

MOTIVASI KUNJUNGAN WISATAWAN PADA OBJEK WISATA BLUE LAGOON DI YOGYAKARTA

Oleh : Ashfia Durrunafis

Pembimbing : Dr Febri Yuliani, Sos.,M.Si

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata - Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Motivation is the impetus, driving force or force that causes a person to take an action or deed to achieve a goal. This study aims to find out what are the motivations for visiting tourists in the Blue Lagoon Tourist Attraction, D.I Yogyakarta. In this study, researchers used qualitative research methods. Researchers collected data by means of observation, interviews and documentation. The data analysis technique in this study uses the Miles and Huberman model which includes the process of data reduction, data presentation and ends with drawing conclusions. The subjects in this study included 10 informants who were tourists in the Blue Lagoon Tourist Attraction. Tourist motivation which was studied in this study was collected into 4 sub-variables namely physical motivation, cultural motivation, interpersonal motivation and status and prestige motivation, McIntosh and Goeldner (1995) in I Made Sendra, et al (2019). With indicators of refreshing body and mind, maintaining health, exercising with family, having fun, wanting to relax from daily routines, learning customs, knowing traditions, studying culture, seeing art, meeting new people, strengthening relationships with friends/relatives, seek new and different experiences, share hobbies, follow new travel trends, gain knowledge of new tourism activities, learn new skills, increase satisfaction for carrying out tourism trends. The results of the research that has been done regarding the motivation of the visit, tourists visit the Blue Lagoon Tourism Village with the aim of enjoying physical motivation where tourists can enjoy some physical activities that can provide relaxation and comfort.

Keywords: *motivation, tourist motivation, Blue Lagoon Tourist Attraction*

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) memiliki sejumlah potensi dan daya tarik wisata yang relatif besar di berbagai kabupaten/kota yang bisa dikembangkan sebagai destinasi wisata, antara lain wisata alam, wisata sejarah dan budaya, yang keseluruhannya berkontribusi dalam pengayaan budaya bangsa, harta karun. Seluruh objek wisata dan atraksi di Provinsi D.I. Yogyakarta telah berupaya memberikan pelayanan yang memuaskan wisatawan, seperti kendaraan transit, penginapan, dll. Salah satu kabupaten di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang memiliki potensi wisata cukup besar dan memikat ialah Kabupaten Sleman.

Secara geografis Kabupaten Sleman terletak antara 110°330 dan 110°130 BT, 7°3451 dan 7°4730 LS, berbatasan langsung dengan Kabupaten Boyolali di sebelah utara, Kabupaten Magelang dan Kulonprogo di sebelah barat, Kota Yogyakarta, Bantul, dan Gunung Kidul di selatan, dan Kabupaten Klaten di timur. Luas wilayah Kabupaten Sleman ialah 574,82 km² (Sleman, 2009). Potensi wisata alam merupakan salah satu peluang pariwisata Kabupaten Sleman. Menurut Suwanto (1997, dalam Utami, 2017), wisata alam adalah bentuk kegiatan wisata alam yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan tata lingkungan.

Sleman merupakan lingkungan yang makmur, bersama dengan Kabupaten Gunung Kidul yang bertetangga, telah muncul sebagai tujuan wisata yang populer. Objek Wisata Blue Lagoon bisa

ditemukan di Kecamatan Ngemplak, Desa Widodomartani, Dusun Dalem, yang merupakan salah satu komunitas wisata di kabupaten Sleman. Letaknya sekitar 18 kilometer sebelah utara kota Yogyakarta. Dilihat dari kondisi jalan yang tidak sulit ditempuh, karena tidak terlalu menanjak jalan pegunungan. Dari Jalan Kaliurang Km 13,2 belok kanan dan jalan 6 kilometer ke timur; dari Stadion Maguwoharjo, tempuh 7 kilometer ke arah utara. Untuk membantu menggerakkan ekonomi lokal, warga setempat bisa memanfaatkan Objek Wisata Blue Lagoon dengan bekerja sama dengan kota tetangga untuk mengembangkannya sebagai tujuan wisata. Berdasarkan data yang di peroleh dari Pengelola Objek Wisata Blue Lagoon D.I Yogyakarta jumlah kunjungan wisata yang datang ke objek wisata Blue Lagoon yang ada di dusun Dalem terhitung dari tahun 2017 hingga 2021 adalah sebagai berikut:

Table I.2
Data Jumlah Kunjungan
Wisatawan Ke Objek Wisata
Blue Lagoon

No.	Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan
1	2017	62.068
2	2018	70.591
3	2019	30.422
4	2020	9.837
5	2021	11.020

Sumber : Pihak Pengelola Objek Wisata Blue Lagoon, 2022

1.2. Tabel diatas menunjukkan bahwasannya jumlah kunjungan wisatawan cukup tinggi tetapi mengalami penurunan dimulai pada tahun 2019 dan pada tahun 2021 jumlah kunjungan mengalami peningkatan dari tahun

Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian pada latar belakang maka rumusan masalah pada penelitian ini ialah seperti dibawah:

1. Apa saja motivasi kunjungan wisatawan pada Objek Wisata Blue Lagoon D.I Yogyakarta?
2. Apa saja motivasi yang paling dominan yang menjadi motivasi wisatawan pada Objek Wisata Blue Lagoon D.I Yogyakarta?

sebelumnya. Objek Wisata Blue Lagoon ini awal mula nya dipanggil dengan sebutan Tirta Budi yaitu tempat pemandian sumber mata air alami namun karena air nya yang berwarna biru dan banyaknya pengunjung yang menyebutnya Blue Lagoon maka hingga sekarang objek wisata ini dikenal dengan nama Blue Lagoon. Blue Lagoon mulai diresmikan pada tahun 2015 sebagai objek wisata air. Dengan diresmikannya Objek Wisata Blue Lagoon ini membuat wisatawan lokal maupun mancanegara semakin banyak mengunjungi Blue Lagoon.

Sesuai dengan gambar di atas bisa dilihat bahwasanya pengunjung memberikan penilaian atau ulasan yang bagus terhadap Objek Wisata Blue Lagoon. Pengunjung yang

datang merasa puas akan kunjungannya baik karena fasilitasnya, atraksi wisatanya maupun pelayanan yang ada di Objek Wisata Blue Lagoon tersebut. Hal itulah yang membuat peneliti ingin mengetahui apa saja motivasi wisatawan yang melakukan kunjungan di Objek Wisata Blue Lagoon.

Oleh sebab itu, sesuai dengan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk lebih lanjut melakukan penelitian dengan mengangkat judul

"Motivasi Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Blue Lagoon D.I Yogyakarta".

1.3. Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian pada latar belakang maka rumusan masalah pada penelitian ini ialah seperti dibawah:

1. Apa saja motivasi kunjungan wisatawan pada Objek Wisata Blue Lagoon D.I Yogyakarta?
2. Apa saja motivasi yang paling dominan yang menjadi motivasi wisatawan pada Objek Wisata Blue Lagoon D.I Yogyakarta?

1.4. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah yang akan dibahas, yaitu mengenai motivasi kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Blue Lagoon D.I Yogyakarta.

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Mengetahui motivasi kunjungan wisatawan pada Objek Wisata Blue Lagoon D.I Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui motivasi yang paling dominan yang menjadi motivasi kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Blue Lagoon D.I Yogyakarta.

1.6. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa mencapai manfaat seperti dibawah:

1. Secara Teoris
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pariwisata, khususnya di dunia usaha perjalanan wisata.
2. Secara Praktis

Setelah rumusan tujuan dapat tercapai, maka penelitian ini dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

- a. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan dan pemahaman di dunia pariwisata, khususnya dalam bidang usaha perjalanan wisata. Serta penelitian ini digunakan oleh peneliti sebagai bahan ajar untuk menerapkan teori-teori yang dipelajari di perkuliahan.

- b. Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi pengelola Objek Wisata Blue Lagoon.

- c. Bagi peneliti berikutnya

Sebagai sumber informasi dan referensi bagi peneliti berikutnya dengan permasalahan yang sama di masa yang akan datang.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pariwisata

Secara etimologis, akar bahasa Sanskerta dari kata bahasa Inggris "tourism" dapat ditelusuri kembali ke dua kata: "pari," yang berarti "banyak" atau "berulang kali dan sekitar," dan "wisata," yang berarti "mengunjungi untuk melihat, mendengar, menikmati, atau mempelajari apa pun." Sederhananya, pariwisata mengacu pada perjalanan yang sering antara wilayah geografis yang berbeda.

2.2 Objek wisata

Menurut Pendit (2016), objek wisata atau tempat wisata merupakan lokasi rekreasi atau berwisata. Sebagai daya tarik wisata, seseorang bisa

mempertimbangkan gunung, danau, sungai, pantai, dan laut, serta bangunan seperti museum, benteng, dan lokasi penting sejarah.

2.3 Wisata Alam

Adaptasi daya pikat tempat wisata alam seiring dengan meningkatnya jumlah pengunjung mancanegara. Kegiatan rekreasi dan wisata yang memanfaatkan sumber daya alam agar masyarakat dapat menghargai keindahan alam atau hasil produksi suatu tempat inilah yang biasa disebut dengan “wisata alam”. Wisata alam bersifat sukarela, kenikmatan sementara dari kualitas dan keindahan alam yang luar biasa melalui perjalanan (DEPPARPOSTEL 1997). Selain itu, DEPPARPOSTEL mendefinisikan wisata alam sebagai meliputi eksploitasi objek dan daya tarik wisata alam serta seluruh usaha yang terkait dengan industri ini (1997).

2.4. Pengertian Motivasi

Motivasi, sebagaimana didefinisikan oleh Hasibuan (2005:143), adalah “daya penggerak yang membangun kegairahan seseorang untuk bekerja” yang membuat individu berkeinginan untuk bekerja sama, bekerja secara efisien, dan mengintegrasikan segala upaya untuk mencapai tujuannya.

2.5 Wisatawan

Dalam Kusumaningrum (2008), wisatawan (pariwisata) didefinisikan sebagai pengunjung yang menghabiskan waktu sekurang-kurangnya satu malam dan tidak lebih dari satu tahun di

suatu negara dengan tujuan utama melakukan kegiatan yang menghasilkan pembisaan bagi negara tersebut. Menurut Organisasi Pariwisata Dunia, tujuan utama kunjungan turis ialah untuk terlibat dalam aktivitas yang menghasilkan pembisaan bagi negara yang dikunjungi (WTO).

2.6 Motivasi Wisatawan

Ada dua aspek yang mempengaruhi motivasi berwisata seseorang, yaitu unsur internal wisatawan (motivasi intrinsik) dan faktor eksternal (motivasi ekstrinsik), menurut Pitana dan Gayatri (2005:59). Sesuai dengan teori hierarki kebutuhan Maslow, motivasi intrinsik berasal dari kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, prestise, dan aktualisasi diri individu. Dan untuk kebutuhan ekstrinsik, motivasi dipengaruhi oleh dua unsur eksternal, seperti norma sosial, pengaruh atau tekanan keluarga, dan lingkungan kerja, yang diserap dan akhirnya tumbuh menjadi kebutuhan psikologis.

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Metode penelitian ini didasarkan pada teknik penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, fokusnya adalah memunculkan deskripsi rinci mengenai fenomena yang menarik melalui pengamatan langsung dan wawancara mendalam dengan peserta penelitian. Pada akhirnya, data terdiri dari kata-kata, gambar, dan orang yang melakukan sesuatu. Artikel ini ditulis bersama oleh Lexy L. Moleong (2011: 4).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di objek Wisata Blue Lagoon, Kabupaten Sleman. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan September hingga terselesaikannya penelitian ini.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

3.3.1 Penentuan Subjek Penelitian

Subyek penelitian kualitatif disebut sebagai informan. Moleong (2010: 132) mengidentifikasi subjek penelitian sebagai informan, yaitu orang-orang dalam setting penelitian yang digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai lingkungan penelitian. Dalam penelitian ini pemilihan subjek penelitian didasarkan pada kepentingan pihak-pihak yang bisa memberikan informasi dan data yang diinginkan, serta pihak-pihak yang berperan dalam Motivasi Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Blue Lagoon. Pengambilan sumber data atau subjek penelitian menggunakan strategi purposive sampling, yang menurut Nasution (2006:29) ialah pengumpulan sumber data atau subjek sesuai dengan pilihan penelitian mengenai elemen apa dan siapa yang menjadi fokus dalam situasi dan waktu tertentu.

Pengambilan sampel berlangsung selama penelitian, yaitu tergantung pada tujuan penekanan pada waktu tertentu. Teknik ini merupakan teknik sumber data atau topik penelitian yang memerlukan beberapa pertimbangan. Tekniknya ialah peneliti memilih orang-orang

tertentu untuk direkrut sebagai informan yang bisa memberikan data yang diperlukan, kemudian menggunakan data atau informasi yang diperoleh dari sumber data sebelumnya untuk memutuskan sumber data/subjek penelitian mana yang bisa memberikan data yang lebih komprehensif.

Subjek dalam penelitian ini meliputi, 10 orang pengunjung yang sedang berwisata di Objek Wisata Blue Lagoon D.I Yogyakarta.

3.3.2 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:20) objek penelitian ialah “Suatu atribut atas sifat atau nilai dari orang, objek atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dari pengertian diatas maka objek penelitian disini ialah Motivasi Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Blue Lagoon D.I Yogyakarta.

3.4. Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2015), data primer ialah sumber data yang memasok data secara langsung kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara dengan pengelola objek wisata Blue Lagoon dan pengunjung yang bersedia menjadi informan

3.4.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono, data sekunder berasal dari sumber yang tidak secara langsung menawarkan data kepada pengumpul data, seperti orang

atau dokumen lain (2015). Data sekunder sering terdiri dari materi publik dan tidak dipublikasikan disimpan dalam arsip dalam bentuk bukti, dokumen sejarah, atau laporan (dokumentasi data).

Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari data-data yang telah peneliti kumpulkan dari hasil wawancara maupun dokumen-dokumen yang didapat dari pengelola objek wisata Blue Lagoon.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Observasi

Hasan (2002: 86) mendefinisikan observasi sebagai proses memilih, memodifikasi, merekam, dan mengkodekan serangkaian perilaku dan peristiwa organisasi sesuai dengan tujuan empiris. Pendapat observasi lainnya ialah kegiatan yang dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap objek penelitian guna mengamati secara dekat kegiatan yang dilakukan, Riduwan (2010: 30). Jika tujuan penelitian ialah perilaku dan perilaku manusia, peristiwa alam, proses kerja, dan penggunaan responden kecil, ukuran sampel harus kecil.

3.5.2 Wawancara

3.5.3

Dua pihak, pewawancara dan yang diwawancarai, terlibat dalam proses percakapan dengan tujuan membangun informasi mengenai individu, peristiwa, tindakan, motivasi, dan sebagainya. Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang bisa dilakukan secara langsung dengan

subyek penelitian. Wawancara dilakukan secara terstruktur atau tidak terstruktur, yaitu baik yang telah menyusun pertanyaan secara sistematis sesuai masalah maupun yang mengajukan pertanyaan sesuai dengan alur percakapan melakukan wawancara (Sugiyono, 2011: 137).

3.5.4 Dokumentasi

Dokumentasi ialah proses pengumpulan data dan informasi berupa buku, arsip, dokumen, angka tertulis dan gambar yang bisa digunakan untuk mendukung penelitian". Sugiyono (2015: 329).

3.6 Analisis Data Penelitian

Menurut Bogdan dan Biklen dalam Moleong (2007: 248), analisis data ialah proses bekerja dengan data, mengaturnya, membaginya menjadi bagian-bagian yang bisa dikelola, mensintesisnya, mencari dan menemukan pola, mengidentifikasi apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan menentukan apa yang mungkin menjadi berbagi dengan orang lain.

HASIL DAN PENELITIAN

4.1.3 Lokasi dan Akses Objek Wisata Blue Lagoon

Buka setiap hari mulai pukul 08.00 hingga 19.00 WIB, Blue Lagoon merupakan tujuan wisata yang populer. Kawasan Dalem Dusun Sawah, Widodomartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta di mana Anda akan menemukan Objek Wisata Blue Lagoon. Blue

Lagoon berlokasi tidak jauh dari tempat Gunung Merapi dimulai.

4.1.4 Fasilitas dan Atraksi Wisata di Objek Wisata Blue Lagoon

- a. fasilitas wisata
 1. Area parker
 2. Kamar mandi
 3. Warung kuliner
 4. Musholla
 5. Gazebo
 6. Pendopo sekar pamuji
 7. Tempat sewa pelampung
 8. Sendang wadon dan sendang lanang
 9. Tempat karaoke
 10. Tempat penukaran kupon minum
 11. Pos keamanann
 12. Tempat penitipan barang
 13. Pos kesehatan
 14. Camping Ground
- b. Atraksi wisata
 1. Berenang
 2. Memancing
 3. Terapi ikan
 4. Berswaphoto
 5. Karaoke
 6. Berkemah
 7. Outbond

4.2 Karakteristik Wisatawan

Responden pada penelitian ini ialah wisatawan yang datang ke Desa Wisata Blue Lagoon sejumlah 100 orang responden saat penelitian ini berlangsung. Ada beberapa karakteristik umum responden yang masuk kedalam penelitian ini. Identifikasi ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik responden secara umum.

4.2.1 Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Responden Sesuai dengan Jenis Kelamin

No.	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	76	76%
2	Perempuan	24	24%
3	Total	100	100%

Sumber: Data Olahan Tahun 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwasanyasanya dari 100 respoden jumlah wisatawan laki-laki lebih banyak 76% (76 orang) dibandingkan wisatawan perempuan sejumlah 24% (24 orang). Ini disebabkan oleh mayoritas wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Blue Lagoon ini ialah laki-laki.

4.2.2 Wisatawan Sesuai dengan Usia

Tabel 4.3
Responden Sesuai dengan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	15-20	53	53%
2	21-25	40	40%
3	26-30	6	6%
4	>30	1	1%

5	Tota l	100	100%
---	-----------	-----	------

Sumber: Data Olahan Tahun 2022

Sesuai dengan data yang disajikan pada tabel di atas, 53 responden berusia antara 15 dan 20 tahun, sementara 40 responden lainnya berusia antara 21 dan 25 tahun, 6 responden berusia antara 26 dan 30 tahun, dan hanya satu yang berusia di atas. dari 30. Tujuan dari desain sampling berbasis usia ialah untuk menentukan profil demografis pengunjung Objek Wisata Blue Lagoon. Dari hasil yang dibisa mayoritas pengunjung Objek Wisata Blue Lagoon ialah pengunjung yang berusia 15-25 tahun dimana pada usia ini setara dengan usia pelajar ataupun mahasiswa yang mana senang berwisata alam.

4.2.3 Wisatawan Sesuai dengan Domisili

Tabel 4.4

Responden Sesuai dengan Domisili

N o.	Domisil i	Juml ah	Persent ase (%)
1	Kabupat en Sleman	55	55%
2	Kota Yogyak arta	12	12%
3	Kabupat en Bantul	8	8%
4	Kabupat en	0	0

	Gunung Kidul		
5	Kabupat en Kulon Progo	0	0
6	Luar Kota	25	25%
7	Total	100	100%

Sumber: Data Olahan Tahun 2022

Sesuai dengan tabel diatas dijelaskan bahwasanyasanya responden yang berkunjung ke Objek Wisata Blue Lagoon yang berdomisili di Kab. Sleman ada sejumlah 55 orang, domisili kota Yogyakarta sejumlah 12 orang, domisili Kab. Bantul sejumlah 8 orang, untuk domisili Kab. Gunung Kidul serta Kab. Kulon Progo peneliti tidak menemukan adanya responden yang berdomisili di daerah tersebut, dan pengunjung yang berdomisili dari luar kota sejumlah 25 orang. Klasifikasi responden berdasarkan domisili ini ditujukan untuk mengetahui dari mana saja asal wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Blue Lagoon. Bisa disimpulkan bahwasanya pengunjung yang datang ke Objek Wisata Blue Lagoon sebagian besar berdomisili di daerah Kabupaten Sleman.a Olahan Tahun 2022.

4.2.4 Wisatawan Sesuai dengan Pekerjaan

Tabel 4.5

Responden Sesuai dengan Pekerjaan

N o.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Mahasiswa	68	68%
2	PNS	2	2%
3	Wiraswasta	4	4%
4	Pegawai swasta	9	9%
5	Lainnya	17	17%
6	Total	100	100%

Sumber: data olahan tahun 2022

Sesuai dengan tabel diatas bisa di ketahui bahwasanya responden Objek Wisata Blue Lagoon didominasi oleh mahasiswa yaitu sejumlah 68 orang, PNS sejumlah 2 orang, Wiraswasta sejumlah 4 orang, Pegawai Swasta sejumlah 9 orang dan untuk lainnya sejumlah 17 orang. Dari hasil yang dibisa maka bisa diketahui bahwasanya lebih banyak pengunjung dengan pekerjaan sebagai mahasiswa.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Motivasi Fisik

Ada 5 indikator dalam motivasi fisik yang menjadi pendorong wisatawan melakukan kunjungan wisata yaitu menyegarkan kembali tubuh dan pikiran, menjaga kesehatan, olahraga bersama

keluarga, membisa kesenangan diri, dan keinginan untuk rileks dari rutinitas keseharian.

Menjaga kesehatan, kesehatan menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) tahun 1948 ialah sebagai “suatu keadaan fisik, mental, dan sosial kesejahteraan dan bukan hanya ketiadaan penyakit atau kelemahan”. Beberapa wisatawan melakukan perjalanan wisata dengan motivasi untuk memperoleh kesehatan atau untuk menjaga kesehatan tubuh dari objek wisata yang dikunjungi. Di objek wisata Blue Lagoon hal yang bisa menjaga kesehatan ialah dengan berenang, serta wisatawan juga bisa melakukan terapi ikan dan terapi batu.

Olahraga, ialah gerak badan sebagai upaya menguatkan serta menyehatkan tubuh. Olahraga menjadi salah satu tujuan wisatawan melakukan perjalanan wisata. Di objek wisata Blue Lagoon olahraga yang bisa dilakukan oleh wisatawan ialah berenang, susur sungai dan sebagainya.

Dari hasil wawancara bisa diketahui bahwasanya objek wisata Blue Lagoon ini bisa dinikmati oleh seluruh kalangan, mulai dari anak-anak hingga dewasa dan tempat nya yang sejuk juga dilengkapi dengan fasilitas yang ada sehingga memberikan rasa kenyamanan dan relaksasi bagi wisatawan yang berkunjung. Bagi anak-anak yang ingin berenang tidak perlu khawatir dengan kedalaman air karena di objek wisata Blue Lagoon tersedia pelampung ban serta tersedia juga baju pelampung khusus anak-anak. Meskipun tidak tersedia secara

gratis namun harga sewanya cukup terjangkau yaitu hanya Rp. 5000 rupiah saja.

bisa diketahui bahwasanya mereka sengaja datang ke Objek Wisata Blue Lagoon untuk rileks dari rutinitas keseharian. Hal ini bisa dilihat dari hasil observasi yang telah penulis lakukan pada akhir pekan Sabtu dan Minggu memang mayoritas pengunjung objek wisata Blue Lagoon ialah remaja dan mahasiswa. Selain mahasiswa tidak jarang juga rombongan keluarga yang datang berkunjung pada hari libur ke objek wisata Blue Lagoon. Pengelola objek wisata Blue Lagoon juga tidak jarang memberikan potongan harga tiket masuk bagi wisatawan yang datang rombongan atau beramai-ramai. Jadi, bagi wisatawan tidak perlu khawatir saat datang berkunjung ke Blue Lagoon karena selain harga tiket masuk yang murah pengelola juga tidak segan memberi potongan harga masuk bagi wisatawan yang datang dengan jumlah orang yang banyak.

4.3.2 Motivasi Budaya

“Adat berasal dari bahasa Arab yang berarti kebiasaan, adat. Adat bisa diartikan sebagai suatu perbuatan yang dilakukan berulang-ulang sampai menjadi suatu kebiasaan yang ditetapkan dan dihormati, sehingga kebiasaan itu menjadi kebiasaan. Adat ialah kebiasaan yang berkembang dan tumbuh dalam suatu masyarakat atau daerah yang dihargai sebagai sesuatu yang berharga dan dihormati oleh masyarakat pendukungnya”.

Dari wawancara diatas bisa diketahui bahwasanya kurangnya pengetahuan wisatawan mengenai tradisi masyarakat sekitar dan hanya berkunjung dengan tujuan berwisata (berenang) saja. Hal ini dikarenakan kurangnya promosi dan edukasi pengelola objek wisata Blue Lagoon mengenai tradisi setempat kepada wisatawan serta jarang melakukan acara-acara atau gelaran budaya setempat. Pada hari-hari tertentu objek wisata Blue Lagoon menawarkan atraksi Padusan. Padusan sendiri merupakan sebuah tradisi yang dilakukan masyarakat Yogyakarta satu hari sebelum Ramadhan. Tradisi ini sudah menjadi kebiasaan masyarakat Yogyakarta sejak zaman dahulu dan masih dilaksanakan sampai sekarang. Dengan adanya tradisi ini pengelola objek wisata Blue Lagoon secara khusus memberikan fasilitas gratis seperti parkir kendaraan gratis bagi wisatawan yang datang untuk melakukan tradisi Padusan.

Dari wawancara tersebut bisa diketahui bahwasanya pengunjung yang datang ke objek wisata blue lagoon tidak begitu tertarik dan mengetahui budaya yang ada di Desa Wisata Blue Lagoon dan hanya datang dengan motivasi berwisata menikmati objek wisatanya saja. Hal ini bisa dilihat karena di objek wisata Blue Lagoon sangat jarang mengadakan acara budaya dan biasanya hanya akan mengadakan acara budaya pada hari-hari besar saja.

4.3.4 Motivasi Status dan Prestise

Ada 5 indikator dalam motivasi status dan prestise yang menjadi

pendorong wisatawan melakukan kunjungan wisata yaitu menyalurkan hobi, mengikuti tren wisata baru, memperoleh pengetahuan kegiatan berwisata baru, mempelajari keahlian baru, serta meningkatkan kepuasan telah menjalankan tren wisata.

Dari hasil wawancara diatas bisa diketahui bahwasanya wisatawan yang datang ke Objek Wisata Blue Lagoon yaitu untuk menyalurkan hobi dan untuk kepuasan karena telah menjalankan tren wisata baru. Hal ini dijelaskan oleh wisatawan yang mengatakan bahwasanya ingin berenang ditempat yang baru serta mengikuti teman-temannya yang telah datang ke objek wisata Blue Lagoon sebelumnya. Diketahui memang objek wisata Blue Lagoon ini bersumber dari mata air langsung yang memiliki warna air berwarna biru dan juga jernih. Lalu dilengkapi juga dengan sarana untuk jumping kedalam air. Kedalaman airnya sendiri yaitu kurang lebih sedalam 4-5 m sehingga aman ketika meloncat dari ketinggian.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan hasil penelitian penulis mengenai motivasi wisatawan di Objek Wisata Blue Lagoon D.I Yogyakarta bisa ditarik kesimpulan seperti dibawah :

- 1.Motivasi perjalanan setiap individu ialah unik dan bergantung pada hasil perjalanan yang diinginkan. Jika suatu objek wisata bisa memenuhi keinginan wisatawan, maka akan menjadi alternatif yang layak, yang menunjukkan bahwasanya

masyarakat mengantisipasi objek wisata yang mereka kunjungi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi interpersonal, dan motivasi status dan prestise ialah motivasi yang diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwasanya dorongan untuk bersatu, berinteraksi, mencapai kepuasan psikologis, dan mencoba hal-hal baru sangatlah kuat. Adanya tempat wisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan bisa mendorong wisatawan untuk berkunjung ke lokasi tersebut.

- 2.Dari empat motivasi yang tercantum, motivasi fisik sejauh ini ialah yang paling dominan. Motivasi fisik memperoleh tanggapan yang lebih positif dari orang yang diwawancarai dari pada sumber motivasi lainnya. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwasanya di Objek Wisata Blue Lagoon ini memiliki fasilitas serta beberapa aktivitas fisik yang bisa dilakukan seperti berenang dan berbagai atraksi lainnya yang telah disediakan di Desa Wisata Blue Lagoon, hal ini juga bisa memberikan relaksasi dan kenyamanan untuk pengunjung.

5.2 Saran

Sehubungan dengan temuan-temuan sebelumnya, peneliti bisa memberikan sarani seperti dibawah:

1. Diharapkan pengelola Obyek Wisata Blue Lagoon bisa mengetahui tentang motivasi wisatawan berkunjung. Ini ialah informasi penting bagi pengelola pariwisata Blue Lagoon. Dengan

mengetahui alasan kunjungan tersebut maka pihak pengelola Objek Wisata Blue Lagoon bisa merencanakan dengan lebih baik segala sesuatu yang akan menarik minat wisatawan dan membuat mereka ingin kembali.

2. Diharapkan Pemerintah Kabupaten Sleman melalui Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Sleman dapat bekerjasama memberikan bantuan dana dalam pemeliharaan dan pengembangan fasilitas sarana prasarana di Objek Wisata Blue Lagoon.

3. Diharapkan pengelola Objek Wisata Blue Lagoon D.I Yogyakarta senantiasa memperhatikan atraksi objek wisata yang ada dan terus dikembangkan agar wisatawan yang datang selalu memiliki motivasi yang kuat untuk berkunjung ke Objek Wisata Blue Lagoon.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

A.J, Muljadi. 2009.kepariwisataan dalam perjalanan.jakarta :PT. Raja Grafindo.

Abdurrahmat,Fathoni. 2006. Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Anwar Sanusi. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Jakarta: PT. Salemba Empat.

Arjana, I Gusti Bagus. 2016. Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Cet 2.PT. Raja Grafindo Persada: Depok

Bakaruddin. 2009, Permasalahan dan pengembangan Kepariwisataaan. Padang : UNP Press.

Cooper, Jhon Fketcher, David Gilbert and Sthepan Wanhil. 1995. Tourism Principles and Praticce. Logman. London

DEPPARPOSTEL. 1997, Pola Pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata Alam. Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi. Jakarta

Hasan, M. Iqbal, Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya, Ghalia Indonesia, Bogor, 2002.

Kabupaten Sleman. 2016. Laporan Klasifikasi Desa Wisata Kabupaten Sleman Tahun 2016. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan : Sleman,DIY

Kabupaten Sleman. 2016. Laporan Klasifikasi Desa Wisata Kabupaten Sleman Tahun 2016. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan : Sleman,DIY

Kodhyat, H. 1983. Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta

Kuncoro, Mudrajad. 2009. Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi 3. Penerbit Erlangga.

Margono, 2004, Metodologi Penelitian Pendidikan, Jakarta :Rineka Cipta.

- Marpaung, Happy (2002). Pengetahuan Kepariwisata. Bandung: Alfabeta.
- Moleong J. Lexy, 1999 Metodologi Penelitian Kualitatif Bandung: Remaja Rosdakarya
- Pendit, Nyoman S. 2003. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. PT Pradnya Paramitha: Jakarta
- Pitana, I Gede dan Putu Gede Gayatri. 2005. Sosiologi Pariwisata. Andi: Yogyakarta.
- Ridwan, Mohamad. 2012. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. PT SOFMEDIA : Medan
- Sardiman A.M (2008). Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Seoadijo, R. G. 2000. Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Spillance, James. 1994. Pariwisata Indonesia, Siasat Ekonomi Dan Rekayasa Kebudayaan. Kanisius. Yogyakarta.
- Sugiono. 2008. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&B. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sukardi. (2008). Metodologi Penelitian Pendidikan, Kompetensi Dan Praktiknya. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Sunaryo, Bambang. 2013. Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata. Gava Media. Yogyakarta
- Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Uno, Hamzah B. (2009). Teori Motivasi dan Pengukurannya. Jakarta: Bumi Aksara.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2015. Pengantar Industri Pariwisata, Sejarah Dan Perkembangan Pariwisata, CV. BUDI UTAMA: Yogyakarta
- Wahjosmidjo. 1984. Kepemimpinan dan Motivasi. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Wardiyanta. 2010. Metodologi Penelitian Pariwisata. CV Andi Offset. Yogyakarta
- Yoeti, Oka. A. 1988. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa.

B. Peraturan Perundangan

Republik Indonesia. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009. Menegenai Kepariwisata: Jakarta

Undang – Undang No. 10 Menegenai Kepariwisata Tahun 2009.

C. Website :

bappeda.slemankab.go.id

[https://ejournal.upi.edu/index.php/
Jithor/article/download/137
62/8065](https://ejournal.upi.edu/index.php/Jithor/article/download/13762/8065)

repository.unri.ac.id