

Makna Perjalanan Wisata Bagi Backpacker
(Studi Fenomenologi Pada Backpacker Yang Melakukan
Perjalanan Wisata Ke Sumatera Barat)

By: Alfath Fortunately
Counsellor: Nova Yohana, S.sos, M.I.kom

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl. H. R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru
28293- Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Backpacker as a unique and independent trip style with minimal cost, the benefits for backpackers are not just for activities, but more than that, they want to know firsthand and the culture of the places they sail, Backpacker becomes a very trip phenomenon unique. This study aims to reveal the motives Backpacker to travel, the meaning of trip for Backpacker and communication experienced by Backpacker in trip.

This study uses qualitative methods with the Phenomenology Alfred Schutz's Theory and George H Mead Symbolic Interaction theory. Informants were chosen based on Snowball technique is 7 (seven) informants. Data collection techniques were conducted with participant caraguna, in-depth interviews and documentation. Data analysis techniques use interactive data analysis techniques consisting of data, presentation data and deduction of conclusions.

The results showed that the first, motive Backpacker in trip, among others; past motives of various media, economic factors and family summary, and motives of the future will come with a sense of satisfaction after traveling, occupational factors, acquiring new knowledge, gaining connections, digging memories, religious goals and introducing Indonesia, West Sumatra specifically The outside world. Second, Travel for Backpacker is a search for identity which is a place to find experience, self-actualization, and travel is a life-saving activity and establish a connection for Backpacker. Third, Backpacker's experience of traveling backpacking is a fun experience of receiving acceptance and support from family, expanding friendship, and gaining popularity while unpleasant experiences are considered expensive hobbies, getting unpleasant treatments such as fraud and illegal levies as well as having difficulty obtaining localized language information different.

Keyword : Phenomenology, Interaction symbolic, backpacker

Pendahuluan

Fenomena *backpacker* di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup signifikan dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir ini. Hal ini ditandai dengan banyaknya kemunculan forum-forum *backpacker* seperti

www.backpackerindonesia.com, www.trackpacking.com, www.Indobackpacker.com dan masih

banyak lagi yang lain. Saat ini banyak acara televisi yang menampilkan perjalanan ke tempat-tempat yang menyajikan pemandangan alam menakjubkan yang selama ini tidak banyak diketahui orang.

Backpack merupakan istilah bahasa Inggris yang artinya tas yang digendong di belakang. Wisata beransel *backpacking* adalah perjalanan ke suatu tempat tanpa membawa barang-barang yang memberatkan atau membawa *koper*. Adapun barang bawaan hanya berupa tas yang digendong, pakaian secukupnya, dan perlengkapan yang dianggap perlu, biasanya *backpacker* yang melakukan perjalanan seperti ini adalah dari kalangan berusia muda, tidak perlu tidur di hotel tetapi cukup di suatu tempat yang dapat dijadikan untuk beristirahat atau tidur. Perjalanan seperti ini dilakukan di dalam negeri ataupun luar negeri. forum-forum *backpacker* seperti inilah yang sekarang banyak diminati oleh orang-orang yang menyebut dirinya pecinta alam, penikmat keindahan, petualang dan lain-lain.

Kehadiran para *backpacker* ini cukup banyak memberi dampak, baik dampak positif maupun negatif terutama pada lingkungan. Dampak positifnya antara lain adalah meningkatnya pembangunan, perekonomian masyarakat di sekitar daerah wisata, tumbuhnya

rasa nasionalisme dan penghargaan terhadap masyarakat lokal, membantu mempromosikan wisata yang belum banyak diketahui orang, dan peningkatan hubungan antar pribadi dari berbagai daerah yang berbeda suku dan agama. Karena para *backpacker* ini tidak sedikit pula yang melakukan aktifitas bersama-sama dengan orang lain dari berbagai daerah dalam melakukan perjalanannya. Sedangkan dampak negatifnya dari peningkatan jumlah pecinta jalan-jalan ini juga cukup banyak, salah satunya dampak pada kerusakan lingkungan terutama pantai dan gunung, karena *icon* suatu keindahan yang paling banyak dicari adalah pantai dan gunung. Para *backpacker* ini biasanya sangat senang mendaki gunung, mencari dan mendatangi tempat-tempat yang tersembunyi atau yang dikenal dengan istilah *hidden paradise*.

Banyaknya acara televisi, serta media-media yang mengangkat dan memberikan informasi mengenai keindahan Sumatera Barat turut andil dalam promosi dan maraknya informasi mengenai pariwisata di Sumatera Barat, akhirnya mendorong *backpacker* untuk melihat dengan mata kepala sendiri seindah dan seekstrem apa Sumatera Barat.

Sumatera Barat umumnya memakai bahasa minangkabau tetapi dengan dialek dan logat yang berbeda-beda di setiap daerah dan sulitnya transportasi umum ke tempat wisata yang belum terjamah. Pengalaman beradaptasi dan berkomunikasi menjadi suatu pengalaman yang menjadi suka duka para *backpacker* demi mendapatkan informasi-informasi mengenai destinasi yang ingin dikunjungi dalam melakukan perjalanannya di Sumatera Barat. Hal ini memiliki tantangan dan sensasi

tersendiri bagi seorang *backpacker* dan menjadikannya pembelajaran dari pengalaman yang telah dialaminya. Maka dari itu, penelitian ini juga ingin mengkaji bagaimana pengalaman komunikasi yang dialami *backpacker* ketika menghadapi masalah ini guna menjadi pembelajaran kedepannya dan apa motif *backpacker* tersebut dalam melakukan perjalanan wisata.

Berbicara mengenai perjalanan wisata, Sumatera Barat merupakan salah satu tujuan utama perjalanan wisata di Indonesia. Fasilitas wisatanya yang cukup baik, serta sering diadakannya berbagai festival dan even internasional, menjadi pendorong datangnya wisatawan ke provinsi ini. Beberapa kegiatan internasional yang diselenggarakan untuk menunjang pariwisata Sumatera Barat adalah lomba balap sepeda Tour de Singkarak, even parawayang Event Fly for Fun in Lake Maninjau, serta kejuaraan selancar Mentawai International Pro Surf.

Sumatera Barat memiliki hampir semua jenis objek wisata alam seperti laut, pantai, danau, gunung, dan ngarai. Selain itu pariwisata Sumatera Barat juga banyak menyuguhkan budayanya yang khas, seperti Festival Tabuik, Festival Rendang, permainan kim, dan seni bertenun. Disamping wisata alam dan budaya, Sumatera Barat juga terkenal dengan wisata kulinernya seperti Rendang, Sala lawuak, Kawa daun dan kuliner lainnya. Baru-baru ini potensi alam yang dimiliki oleh Pesisir Selatan merupakan salah satu kebanggaan untuk masyarakat Sumatera Barat. Keindahan alam yang ada di Sumatra barat juga menjadikan salah satu alasan peneliti memilih lokasi Sumatra Barat sebagai lokasi penelitian, selain alam yang indah, daerah Sumatra Barat juga akrab dengan para Backpacker. Ketika pra-observasi yang peneliti lakukan, peneliti

menemui banyaknya para backpacker yang melakukan perjalanan wisata ke daerah Sumatra barat, hal itu terbukti dengan banyaknya di temui para backpacker yang melakukan perjalanan wisata di daerah wisata yang ada di Sumatra Barat seperti Kep. Mentawai, Pantai Batu kalang dan tempat tempat wisata lainnya, fasilitas wisata yang ada di daerah Sumatra Barat juga cukup baik, terbukti dengan banyaknya kegiatan nasional yang di adakan di Daerah Sumatra Barat.

Perjalanan wisata tidak akan lepas dari pengunjung yang ada didalamnya. Perjalanan wisata merupakan kegiatan yang seringkali kita lakukan jika ada waktu senggang, namun bagaimana sebuah perjalanan wisata dimaknai oleh beberapa individu dalam masyarakat serta merupakan kegiatan yang ternyata dapat merubah hidup seseorang adalah hal yang sangat unik. Pencarian jati diri, kepuasan, sarana untuk berinteraksi hingga memperoleh pekerjaan dapat terjadi dalam seorang individu karena perjalanan wisata. Perjalanan wisata sendiri mulai kembali terkenal beberapa tahun belakangan. Banyaknya acara televisi, serta media – media yang mengangkat dan memberikan informasi mengenai keindahan Indonesia turut andil dalam hal ini. Promosi dan maraknya informasi mengenai pariwisata di Sumatera Barat, akhirnya mendorong para wisatawan untuk melihat dengan mata kepala sendiri keindahan dan seekstrem apa Sumatera Barat. Berdasarkan Fenomena-fenomena yang terjadi pada Backpacker dalam Melakukan perjalanan wisata, peneliti tertarik ingin mengetahui apa yang melatarbelakangi seorang Backpacker melakukan perjalanan wisata dengan cara Backpacking, selain itu peneliti juga ingin mengetahui makna perjalanan wisata yang

dilakukan oleh Backpacker dalam melakukan perjalanan wisata tersebut, karena backpacking sendiri merupakan cara berperjalanan tanpa membawa barang yang memberatkan dengan kata lain perjalanan yang dilakukan oleh Backpacker adalah perjalanan yang dilakukan dengan cara sederhana seperti tidur di tenda makan seadanya dan menumpang-numpang mobil untuk menyambung perjalanan. Serta bagaimana pengalaman komunikasi Backpacker dalam melakukan perjalanan wisata dengan cara Backpacking apakah di anggap aneh atau justru mendapat perhatian di tengah-tengah masyarakat.

Hal tersebut tentu membuat sebagian masyarakat awam bahkan meneliti sedikit merasa aneh bagaimana seorang backpacker melakukan perjalanan yang relatif jauh dengan cara sederhana, hal-hal seperti ini yang membuat peneliti ingin mengetahui bagaimana makna perjalanan seorang Backpacker dalam melakukan perjalanan wisata.

Pada penelitian ini, informan yang peneliti pilih yaitu Backpacker yang telah mempunyai track record perjalanan dengan cara backpacking yang ditemui di daerah Sumatra Barat. Yang menjadi key informan dalam penelitian ini yaitu Tomy Budiarto yang telah melakukan perjalanan dengan cara Backpacking berkeliling Indonesia.

Teori fenomenologi dari Alfred Schutz merupakan teori yang paling relevan dalam memahami fenomena Backpacker dalam melakukan perjalanan wisata. Teori fenomenologi Schutz menyatakan bahwa tindakan sosial didasari oleh pengalaman, makna, dan kesadaran (motif) sebagaimana tindakan para Backpacker yang melakukan perjalanan wisata, menurut peneliti didasari oleh pengalaman mereka, makna tentang perjalanan

wisata dengan cara Backpacking, dan kesadaran atau motif Backpacker untuk melakukan perjalanan wisata dengan cara Backpacking.

Selain menggunakan teori Fenomenologi dari Alfred Schuz, pada penelitian ini peneliti juga menggunakan teori Interaksi Simbolik G.Harbert Mead, dimana teori ini peneliti gunakan untuk membantu peneliti dalam membahas mengenai interaksi yang dilakukan Backpacker selama melakukan perjalanan wisata, baik interaksi dengan masyarakat umum ataupun interaksi dengan sesama Backpacker.

Dari latar belakang yang peneliti paparkan diatas, peneliti berusaha mengkaji apa motif yang melatar belakangi backpacker dalam melakukan perjalanan wisata dengan cara backpacking, serta makna perjalanan wisata bagi *backpacker*, dan bagaimana pengalaman komunikasi yang di alami oleh backpacker dalam melakukan perjalanan wisata. Sesuai dari penjelasan di atas dan di dukung oleh teori fenomenologi dan interaksi simbolik yang sudah peneliti jelaskan, maka penelitian ini berusaha mengkaji mengenai “Makna Perjalanan Wisata Bagi Backpacker”

Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Apa motif yang melatarbelakangi *backpacker* dalam melakukan perjalanan wisata?
2. Bagaimana makna perjalanan wisata bagi *backpacker*?
3. Bagaimana pengalaman komunikasi *backpacker* dalam melakukan perjalanan wisata?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui *motif backpacker* dalam melakukan perjalanan wisata.
2. Mengetahui makna perjalanan wisata oleh *backpacker*.
3. Mengetahui pengalaman komunikasi *backpacker* dalam melakukan perjalanan wisata.

Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan akan membawa kegunaan sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi Kajian Ilmu Komunikasi, terutama pemahaman fenomenologi mengenai makna, motif dan pengalaman komunikasi yang ada dalam realitas sosial di lingkungan kita. Diharapkan juga penelitian ini dapat memberikan sumbangan positif bagi perkembangan ilmu komunikasi.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan masyarakat mengenai *backpacker* di Indonesia serta menjadi bahan informasi destinasi serta rujukan untuk lebih memahami sektor pariwisata di Indonesia terkait dengan semakin banyaknya *backpacker* di Indonesia.
 - b. Penelitian ini diharapkan juga mampu memberikan motivasi kepada pembaca untuk mau melakukan perjalanan wisata ke tempat – tempat yang masih jarang dikunjungi.

Tinjauan Pustaka

Teori Fenomenologi oleh Alfred Schutz

Analisis yang mendalam mengenai Fenomenologi didapatkan oleh Alfred Schutz ketika Ia berada di *New School for The Social Research* di New Yor. Sosiologi yang lahir pada tahun 1992 di Vienna ini mengungkapkan bahwa tugas Fenomenologi adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari – hari dan pengetahuan itu berasal yang mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna dan kesadaran. (Kuswarno, 2009 :17)

Schutz setuju dengan pemikiran Weber tentang pengalaman dan perilaku manusia (*human being*) dalam dunia sosial keseharian sebagai realitas yang bermakna secara sosial (*socially meaningful reality*). Schutz menyebutkan bahwa manusia berperilaku layaknya actor, dimana ketika seseorang melihat atau mendengar apa yang dilakukan sang actor, dia akan memahami makna dari tindakan tersebut. Hal tersebut lah yang disebut dengan “*realitas interpretif*”. Makna subjektif yang terbentuk dalam dunia sosial actor merupakan “kesamaan” dan “kebersamaan” yang disebut “*intersubjektif*” Menurut Schutz, dunia sosial harus pula dilihat secara historis karena tindakan sosial berorientasi pada perilaku masa lalu, sekarang dan yang akan datang.

Berdasarkan penjelasan Schutz diatas mengenai fenomenologi, bisa disimpulkan bahwa pengalaman dan perilaku manusia merupakan realitas yang bermakna secara sosial. Terdapat dua motif yang mendukung motif dan pengalaman ini yakni alasan masa lalu (*because-motives*) dan tujuan yang ingin didapatkan (*in-order-to-motives*).

Konsep Motif

Elida Prayitno (1989:10) Terdapat dua macam bentuk motif yakni motif intrinsik dan motif ekstrinsik.

Sebagaimana yang dijelaskan pada teori Fenomenologi Schutz, terdapat dua macam motif yakni *in order motive* dan *because motive*. *Because motive* merupakan motif yang berorientasi ke masa lalu narasumber. Seseorang melakukan sesuatu karena tahu apa yang terjadi setelah melakukan hal tersebut. Sebagai contoh, seseorang membuka payung ketika hujan, agar ia tidak basah. Disini dimaksudkan bahwa karena pengalaman pernah mengalami kebasahan, maka dari itu ia membuka payung. Dalam *in-order-motive*, motif yang ada terkait dengan tujuan yang ingin dicapai. Sebagai contoh, ketika seseorang membuka payung ketika hujan, terdapat motive “agar baju tetap kering”. Dari contoh diatas dapat dilihat bahwa motif yang ada dalam membuka payung memiliki motif yang berorientasi pada tujuan.”

Teori Interaksi Simbolik

Interaksionisme merupakan pandangan terhadap realitas sosial yang muncul pada akhir dekade 1960-an dan awal decade 1970-an. Stephen W. Littlejohn dalam bukunya “*Theories of Human Communication*” mengatakan bahwa yang memberikan dasar adalah George Herbert Mead, Herbert Blumer, Manford Kuhn, Kenneth Burke dan Hugh Duncan. Namun pemikiran dari George H. Mead dan Herbert Blumer lah yang paling banyak dijadikan rujukan dalam mengkaji interaksi simbolik.

Selain menggunakan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz, dalam penelitian ini perilaku backpacker juga di lihat dari sudut pandang teori Interaksi simbolik. Teori interaksi simbolik pertama kali di cetuskan oleh

Geroge Harbert Mead (1863-1931). Namun, Herbert Blumer yang merupakan seorang mahasiswa Mead yang mengukuhkan teori interaksi simbolik sebagai satu kajian tentang berbagai aspek subjektif manusia dalam kehidupan sosial (Kuswarno, 2009:113).

Teori interaksi simbolik adalah hubungan antara simbol dan interaksi. Menurut Mead, orang bertindak berdasarkan makna simbolik yang muncul dalam sebuah situasi tertentu. Sedangkan simbol adalah representasi dari sebuah fenomena, dimana simbol sebelumnya sudah di sepakati bersama dalam sebuah kelompok dan di gunakan untuk mencapai sebuah kesamaan makna bersama. Mead menjelaskan tiga konsep dasar teori interaksi simbolik, yaitu :

1. Pikiran (*mind*)
2. Diri (*self*)
3. Masyarakat (*society*)

Konsep Makna

Makna Pada hakekatnya tujuan komunikasi adalah mencapai kesamaan makna dan bukan sekedar pertukaran pesan, karena pesan yang dikirimkan harus diinterpretasikan sesuai dengan maksud si pengirim. Pada umumnya manusia akan bertindak terhadap sesuatu (benda, peristiwa, dan lain-lain). Berdasarkan makna yang dimiliki sesuatu tersebut bagi mereka.

Dalam percakapan dan melalui pesan yang dikirim dan diterima, orang saling menciptakan makna. Termasuk ketika menciptakan dunia sosial, orang menggunakan berbagai cara untuk mengkonstruksi dan mengkoordinasikan makna, CMM berfokus pada relasi antar individual dengan masyarakatnya, dimana melalui sebuah struktur yang hirarkis orang mengorganisasikan makna dari berstatus pesan yang diterima dalam sehari-hari. Penelitian ini

mengkaji bagaimana *backpacker* di Sumatera Barat memaknai perjalanan wisata mereka.

Menurut West dan Turner (2008:93) mengatakan bahwa memahami pesan adalah tujuan dari semua proses pemaknaan. Disamping itu West dan Turner (2008:7) juga menambahkan bahwa makna adalah yang diambil orang dari suatu pesan yang butuh penafsiran. Ungkapan di atas jelas mengatakan bahwa sebuah makna berawal dari sebuah pesan yang dimaknai dan kemudian diinterpretasi oleh siapa yang memaknainya dan makna juga tercipta karena adanya interaksi, tanpa adanya interaksi sebuah pesan tidak akan bisa dimaknai.

Kutipan ketiga tipologi tersebut menjelaskan bahwa setiap makna menjelaskan dan memaknai sesuatu sesuai dengan pembagiannya masing-masing yang ia maknai. Menurut Blumer (1969) dalam West dan Turner (2009:99) mengatakan bahwa ada tiga asumsi mengenai makna, yaitu sebagai berikut:

Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka,

Makna diciptakan dalam interaksi antar manusia dan

Makna dimodifikasi melalui proses interpretif.

Ketiga asumsi tersebut memberi penjelasan kepada kita bahwa sebuah makna akan ada jika terjadi sebuah interaksi dan akan diinterpretasi oleh setiap individu yang memaknai sebuah pesan dengan terjadinya modifikasi dalam pemaknaan tersebut. Disini jelas kita ketahui bahwa makna adalah sebuah “produk sosial” yang terjadi karena adanya interaksi antar manusia.

Pengalaman Komunikasi

Pengalaman merupakan sesuatu yang dialami. Melalui pengalaman,

individu melalui pengetahuan. Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa *All objects of knowledge must conform to experience* (Moustakas dalam Wirman, 2012 :52)

Selanjutnya pengalaman akan dikategorisasikan oleh individu melalui karakteristik pengalaman tersebut berdasarkan pemaknaan yang diperolehnya, hal ini merujuk pada *every experiencing has its reference of direction toward what is experienced, every experienced phenomena refers to or reflects a mode of experiencing to which it is present* (Moustakas dalam Wirman, 2012: 54).

Artinya pengalaman merujuk pada sesuatu yang dialami dan fenomena yang dialami akan diklasifikasikan menjadi pengalaman tertentu. Pernyataan tersebut memberi gambaran bahwa setiap pengalaman memiliki karakteristik yang berbeda, meliputi tekstur dan struktur yang ada dalam tiap-tiap pengalaman. Pengalaman komunikasi yang dimiliki *backpacker* akan di kategorisasi menjadi jenis-jenis pengalaman tertentu yang meliputi pengalaman positif (menyenangkan) dan pengalaman negatif (tidak menyenangkan).

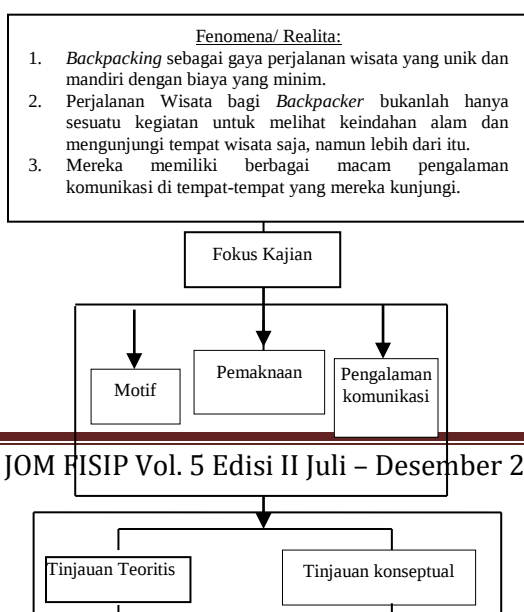
Konseptual

1. Sejarah *Backpacker*
2. Usia *Backpacker*
3. Jenis *Backpacker*
4. Perjalanan Wisata
5. Wisata, Objek Wisata dan Wisatawan.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu model konseptual tentang bagaimana hubungan teori dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah riset (Umar, 2007: 208). Untuk melandasi penelitian yang

akan dibuat maka diperlukan sebuah kerangka pemikiran sebagai acuan dalam melakukan penelitian tersebut. Kerangka pemikiran menjadi landasan alur pikir penulis dalam melatar-belakangi penelitian ini. Diawali dengan memaparkan fenomena dan realita dalam penelitian adapun beberapa fenomena yang ditampilkan penulis yaitu perjalanan wisata dengan gaya perjalanan *backpacking* ini memiliki berbagai macam pengalaman komunikasi didalamnya. Ada yang berhasil dan tak sedikit yang gagal dalam melakukan perjalanan wisata dengan gaya perjalanan seperti ini. Di Sumatera Barat perjalanan wisata seperti juga di temukan. Setelah penulis paparkan fenomena-fenomena dan realita yang terjadi dalam lingkup perjalanan wisata dengan gaya *backpacking*, penulis tentukan fokus penelitian yang akan dibahas, yaitu : pengalaman komunikasi, makna dan motif. Dalam membantu proses riset penulis menggunakan beberapa teori dan konsep yaitu: teori Fenomenologi, teori interaksi simbolik, konsep pengalaman komunikasi, konsep motif, konsep adaptasi sosial, konsep *backpacker*, konsep perjalanan wisata, konsep wisata, objek wisata dan wisatawan. Sehingga menghasilkan gambaran menyeluruh mengenai fenomena komunikasi *backpacker* yang melakukan perjalanan wisata di Sumatera Barat. Seperti ilustrasi sebagai berikut :



MAKNA PERJALANAN WISATA BAGI BACKPACKER

METODE PENELITIAN

Disain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan apa yang terjadi pada penelitian ini. Adapun studi penelitian ini adalah secara fenomenologi. Inkuiri fenomenologi dimulai dengan diam yang merupakan tindakan untuk menangkap pengertian sesuatu yang sedang diteliti. Sehingga, studi dengan pendekatan fenomenologi berupaya untuk menjelaskan pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala, yang dalam hal *backpacker* dalam perjalanan wisata ini termasuk di dalamnya tentang motif, makna dan pengalaman komunikasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode interpretasi yang sama dengan orang yang diamati, sehingga peneliti bisa masuk ke dalam lingkungan *backpacker* dalam melakukan perjalanannya. Dimana, pada praktiknya peneliti berada ditengah tengah pelaku akan tetapi hanya terlibat

secara kognitif dengan orang yang diamati.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Padang Sumatera Barat, penelitian yang dilakukan tidak terfokus pada satu tempat tetapi dilakukan di beberapa tempat yang tersebar di Sumatera Barat akan tetapi dilakukan berdasarkan kesepakatan yang terbentuk antara peneliti dengan informan. Lokasi yang diteliti seperti di tempat-tempat wisata, penginapan, gunung, dan lain sebagainya.

Subjek Penelitian

Pada penelitian ini, subjek penelitian lebih mengarah kepada *backpacker* yang melakukan perjalanan wisatanya di Sumatera Barat dikarenakan peneliti ingin mengetahui bagaimana *backpacker* dalam melakukan perjalanan wisata di Sumatera Barat.

Penentuan subjek penelitian maupun informan menggunakan *snowball technique* sehingga memungkinkan melibatkan pihak di luar lokasi penelitian yang di pandang mengerti dan memahami gaya perjalanan wisata *backpacker*. Peneliti dibantu seorang *backpacker* asal Solo sebagai *key informan* dalam melakukan penelitian ini.

Objek Penelitian

Objek penelitian yang dilakukan penulis dalam penelitian ini ialah melihat pada Motif, Makna dan Pengalaman Komunikasi Perjalanan Wisata bagi *Backpacker* di Sumatera Barat.

Jenis Dan Sumber Data

Dalam penelitian kelengkapan data sangat di perlukan untuk menunjang hasil yang akurat dan

kesimpulan yang akan di ambil, untuk itu diperlukan sumber data yang memadai. Data yang di perlukan dalam penelitian ini meliputi :

Data Primer

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui observasi dan deep interview dengan *backpacker*. Seperti beberapa *backpacker* yang telah melakukan perjalanan wisatanya di Sumatera Barat.

Data Sekunder

Data sekunder dapat juga diperoleh dari buku-buku referensi yang berkaitan dengan pembahasan penelitian. Pengumpulan data sekunder diperlukan untuk menunjang data primer yang telah diperoleh. Data sekunder penulis dapatkan dari buku dan dokumentasi dari lokasi pengambilan data.

Teknik Pengumpulan Data

Demi mendapatkan data yang akurat dan menjawab pertanyaan permasalahan peneliti, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Adapun teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Observasi Partisipan
- b. Wawancara Mendalam
- c. Dokumentasi

Teknik Analisis Data

- a. Pengumpulan data (*data collection*),
- b. Reduksi data (*data reduction*)
- c. Pengorganisasian ke dalam suatu bentuk tertentu (*data display*)
- d. Kesimpulan, pemaparan dan verifikasi (*conclusion, drawing and verifying*).

Dalam penelitian ini, setelah seluruh data terkumpul (dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi), penulis

melakukan analisis data, yaitu berupa mereduksi, menyajikan, lalu memverifikasi data-data tersebut. Dalam mereduksi data, penulis memilah data mana saja yang memang diperlukan dan tidak, kemudian menggolongkannya kedalam kelompok-kelompok data yang telah ditentukan secara organisir. Dengan demikian data akan lebih mudah untuk disajikan dan ditarik kesimpulan mengenai Makna Perjalanan Wisata Bagi *Backpacker*.

Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Membangun kebenaran dari fenomena dalam penelitian Fenomenologi dimulai dari persepsi peneliti sendiri, sebagai orang yang membuat sintesis penelitian. Teknik pemeriksaan kredibilitas dapat dilakukan dengan pengujian :

- a. Menggunakan bahan referensi, wawancara dan foto.
- b. *Member-check*

Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

1. Perpanjangan Keikutsertaan
2. Triangulasi

Hasil dan Pembahasan

Perjalanan wisata saat ini sudah berkembang menjadi bukan lagi kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan kesenangan, namun pula kegiatan untuk menambah pengalaman di masyarakat Indonesia. Semakin maraknya orang yang melakukan perjalanan wisata, dipengaruhi juga karena semakin menjamur media – media yang mengangkat dan memberitakan informasi terkait hal ini.

Informasi yang semakin banyak beredar mengenai daerah wisata, membuat semakin banyak pula orang yang ingin melakukan perjalanan wisata dan mengetahui keindahan tempat wisata suatu daerah. Fenomena ini terjadi pula di Indonesia. Dalam

melakukan perjalanan wisata ini, banyak gaya yang seringkali dipakai salah satu nya adalah *backpacking*.

Backpacking merupakan sebuah gaya perjalanan dimana pejalan melakukan kegiatan perjalanan wisata dengan akomodasi dan anggaran yang minim, banyak melakukan interaksi sosial dengan masyarakat setempat dan melakukan perjalanan secara independen. Ketika melakukan perjalanan sendiri, *backpacker* banyak melakukan interaksi sosial yang memicu adanya pengalaman– pengalaman khas.

Terdapat berbagai macam alasan dan tujuan yang dipilih masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata. Memahami bagaimana perjalanan wisata memiliki makna yang lebih, dapat kita lihat dari berbagai macam motif yang diungkapkan oleh narasumber. Untuk memahami bagaimana perjalanan wisata dimaknai oleh masyarakat khususnya *backpacker*, maka penulis akan membahas secara komprehensif bagaimana *because motive*, *in-order motive* serta pengalaman beradaptasi *backpacker* dalam melakukan perjalanan wisata.

Motif Backpacker dalam Melakukan Perjalanan Wisata

Dalam konstruktivisme, dipandang bahwa dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Realitas yang ada bukanlah sekonyong – konyong datang dari Tuhan namun dimaknai dan dikonstruksi dari pengalaman, preferensi, pendidikan dan lingkungan yang berbeda – beda.

Pengalaman yang dialami oleh narasumber menjadi motif tersendiri bagi mereka untuk melakukan sebuah kegiatan. Motif sendiri adalah suatu kondisi dimana seseorang bertindak

untuk melakukan sesuatu. Terdapat berbagai macam motif, salah satu yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian motif menurut Schutz yakni *because-motive* dan *in-order-to-motive*.

Setelah dikategorikan sebagai *because motive / in-order-to motive*, pembahasan mengenai motif dibahas dan dikategorikan kembali dalam jenis – jenis motif menurut ahli. Menurut Elida Prayitno (1989:10), terdapat dua macam bentuk motif yakni motif intrinsik (berasal dari diri sendiri) dan motif ekstrinsik (motif yang timbul karena orang lain).

Berikut adalah hasil motif – motif yang masuk kedalam *because – motive* dari hasil penelitian sebagai berikut :

- a. Pengaruh Media
- b. Faktor Tiket Promo
- c. Dukungan Keluarga

Selain adanya *because-motive*, terdapat pula *in-order-motive*, yakni motif yang terkait dengan tujuan seseorang ingin melakukan perjalanan wisata. Berikut beberapa tujuan perjalanan wisata yang bisa digolongkan dalam *in-order motive* :

- a. Mendapatkan Kepuasan
- b. Faktor Penunjang Pekerjaan
- c. Pengetahuan Baru
- d. Menambah Koneksi
- e. Menggali Kenangan Informan
- f. Tujuan Religi
- g. Mengenalkan Indonesia khususnya Sumatera Barat ke Dunia Luar

Pemaknaan Terhadap Perjalanan Wisata Oleh *Backpacker* di Sumatera Barat.

Makna merupakan isi penting yang muncul dari pengalaman kesadaran manusia. Prinsip-prinsip penelitian fenomenologis ini pertama kali diperkenalkan oleh Husserl.

Husserl mengenalkan cara mengekspos makna dengan mengeksplisitkan struktur pengalaman yang masih implisit.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori fenomenologi dari Alfred Schutz, seorang sosiolog yang lahir di Vienna tahun 1899. Pemikirannya mengenai fenomenologi merupakan pengembangan secara mendalam dari pemikiran-pemikiran Husserl sebagai pendiri dan tokoh utama dari aliran filsafat fenomenologi tersebut. Bagi Schutz tugas fenomenologi adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari, dan dari kegiatan di mana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna dan kesadaran (Kuswarno, 2009:17).

Inti dari pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman aktual kegiatan kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga ter-refleksi dalam tingkah laku (Kuswarno, 2009:18).

Perjalanan wisata yang dilakukan *backpacker* berbeda dengan perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan biasa. Mereka sama sekali tidak menggunakan jasa *tour / travel*, bepergian sebarang yang mereka mau dan hidup serta belajar dari masyarakat lokal tempat yang didatangi. Pengalaman yang dialami sebelumnya, menjadi motif kedepannya mereka

melakukan perjalanan wisata. Refleksi diri yang dihasilkan pengalaman maupun pemahaman tersebut akhirnya membentuk sebuah perilaku sosial dan makna tersendiri bagi *backpacker*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka terdapat 6 (enam) makna perjalanan wisata bagi *backpacker* yakni :

- a. a. Perjalanan wisata merupakan Wadah untuk Aktualisasi Diri.
- b. b. Perjalanan Wisata merupakan Kebiasaan
- c. c. Perjalanan Wisata merupakan Tempat Mencari Pengalaman
- d. d. Perjalanan wisata merupakan Kegiatan Membangun Koneksi
- e. e. Perjalanan wisata merupakan Kegiatan Menikmati Hidup
- f. f. Perjalanan wisata merupakan Ajang Pencarian Jati Diri

Pengalaman *Backpacker* yang Melakukan Perjalanan di Sumatera Barat.

Pengalaman terhubung pada sebuah fenomena. Fenomena dapat merujuk pada suatu peristiwa, termasuk peristiwa komunikasi. Peristiwa komunikasi yang di alami dapat diistilahkan dengan pengalaman komunikasi. Pengalaman yang dijadikan landasan bagi individu untuk melakukan tindakan adalah pengalaman yang melekat pada suatu fenomena (Wood, 2004:17).

Melalui rujukan tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa pengalaman komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sesuatu yang dialami *backpacker* dalam melakukan perjalanan wisata. Pengalaman komunikasi yang dialami *backpacker* berupa pengalaman komunikasi menyenangkan (*positif*) dan pengalaman komunikasi tidak menyenangkan (*negatif*). Pengalaman komunikasi dihasilkan dari interaksi

backpacker dengan keluarga, sesama *backpacker* dan lingkungan.

Pengalaman menyenangkan yang dialami *backpacker* dalam interaksi dengan keluarga yaitu penerimaan keluarga terhadap perjalanan wisata dengan gaya *backpacking*. Hasil wawancara dengan Panji menunjukkan bahwa keluarga menganggap perjalanan wisata *backpacker* merupakan hal positif. Pengalaman menyenangkan Yosept juga berhubungan dengan keluarga yaitu, keluarga mendukung kegiatan *backpacker* ini berupa hal positif yang dapat dilakukan oleh Yosept. Pengalaman menyenangkan yang dialami Ilham berupa dengan berkecimpung dalam dunia *backpacker* berupa komunikasi yang dialami dengan teman-teman sebayanya menjadi semakin baik, serta menambah pertemanan. Tomy mengalami pengalaman komunikasi dalam melakukan perjalanan berupa bertambahnya relasi dan teman, seperti pemilik penginapan, pemilik kapal, beberapa seniman jalanan, dan tempat warga lokal yang dikunjungi. Pengalaman positif yang dialami oleh Arif berupa menjadi populer setelah berkecimpung di dunia *backpacker* ini. Serta Bojeng dan Husen menyatakan memiliki pengalaman positif dalam bergaul dengan para *backpacker*, dimana sangat mudah menjalin komunikasi yang baik antara sesama sesama *backpacker*, dan adanya rasa kekeluargaan yang kuat.

Selain pengalaman menyenangkan, informan juga mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan. Pengalaman tidak menyenangkan yang dialami Tomy seperti perjalanan yang dianggap hobi mahal oleh masyarakat awam, Arif juga pernah mengalami hal yang menarik. Ada seorang ibu-ibu yang mengatai ia

kurang kerjaan sewaktu menunggu truk untuk melanjutkan perjalanan.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari data penelitian yang penulis peroleh, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Motif – motif yang dimiliki merupakan pembentuk motivasi para *backpacker* dalam melakukan perjalanan wisata. Motif ini terbentuk melalui sejumlah proses bersifat internal maupun eksternal yang dialami oleh peneliti. Terdapat dukungan keluarga, faktor ekonomi dan pengaruh media yang menjadi *because-motive* dan ingin mendapatkan kepuasan, pengetahuan baru, penunjang pekerjaan, mendapatkan koneksi, menggali kenangan, religi, ingin mengenalkan Indonesia khususnya Sumatera Barat ke dunia luar yang menjadi *in-order-motive*.
2. Perjalanan wisata untuk *backpacker* bukanlah hanya kegiatan untuk menikmati keindahan tempat wisata semata, namun memiliki makna lebih dalam daripada itu. Menurut hasil penelitian, terdapat beberapa makna perjalanan wisata bagi *backpacker*, secara garis besar hampir semua informan setuju bahwa makna perjalanan wisata adalah sebuah wadah untuk aktualisasi diri dan untuk menikmati hidup, mencari pengalaman, pencarian jati diri, membangun koneksi dan sebagai kebiasaan.
3. Pengalaman komunikasi dalam perjalanan wisata bagi *backpacker* di kategorikan menjadi dua yaitu pengalaman komunikasi menyenangkan dan pengalaman komunikasi tidak menyenangkan. Kedua kategori tersebut merupakan pengalaman komunikasi antar

sesama *backpacker*, antara *backpacker* dengan keluarga dan juga antara *backpacker* dengan lingkungan yang dikunjungi. Adapun pengalaman komunikasi menyenangkan disini berupa penerimaan dan *support* dari keluarga, menambah pertemanan, relasi dan mendapatkan popularitas. Terkait dengan pengalaman komunikasi tidak menyenangkan yaitu perjalanan wisata yang masih dianggap mahal oleh masyarakat, perlakuan tidak menyenangkan berupa penipuan dan pungutan liar dan kendala bahasa.

Saran

1. Perjalanan Wisata sebagai salah satu kegiatan menambah pengalaman seseorang saat ini masih belum banyak mendapatkan perhatian dari masyarakat. Dari hasil wawancara yang dilakukan, *backpacker* berpendapat masih sangat sulit mendapat informasi terkait daerah wisata di Indonesia dan masih sedikit akomodasi yang menunjang hal ini. Maka dari itu, dibutuhkan peran serta pemerintah maupun masyarakat dalam mengkomunikasikan lokasi wisata di daerah – daerah.
2. Perjalanan wisata merupakan salah satu objek social dalam masyarakat yang menarik untuk diteliti, Namun, masih sedikit penelitian yang mengkaji masalah wisatawan seperti ini, Maka dari itu, penelitian ini diharapkan menjadi masukan maupun landasan bagi penelitian social berikutnya khususnya studi fenomenologi.
3. Salah satu konsekuensi dalam perjalanan wisata bagi *backpacker* adalah menghadapi masalah dalam perjalanan. Dalam hal ini peneliti menyarankan agar seorang *backpacker* harus merencanakan

perjalanan secara matang bersikap bijak dan berlapang dada ketika menghadapi masalah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adkins & Grant, Eryn. 2007. *Backpackers as a Community of Strangers : The Interaction Order of an Online Backpacker Notice Board. Qualitative Sociology Review*, vol III Issue 2. Retrieved September, 2014.
- Andi, Prastowo. 2010. *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Diva Press.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2011 *Sosiologi Komunikasi : Teori Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Kencana
- Cohen, Erick. 2003. *Backpacking : Diversity and Change*, 95 – 110. Tourism and Cultural Change
- Cohen, S.A. 2011. *Lifestyle travellers : Backpacking as a way of life. Annals of Tourism Research*, 38 (4), 1535 – 1555. United Kingdom : Bournemouth University
- Fadlilah, Triyadi. 2009. *Hubungan Faktor – faktor Motivasi Pendorong dan Faktor – faktor Motivasi Penarik untuk Melakukan Wisata Backpacking*. Skripsi. Depok : UI
- Gerungan, W. 2001. *Psikologi Sosial*. Bandung : Eresco
- Hadinoto, Kusudianto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta : UI Press
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Fenomenologi : Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya*. Bandung : Widya Padjadjaran
- L. Tubbs, Stewart & Sylvia Moss. 2006. *Human Communication*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Littlejohn & Karen A. Foss. 2009. *Theories of Human Communication*. Jakarta : Salemba Humanika
- Maritha, Devi Putri. 2010. *Profil Pola Pengeluaran Wisatawan Asing Ala “Backpacker” di Yogyakarta*. Skripsi. Surakarta : UNS
- Maryati, Kun. 2003. *Sosiologi 1*. Jakarta : Erlangga
- Mead, George. H. 1934. *Mind, Self and Society*. Chicago : The University of Chicago Press
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Mulyanaa, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Purwanto, Ngalim. 2000. *Psikologi Pendidikan*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Prayitno, Elida. 1989. *Motivasi dalam Belajar*. Jakarta
- Raco. (2010), *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulan*, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta
- Ryan, Chris. (2003). *Recreational Tourism : Demand and Impacts*.

Channel View Publications

Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relation Dan Komunikasi*. Jakarta : Grafindo Persada.

Soekanto, Soerjono. 2000. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Sorensen, A. 2003. "*Backpacker Ethnography*", *Annals of Tourism Research*. Great Britain : Elsevier

Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta

_____. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta

Ubjaan, Jusak. (2008). Pengaruh Produk Wisata, Bauran Promosi dan Motivasi Perjalanan Wisata terhadap Kunjungan Wisata di Kota Ambon. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, volume 6 no.2

Umar, Husein. 2007. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Uriely, Fuchs and Reichel. 2007. *Perceived Risk and the Non-institutionalized Tourist Role : The Case of Israeli Student Ex-Backpackers : Journal of Travel Research* 46 : 217. Sage Publications.

Uriely, N., Yonay, Y., & Simchai, D. (2002). Backpacking Experiences: A Type and Form Analysis. *Annals of Tourism Research* , 520–538.

Veeger, KJ. 1990. *Realitas Sosial*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama .

West, Richard Dan Lynn H.Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi*. Jakarta : PT Salemba Humanika.

Skripsi :

Ibrahim, Derry. 2017. *Pemaknaan Vespa Extreme Bagi Pengguna Vespa Extreme Di Kota Pekanbaru Dalam Perspektif Fenomenologi*. Pekanbaru : Universitas Riau.

Fadhilah, Triyadi. 2009. *Hubungan Faktor-Faktor Motivasi Pendorong dan Faktor-Faktor Motivasi Penarik Untuk Melakukan Wisata Backpacking*. Jakarta : Universitas Indonesia.

Rahmawati, A R. 2010. *Backpacking Ala Mahasiswa (Study Deskriptif Tentang Gaya Hidup Pada Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya)*. Surabaya : Universitas Airlangga.

Pakan, Pitor S. 2013. *Backpacking Dan Backpacker Di Indonesia (Studi Mengenai Gaya Hidup Dan Budaya Massa)*. Jakarta : Universitas Indonesia.

Toreh, Christina D. 2009. Hubungan Antara Pengguna Facebook *Group Backpacker* Indonesia Dan Pemenuhan Kebutuhan Member Akan Informasi Ala *Backpacker*. Bandung : Unpad.

Jurnal :

Wirman, Welly. 2012. Pengalaman komunikasi Dan Konsep Diri Perempuan Gemuk, *Journal of Dialectics IJAD*. Vol 2 No 1. Bandung : Pascasarjana Unpad.

Tesis :

Menuh, Nyoman N. 2015. Karakteristik Wisatawan Backpacker

Mancanegara Dan Dampaknya
Terhadap Perkembangan
Pariwisata Di Kuta Bali. Denpasar
: Universitas Udayana

Internet Searching :

[http://id.wikipedia.org/wiki/Sumatera_
Barat](http://id.wikipedia.org/wiki/Sumatera_Barat), diakses 15 oktober 2015

[http://poskotanews.com/2014/02/27/i
ndustri-pariwisata-nomor-empat-
penghasil-devisa/](http://poskotanews.com/2014/02/27/industri-pariwisata-nomor-empat-penghasil-devisa/), pada 7
September 2015