untuk kemudian menentukan apakah suatu desa akan menjadi desa dengan tipe berhenti sejenak, tipe *one day trip* atau tipe tinggal inap.

2.2.4 Pendekatan fisik pengembangan desa wisata

Pengembangan desa wisata lebih diarahkan pada pengembangan fisik untuk memenuhi kriteria desa wisata dari segi ketersediaan infrastruktur. Adapun pendekatan fisik yang dilakukan adalah;

- Konservasi sejumlah rumah yang memiliki nilai budaya dan arsitektur yang tinggi dan mengubah fungsi rumah menjadi museum desa yang kemudian dapat menghasilkan uang untuk biaya perawatan museum tersebut. Selanjutnya, untuk mewadahi kegiatan wisata di desa tersebut, maka pembangunan sarana wisata juga dibutuhkan.
- Mengonservasi keseluruhan desa dan menyediakan lahan baru untuk menampung perkembangan penduduk desa tersebut dan sekaligus mengembangkan lahan tersebut sebagai area pariwisata dengan fasilitas-fasilitas wisata.
- Mengembangkan bentuk-bentuk akomodasi di dalam wilayah desa tersebut yang dioperasikan oleh penduduk desa tersebut sebagai industri skala kecil.

2.2.5 Tipe desa wisata

Menurut pola, proses pengelolaan dan tipe pengelolanya, desa wisata di Indonesia terbagi menjadi dua tipe desa wisata (Nuryanti, 2011), yaitu:

1. Tipe Terstruktur (*ensclave*)

Tipe ini memiliki beberapa karakter khas, yaitu;

- Lahan terbatas yang dilengkapi dengan infrastruktur yang spesifik untuk kawasan tersebut. Tipe ini mempunyai kelebihan dalam citra yang ditumbuhkannya sehingga mampu menembus pasar internasional. Lokasi pada umumnya terpisah dari masyarakat atau penduduk lokal, sehingga dampak negatif yang ditimbulkannya diharapkan terkontrol. Selain itu pencemaran sosial budaya yang ditimbulkan akan terdeteksi sejak dini.
- Lahan tidak terlalu besar dan masih dalam tingkat kemampuan perencanaan yang integratif dan terkoordinasi, sehingga diharapkan akan tampil menjadi semacam agen untuk mendapatkan dana-dana internasional sebagai unsur utama untuk “menangkap” servis-servis dari

hotel-hotel berbintang lima. Pedesaan tersebut diakui sebagai suatu pendekatan yang tidak saja berhasil secara nasional, melainkan juga pada tingkat internasional. Pemerintah Indonesia mengharapkan beberapa tempat di Indonesia yang tepat dapat dirancang dengan konsep yang serupa.

2. Tipe Terbuka (*spontaneus*)

Tipe ini ditandai dengan karakter-karakter yaitu tumbuh menyatunya kawasan dengan struktur kehidupan, baik ruang maupun pola dengan masyarakat lokal. Distribusi pendapatan yang didapat dari wisatawan dapat langsung dinikmati oleh penduduk lokal, akan tetapi dampak negatifnya cepat menjalar menjadi satu ke dalam penduduk lokal, sehingga sulit dikendalikan.

2.3. Destinasi Pariwisata

Destinasi pariwisata menempati bagian wilayah yang sangat luas, mencakup dari satu wilayah administrasi pemerintahan, memiliki sejumlah daya tarik wisata yang menarik, mampu menawarkan beragam kegiatan pariwisata yang unik, memiliki akses yang tinggi dengan destinasi pariwisata yang lainnya sehingga membentuk jaringan destinasi pariwisata.

Menurut Yoeti (1988) dalam Suwena & Widyatmaja (2010) suatu destinasi pariwisata harus memiliki suatu ketersediaan yang merupakan persyaratan yang harus dipenuhi, yaitu

- sesuatu yang dilihat (*something to see*)
- sesuatu yang dapat dilakukan (*something to do*)
- sesuatu yang dapat dibeli (*something to buy*)

2.3.1 Pengertian Destinasi Pariwisata

Menurut UU no.10 tahun 2009 tentang Pariwisata, Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Suwena & Widyatmaja (2010) dalam buku Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata menyebutkan bahwa

“daerah tujuan wisata merupakan tempat dimana segala kegiatan pariwisata bisa dilakukan dengan tersedianya segala fasilitas dan atraksi wisata untuk wisatawan”.

Unsur pokok dari destinasi pariwisata menurut Suwena & Widyatamaja (2010) terdiri dari lima hal, yaitu

- Obyek dan daya tarik wisata
- Prasarana wisata
- Sarana wisata
- Tata laksana/infrastruktur
- Masyarakat/lingkungan

2.3.2 Komponen Destinasi Pariwisata

Destinasi pariwisata dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata wisatawan yang datang berkunjung ke destinasi pariwisata. Komponen destinasi pariwisata terdiri dari empat yang dikenal dengan istilah “4A” yaitu *atractiion* (atraksi), *amenitas* (fasilitas wisata), *access* (aksesibilitas) dan *ancillary services* (pelayanan tambahan).

1. Atraksi (*atractiion*)

Atraksi wisata disebut juga obyek dan daya tarik wisata. Atraksi wisata merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Modal kepariwisataan mengandung potensi untuk dikembangkan, sedangkan atraksi wisata sudah menjadi komplementer dengan motif perjalanan wisata.

2. Fasilitas wisata (*amenities*)

Fasilitas wisata adalah segala macam sarana dan prasana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di destinasi pariwisata. Sarana dan prasarana wisata yang diperlukan terdiri dari 3 jenis yaitu;

- Usaha penginapan/akomodasi (*accomodation*) → tempat dimana wisatawan bermalam untuk sementara dalam kurun waktu selama melakukan perjalanan wisata. (Contoh; hotel, *guest house*, *homestay*, losmen, dll.)
- Usaha makanan dan minuman → tempat dimana wisatawan memenuhi kebutuhan makan dan minum sehari-hari selama perjalanan wisata. (contoh: restoran, cafe, warung makan, dll)

- Transportasi dan infrastruktur → layanan transportasi yang dibutuhkan wisatawan selama melakukan perjalanan wisata, untuk mendukung perjalanan dari dan menuju atraksi wisata yang tersedia. Infrastruktur pariwisata meliputi fasilitas umum yang mendukung kegiatan wisata. (contoh: pembangkit listrik, penyediaan air bersih, apotek, bank, atm, dll.

3. Aksesibilitas

Aksesibilitas mencakup jalan masuk utama ke destinasi pariwisata. Selain itu, aksesibilitas juga diartikan sebagai transferabilitas yaitu kemudahan untuk Bergerak dari satu daerah/lokasi ke daerah/lokasi yang lainnya. Pariwisata akan terhambat jika transferabilitas tidak tersedia. Faktor yang memungkinkan transferabilitas adalah

- tingkat konektivitas antar daerah/lokasi
- tidak adanya penghalang yang merintang transferabilitas antardaerah
- tersedianya angkutan antardaerah.

4. Pelayanan Tambahan

Pelayanan tambahan atau sering juga disebut sebagai pelengkap adalah suatu hal yang harus disediakan oleh pemerintah daerah dari suatu destinasi wisata baik untuk wisatawan ataupun pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk pemasaran, pembangunan fisik, serta koordinasi segala aktivitas dan aturan perundang-undangan baik di atraksi wisata maupun di jalan raya. Pelayanan tambahan mencakup hubungan antar masing-masing komponen destinasi pariwisata dengan wisatawan, yaitu,

- Hubungan wisatawan dengan atraksi wisata → jenis atraksi wisata mempengaruhi jumlah wisatawan yang berkunjung. Semakin menarik jenis atraksi wisata yang ditawarkan akan semakin banyak jumlah wisatawan yang berkunjung.
- Hubungan wisatawan dengan aksesibilitas → kemudahan aksesibilitas mempengaruhi kunjungan wisatawan, baik dari segi jumlah kunjungan dan juga jumlah wisatawan yang datang.
- Hubungan wisatawan dengan fasilitas wisata → ketersediaan fasilitas wisata akan menambah jumlah wisatawan yang berkunjung, lebih khususnya jika

fasilitas wisata berupa toko yang menjual souvenir khas daerah atau souvenir khas yang hanya ada di lokasi atraksi wisata tersebut.

- Hubungan wisatawan dengan community involvement → hubungan antara wisatawan dengan masyarakat yang menilai seberapa jauh tingkat keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata yang ada. Keterlibatan masyarakat juga mendukung adanya pelayanan atraksi wisata yang dapat menyediakan rasa aman, tertib, bersih, indah, ramah dan kenangan bagi wisatawan.

2.4. Wisatawan

Suwena dan Widyatmaja dalam buku “Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata” menyebutkan bahwa berdasarkan instruksi presiden no.9 Tahun 1969

“wisatawan (tourist) adalah setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanannya dan kunjungannya itu.”

Berdasarkan pengertian di atas, maka ciri wisatawan menurut Suwena (2010) adalah orang yang melakukan perjalanan untuk sementara waktu dalam waktu lebih dari 24 jam dan tidak memiliki sumber nafkah di tempat/negara yang dikunjungi.

2.4.1 Profil Wisatawan

Profil wisatawan merupakan karakteristik spesifik dari jenis wisatawan yang berbedaterkait dengan kebiasaan, permintaan, dan kebutuhan wisatawan dalam melakukan perjalanan. Seaton dan Bennet (1996) dalam Suwena dan Widyatmaja (2010) menyebutkan bahwa profil wisatawan dibedakan menjadi dua kategori yaitu karakteristik perjalanan (*trip descriptor*) dan karakteristik wisatawan. Karakteristik perjalanan wisatawan dapat dilihat pada tabel berikut ini;

Tabel 2.1 Karakteristik Perjalanan Wisatawan

Karakteristik	Pembagian
Lama Waktu Perjalanan	1-3 hari
	4-7 hari
	8-28 hari
	29-91 hari
	92-365 hari
Jarak Yang Ditempuh (Dalam Satuan Kilometer Atau Mil)	Dalam kota(lokal)
	Luar kota (satu provinsi)
	Luar kota (beda provinsi) Luar negeri

Karakteristik	Pembagian
Waktu Melakukan Perjalanan	Hari biasa/ hari kerja Akhir pekan/ akhir minggu Hari libur/raja Liburan sekolah
Akomodasi Yang Digunakan	Komersial (hotel berbintang/tidak berbintang) Non komersial (rumah teman/saudara/keluarga)
Moda Transportasi	Udara (terjadwal/sewaan) Darat (kendaraan pribadi/umum/sewaan) Kereta Api Laut (<i>cruiser/feri</i>)
Teman Perjalanan	Sendiri Keluarga Teman sekolah Teman kantor
Pengorganisasian Perjalanan	Sendiri Keluarga Sekolah Kantor Biro Perjalanan Wisata

Sumber: Smith (1989) dalam Suwena (2010).

Karakteristik Wisatawan difokuskan pada wisatawan itu sendiri dan mengacu pada pertanyaan 5W + 1H yang mengacu pada

“who, what, where, why, when + how much.”

Secara rinci karakteristik wisatawan dibedakan menjadi beberapa kategori, yaitu;

1. Karakteristik Sosio-Demografis

Karakteristik sosio-demografis dilihat aspek yang ditujukan untuk menjawab pertanyaan *“who wants what”* atau *“siapa yang memiliki keinginan”* dan *“apa keinginannya”*. Karakteristik sosio-demografis dijelaskan pada tabel di bawah ini

Tabel 2.2 Karakteristik Sosio-Demografis Wisatawan

Karakteristik	Pembagian
Jenis Kelamin	<ul style="list-style-type: none"> • Laki Laki • Perempuan
Umur	<ul style="list-style-type: none"> • 0-14 tahun • 15-24 tahun • 25-44 tahun • 45-64 • >65 tahun
Tingkat Pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak Tamat SD • SD • SLTP • SMU • Diploma • Sarjana (S1)

Karakteristik	Pembagian
Kegiatan	<ul style="list-style-type: none"> • Pasca Sarjana (S2,S3) • Bekerja • Tidak Bekerja
Satus Perkawinan	<ul style="list-style-type: none"> • Belum Menikah • Menikah • Cerai
Jumlah anggota keluarga dan komposisinya	<ul style="list-style-type: none"> • 1 orang • Beberapa orang tanpa anak usia <17 tahun • Beberapa orang, dengan anak (beberapa anak) <17 tahun
Tipe keluarga	<ul style="list-style-type: none"> • Belum menikah • Menikah, belum punya anak • Menikah, anak usia <6 tahun • Menikah, anak usia 6-17 tahun • Menikah, anak usia 18-25 tahun • Menikah, anak usia >25 tahun, masih tinggal dengan orang tua • Menikah, anak usia >25 tahun, tidak tinggal dengan keluarga (<i>empty nest</i>).

Sumber: Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata, 2010

2. Karakteristik Demografis

Karakteristik geografis membagi wisatawan berdasarkan lokasi tempat tinggalnya, misalnya dibedakan menjadi desa-kota, provinsi dan negara asalnya. Pembagian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan pengelompokkan berdasarkan ukuran kota tempat tinggal, kepadatan penduduk dan faktor lainnya.

3. Karakteristik Psikografis

Karakteristik psikologis membagi wisatawan berdasarkan kelas sosial, *lifestyle*, dan karakteristik personal. Kelompok dengan karakteristik demografis yang sama mungkin memiliki perbedaan karakteristik psikografis yang sangat berbeda (Smith, 1989 dalam Suwena, 2010).

2.4.2 Jenis dan Macam Wisatawan

Berbagai tipologi wisatawan menghasilkan banyak hasil klasifikasi jenis dan macam wisatawan yang didapat dari berbagai metode dan klasifikasi. Berdasarkan negara asalnya jenis wisatawan pengunjung desa wisata terbagi atas wisatawan domestik dan wisatawan manca negara.

1. Wisatawan Domestik

Wisatawan domestik terbagi atas 3 jenis pengunjung, yaitu;

- Wisatawan atau pengunjung rutin yang tinggal di daerah dekat desa tersebut. Motivasi kunjungan : mengunjungi kerabat, membeli hasil bumi atau barang-barang kerajinan. Pada perayaan tertentu, pengunjung tipe pertama ini akan memadati desa wisata tersebut.
- Wisatawan dari luar daerah (luar propinsi atau luar kota), yang transit atau lewat dengan motivasi, membeli hasil kerajinan setempat.
- Wisatawan domestik yang secara khusus mengadakan perjalanan wisata ke daerah tertentu, dengan motivasi mengunjungi daerah pedesaan penghasil kerajinan secara pribadi.

2. Wisatawan Mancanegara

Wisatawan mancanegara juga terbagi atas 3 jenis pengunjung, yaitu;

- Wisatawan yang suka berpetualang dan berminat khusus pada kehidupan dan kebudayaan di pedesaan. Umumnya wisatawan ini tidak ingin bertemu dengan wisatawan lainnya dan berusaha mengunjungi kampung dimana tidak begitu banyak wisatawan asing.
- Wisatawan yang pergi dalam grup (di dalam suatu biro perjalanan wisata). Pada umumnya mereka tidak tinggal lama di dalam kampung dan hanya tertarik pada hasil kerajinan setempat.
- Wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi dan hidup di dalam kampung dengan motivasi merasakan kehidupan di luar komunitas yang biasa dihadapinya.

Berdasarkan sifat perjalanan dan ruang lingkup di mana perjalanan wisata itu dilakukan, klasifikasi wisatawan (Suwena, 2010) adalah sebagai berikut;

1. Wisatawan Asing (*foreign tourists*) yaitu wisatawan yang mengunjungi suatu negara untuk berwisata yang bukan merupakan negara tempat tinggalnya.
2. *Domestic Foreign Tourist* yaitu wisatawan yang berdiam atau bertempat tinggal pada suatu negara yang melakukan perjalanan wisata di negara tempatnya tinggal saat itu.
3. *Domestic Tourist* yaitu seorang warga negara yang melakukan perjalanan wisata di dalam batas wilayah negaranya.
4. *Indigenous Foreign Tourists*, yaitu warga negara tertentu yang karena

tugas/jabatannya di luar negeri, pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negara asalnya.

5. *Transit Tourist*, yaitu wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata ke suatu wilayah tertentu, dan harus singgah di suatu tempat lain bukan atas kemauannya sendiri.
6. *Business Tourists*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan wisata karena alasan pekerjaan, dan melakukan perjalanan wisata setelah tujuan utamanya selesai.

Selain klasifikasi di atas, Cohen (1972) dalam Suwena dan Widyatmaja (2010) menggunakan pendekatan interaksi dan mengklasifikasikan wisatawan berdasarkan tingkat familiarisasi daerah yang akan dikunjungi dan tingkat pengorganisasiannya. Macam dan jenis wisatawan dibagi dalam 4 kategori, yaitu;

1. *Drifter*, yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi daerah yang sama sekali belum diketahuinya, dan bepergian dalam jumlah kecil.
2. *Explorer*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur perjalanannya sendiri dan tidak mengikuti jalan-jalan wisata yang umum. Wisatawan explorer juga mencari hal-hal yang tidak umum dan bersedia memanfaatkan fasilitas dengan standar lokal. Selain itu, tingkat interaksi dengan masyarakat lokal cukup tinggi.
3. *Individual mass tourists*, yaitu wisatawan yang menyerahkan pengetahuan perjalanannya kepada agen perjalanan dan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah terkenal.
4. *Organized mass tourists*, yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah dikenal, dengan fasilitas yang sama di tempat tinggalnya, dan pemandu wisata yang selalu hadir.

Smith (1977) dalam Suwena dan Widyatmaja (2010) juga melakukan klasifikasi pembagian macam dan jenis wisatawan yang dibedakan dalam 7 kategori, yaitu

1. *Explorer*, yaitu wisatawan yang mencari perjalanan baru dan berinteraksi secara intensif dengan masyarakat lokal, dan bersedia menerima fasilitas lokal seadanya serta menghargai nilai dan norma lokal.
2. *Elite*, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata yang belum dikenal, tetapi dengan pengaturan lebih dahulu dan bepergian dalam

- jumlah kecil.
3. *Off beat*, yaitu wisatawan yang mencari atraksi sendiri, tidak mau ikut ke tempat-tempat yang sudah ramai dikunjungi, serta siap menerima fasilitas lokal yang seadanya.
 4. *Unusual*, yaitu wisatawan yang juga melakukan aktivitas tambahan dalam perjalanan wisatanya untuk mengunjungi tempat baru, atau mengambil aktivitas yang beresiko. Bersedia menerima fasilitas seadanya untuk aktivitas tambahannya, namun tetap menginginkan fasilitas standar untuk kegiatan wisata utamanya.
 5. *Incipient mass*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan secara individual atau dalam kelompok kecil dan mencari tujuan wisata yang mempunyai fasilitas standar yang masih menawarkan keaslian.
 6. *Mass*, yaitu wisatawan yang bepergian ke daerah tujuan wisata yang memiliki fasilitas standar yang sama dengan tempat tinggalnya.
 7. *Charter*, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata dengan lingkungan yang mirip dengan daerah asalnya dan bertujuan untuk bersenang-senang. Wisatawan ini bepergian dalam kelompok besar dan menginginkan standar pelayanan internasional.

2.4.3 Motivasi Wisatawan

Motivasi wisatawan faktor yang sangat berpengaruh besar dalam pengambilan keputusan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Motivasi perjalanan wisata wisatawan terbagi atas 2 faktor utama, yaitu faktor pendorong dan faktor penarik.

Faktor pendorong adalah alasan wisatawan melakukan perjalanan wisata. Hal ini bisa berupa keadaan emosi wisatawan, kondisi kesehatan fisik dan mental wisatawan dan juga tingkat kejenuhan wisatawan terhadap rutinitas yang dijalannya.

Faktor penarik wisatawan dapat dilihat pada daerah tujuan wisata dan atraksi wisata yang ditawarkan. Hal ini dapat didukung dari tingkat kepopuleran suatu atraksi wisata yang ditawarkan dan tanggapan/respon dari wisatawan yang pernah berkunjung ke tempat tersebut sebelumnya.

Teori motivasi menurut Mcintoch, Goeldner, dan Ritchie (1995) dalam Suwena dan Widyatmaja (2010) adalah;

1. motivasi untuk memenuhi kebutuhan fisik
2. motivasi untuk mengenal budaya
3. motivasi untuk berhubungan dengan orang lain
4. motivasi untuk memperoleh status dan *prestige*.

Adapun teori motivasi menurut Plog (1974) dalam Suwena dan Widyatmaja (2010) ada 3 yaitu;

1. *Phychocentric* → diambil dari kata *psyche* yang berarti *self centered*, dimana persepsi individu tertuju pada diri sendiri. Kunjungan wisata dapat dilakukan berkali-kali dengan tujuan wisata yang sama.
2. *Allocentric* → individu yang suka berpetualang dan termotivasi untuk menemukan daerah wisata yang baru, juga sangat jarang kembali ke tempat yang sama.
3. *Midcentric* → gabungan antara *Phychocentric* dan *Allocentric*

Faktor pendukung individual untuk melakukan perjalanan wisata terdiri dari dua kategori, yaitu gaya hidup dan siklus umur.

1. Gaya hidup (*lifestyle*) meliputi
 - pendapatan dan pekerjaan
adanya pekerjaan dan nilai pendapatan adalah faktor pendukung wisata sebab perjalanan wisata membutuhkan modal dan biaya perjalanan yang tergantung pada tujuan wisata yang dituju.
 - hak cuti kerja
perjalanan wisata memerlukan waktu yang panjang sehingga adanya hari cuti kerja menjadi faktor pendukung perjalanan wisata karena memungkinkan wisatawan untuk melakukan perjalanan setelah pekerjaannya selesai.
 - pendidikan dan *mobility*, serta
tingkat pendidikan dan mobilitas juga mempengaruhi perjalanan wisata, karena seseorang dengan tingkat pendidikan yang tinggi cenderung terbuka wawasannya dan berkeinginan untuk

memperluasnya. Adapun mobilitas memungkinkan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata dengan mudah.

- ras dan jenis kelamin
- setiap budaya memiliki budaya dan norma yang berbeda yang mengatur bagaimana mereka menjalani hidup, sehingga faktor ini juga berpengaruh dalam keputusan berwisata bagi suatu individu.

2. siklus umur (*lifecycle*) meliputi;

- *childhood* → keputusan berwisata pada usia ini diambil oleh orang tua atau wali dari suatu individu karena terkait dengan tanggung jawab dan biaya perjalanan.
- *adolescencel young adult* → pada tahap usia ini, seorang individu cenderung ingin jauh dari orang tua atau walinya dan merupakan tahap dimana seseorang mulai bersosialisasi dan menemukan identitasnya.
- *Marriage* → perjalanan wisata pada tahap ini terbagi dua yaitu menikah tanpa anak yang disebut honeymooner atau menikah dengan anak yang menjadi perjalanan wisata keluarga.
- *empty nesagei* → tahap dimana anak-anak mulai meninggalkan orang tuanya dan memungkinkan orang tua untuk melakukan perjalanan wisata ke tempat yang berbeda dan lebih jauh daripada tujuan yang biasanya dikunjungi sebelumnya.
- *old age* → tahapan dimana kegiatan berwisata mulai berkurang karena kemampuan fisik yang menurun, kesehatan dan pendapatan yang tidak memadai untuk melakukan perjalanan wisata.

Faktor penghambat individual untuk melakukan perjalanan wisata terdiri dari 6 kategori, yaitu

- Alasan biaya perjalanan
- Alasan ketiadaan waktu
- Alasan kondisi kesehatan
- Alasan keluarga

- Alasan tidak ada minat
- Alasan kebijakan pemerintah

2.5. *Dark tourism*

Dark tourism adalah istilah yang muncul seiring dengan perkembangnya daya tarik tempat atau lokasi yang terkait dengan kematian atau tragedi mengerikan yang menjadi salah satu faktor “penarik” wisatawan.

2.5.1 Definisi *dark tourism*

Stone (2005) dalam *e-Review of Tourism Research (eRTR)*, Vol. 3, No. 5, 2005 menyebutkan “*the dimensions of dark tourism consumption have not been extracted or interrogated – only assumed. Consequently, with death and the nature of dying at the crux of the dark tourism concept*”. Secara singkat kalimat tersebut berarti bahwa dimensi konsumsi *dark tourism* belum ditentukan secara pasti dan masih dalam tahap diasumsikan dengan kematian.

Kemudian masih menurut Stone (2005) dalam *Journal of Unconventional Parks, Tourism & Recreation Research (JUPTRR)* Vol. 2, No. 1, p. 1 (ISSN 1942-6879) pengertian dark tourism disebutkan sebagai “*dark tourism is the act of travel and visitation to sites, attractions, and exhibitions which have real or re-created death, suffering, or the seemingly macabre as a main theme*” yang berarti dark tourism atau wisata memorial adalah kunjungan ke suatu lokasi, atraksi atau pameran/pertunjukan yang memiliki pengalaman nyata atau melukiskan kembali kejadian menakutkan yang terkait dengan kematian atau penderitaan sebagai tema utama dari lokasi atau atraksi tersebut.

Adapun menurut Malcolm Foley and J. John Lennon (2004) melalui buku mereka “*Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster*”, dark tourism atau wisata memorial dikenal sebagai “*the phenomenon which encompasses the presentation and consumption (by visitors) of real and commodified death and disaster sites*” atau fenomena yang menyajikan gambaran nyata kematian atau bencana untuk dikonsumsi oleh pengunjung yang datang.

Wisata memorial ini dilakukan dengan tujuan mengenang kembali kejadian yang telah terjadi dan menjadikannya sebagai salah satu memorial bagi korban yang tertimpa kejadian tersebut. Lokasi wisata di Indonesia yang tergolong dalam

kategori wisata memorial dan sering dikunjungi antara lain adalah lubang buaya dan museum tsunami di NAD.

Selain dikenal sebagai wisata memorial, *dark tourism* juga memiliki beberapa arti lainnya antara lain wisata hitam, wisata gelap, wisata duka atau wisata kelam. Semua istilah ini merujuk pada kejadian tidak menyenangkan yang pernah terjadi di lokasi tersebut, baik berupa bencana (*disaster*), maupun kematian akibat hal-hal lain yang dianggap menarik minat dan rasa ingin tahu para wisatawan.

Istilah *dark tourism* sendiri memiliki beberapa terminologi istilah yang terkadang muncul terkait dengan istilah *dark tourism* itu sendiri, seperti yang disebutkan Stephanie Marie Yuill dalam *Thesisnya* (*Dark Tourism: Understanding Visitor Motivation at Sites of Death and Disaster*, 2003), yaitu "*thanatourism*" (Seaton, 1996), "*holiday in hell*" (O'Rourke, 1988), "*morbid tourism*" (Blom, 2000), "*black-spot*" tourism (Roject, 1993) atau "*milking the macabre*" (Dann, 1994).

Seaton dalam Yuill (2003) juga menyebutkan bahwa hal yang membedakan *dark tourism* dengan *thanatourism* adalah faktor yang ditekankan, yaitu perilaku dan ketidakabsolutan, dalam arti penekanan pada motif yang menaruh perhatian pada kematian. Seaton kemudian memperkenalkan lima kategori aktivitas yang berkaitan dengan turisme kematian berdasarkan motivasi si wisatawan.

2.5.2 Kriteria *dark tourism*

Kriteria aktivitas terkait *Dark Tourism* menurut Seaton dalam Yuill (2003) terbagi dalam 5 kategori yang didasarkan pada motivasi wisatawan, yaitu:

- Perjalanan untuk melihat kematian (*Travel to watch death i.e. public hangings or executions*);
- Perjalanan ke tempat terjadinya kematian (*Travel to sites after death has occurred i.e. Auschwitz*);
- Perjalanan ke tempat peringatan kematian (*Travel to internment sites and memorials i.e. graves and monuments*);
- Perjalanan ke tempat peringatan suatu peristiwa (*Travel to re-enactments i.e. Civil War re-enactors*); dan

- Perjalanan ke tempat yang menampilkan tiruan bukti-bukti suatu peristiwa (Travel to synthetic sites at which evidence of the dead has been assembled i.e. museums).

Selanjutnya masih dalam Yuill (2003), Tunbridge and Ashworth (1996) menetapkan daya tarik wisata terletak pada kekejaman atau kekejian yang disajikan. Beberapa kriteria yang menjadikan kekejaman atau kekejian ini sebagai alasan motivasi kunjungan yang mengacu pada sifat alami manusia dan rasa ingin tahu manusia adalah:

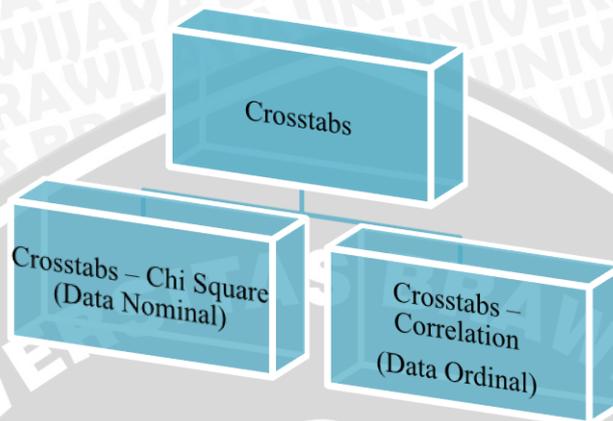
- Sifat alami yang mengacu pada kekejaman yang tidak biasa dan spektakuler (*Nature of cruelty favours unusual or spectacular*);
- Sifat alami untuk menikmati kekejaman pada korban yang lemah dan tidak bersalah (*Nature of the victims characterised by innocence, vulnerability, and noncomplicit*);
- Sifat alami manusia untuk tidak bersimpati pada grup minor (*Numbers only because human imagination has difficulties extending sympathies to small groups*);
- Anggapan tentang pelaku kekejaman yang seharusnya dapat dikenali dengan mudah dan dapat dibedakan dengan korban (*Nature of perpetrators should be unambiguously identifiable and distinguishable from the victims*);
- Kemungkinan dalam menikmati kejadian asli tergolong besar (*High profile visibility of the original event*); and
- Catatan tentang yang yang bertahan dari kekejaman tersebut (*Survival of records*).

Adapun Foley dan Lennon membagi *dark tourism* ke dalam lima tipe yaitu:

- Saksi (*Witness*),
- Tempat terjadinya kematian (*Death Sites*),
- Kunjungan ke pemakaman/tempat pengasingan/peringatan kematian (*Visiting Cemeteries/Internment Sites/Memorial*),
- Kunjungan ke museum dan pameran tentang *dark tourism* (*Visiting Museum and Exhibitions*) dan
- tempat pertunjukan kembali kejadian masa lalu (*Re-enactment/Staged Events*).

2.6. Analisis Tabulasi Silang

Analisis tabulasi silang atau analisis *crosstabs* adalah analisis adalah analisis yang digunakan untuk menilai hubungan antar variabel yang berkategori (ordinal atau nominal).



Gambar 2.1
Analisis Tabulasi Silang

Crosstabs – Chi square adalah analisis hubungan antarvariabel yang berkategori berupa data nominal.

Hipotesis → H_0 tidak ada hubungan antara variabel 1 (baris) dan variabel 2 (kolom)

H_1 ada hubungan antara variabel 1 (baris) dan variabel 2 (kolom)

Syarat → H_0 diterima jika Asymp.Sig Chi-square > 0,05

H_0 ditolak jika Asymp.Sig Chi-square < 0,05

Crosstabs – correlations adalah analisis hubungan antarvariabel yang berupa data ordinal

Hipotesis → H_0 tidak ada hubungan antara variabel 1 (baris) dan variabel 2 (kolom)

H_1 ada hubungan antara variabel 1 (baris) dan variabel 2 (kolom)

Syarat → H_0 diterima jika Appox.Sig Ordinal by Ordinal > 0,05

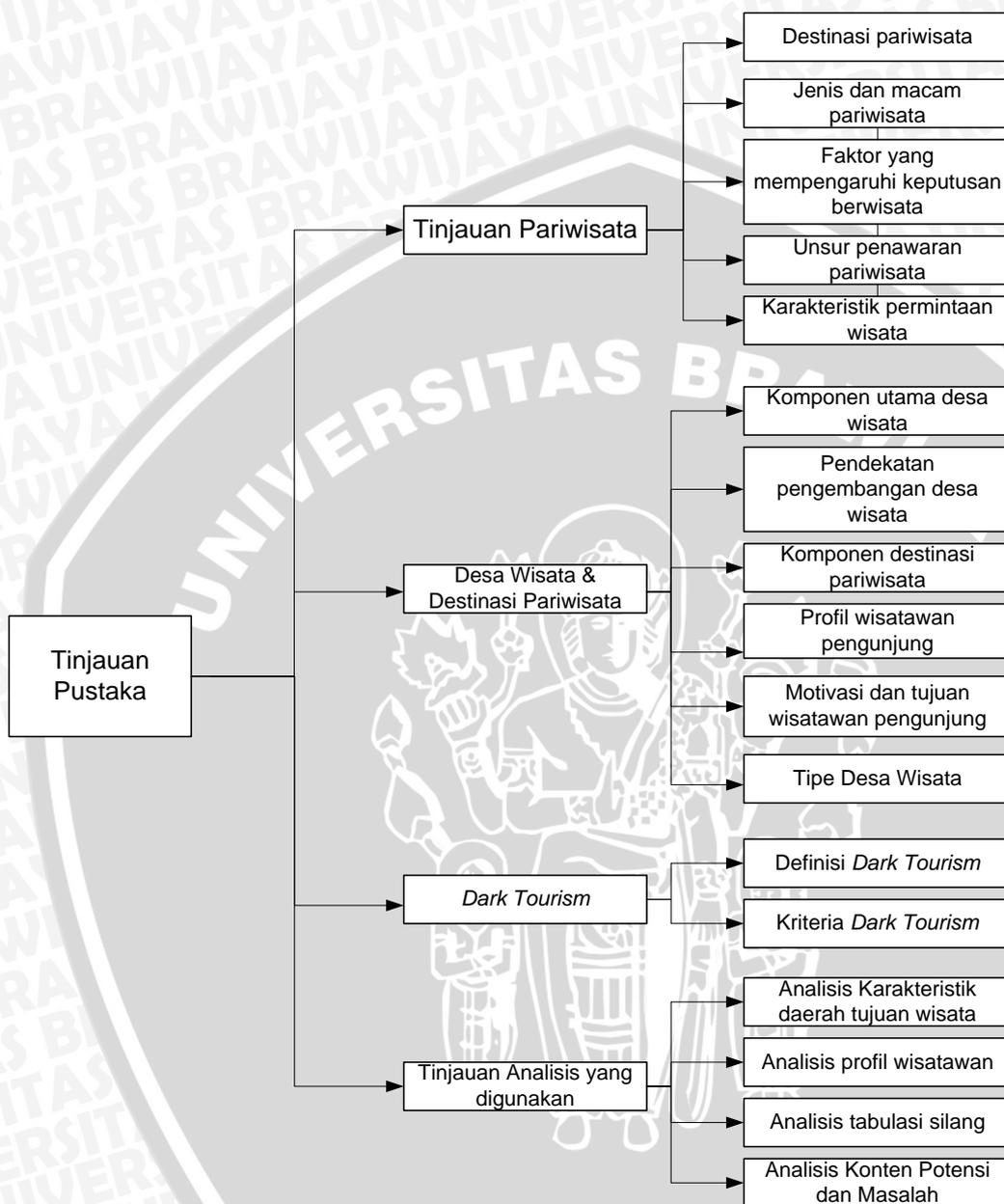
H_0 ditolak jika Appox.Sig Ordinal by Ordinal < 0,05

2.7. Penelitian terdahulu

Peneliti	Tujuan	Variabel	Metode Analisis	Output	Beda dengan pembahasan studi saat ini
Agus Harjito, Sriyana, & dalam Seminar Pengembangan Merapi Kebencanaan Pengembangan Masyarakat Bencana	Jaka Suhartini Nasional Kawasan Aspek dan Pasca	Infrastruktur pariwisata Biaya masuk	Statistik deskriptif	Recovery daerah wisata pasca erupsi merapi	<ul style="list-style-type: none"> Tujuan penelitian untuk meningkatkan daya tarik dengan recovery fasilitas Variabel yang diteliti serta metode analisis yang digunakan berbeda.
Yuni Purwita Sari 0510660050-66	Identifikasi karakteristik obyek wisata & karakteristik wisatawan yang mengunjungi Kota Batu Mengetahui tingkat kepuasan dan kepentingan wisatawan terhadap daya tarik wisata Kota Batu Arahan pengembangan pariwisata Kota Batu	Karakteristik Objek Wisata Karakteristik Wisatawan Atraksi wisata Aksesibilitas Fasilitas Infrastruktur Linkage Harga Informasi dan promosi Atraksi wisata Aksesibilitas Fasilitas Infrastruktur Linkage Harga Informasi dan promosi	Deskriptif Importance Performance Analysis (IPA) <ul style="list-style-type: none"> SWOT IFAS - EFAS 	Karakteristik Objek Wisata Karakteristik Wisatawan Tingkat kepuasan dan kepentingan wisatawan terhadap daya tarik wisata Kota Batu Arahan pengembangan pariwisata Kota Batu	Variabel yang diteliti, cakupan subjek yang diamati dan lokasi penelitian Tujuan penelitian

Peneliti	Tujuan	Variabel	Metode Analisis	Output	Beda dengan pembahasan studi saat ini
Rudhie Binardi 0310660059-66	Mengidentifikasi karakteristik objek wisata di Kecamatan Wonosalam	Atraksi atau daya tarik wisata Aksesibilitas Sarana-prasarana Wisatawan Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis supply • superimpose • Analisis Supply • Linkage sistem Analisis Supply Analisis Demand Analisis Demand	Karakteristik komponen supply objek wisata di Kecamatan Wonosalam Karakteristik komponen demand objek wisata di Kecamatan Wonosalam	Penggunaan metode analisis serta output yang dihasilkan
	Mengidentifikasi dan mengkaji potensi dan permasalahan pengembangan objek wisata di Kecamatan Wonosalam	Faktor/komponen pengembangan pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> • AHP • Analisis penilaian/Skoring potensi pengembangan 	Potensi dan masalah pengembangan objek wisata di Kecamatan Wonosalam	
	Merumuskan arahan pengembangan objek wisata di Kecamatan Wonosalam	Arahan pengembangan objek wisata	IFAS-EFAS	arahan pengembangan objek wisata di Kecamatan Wonosalam	

2.8. Kerangka Teori



Gambar 2.2
Kerangka Teori