

HUBUNGAN MOTIVASI, KEGIATAN DAN KARAKTER TEMPAT WISATA PADA PUSAKA SAUJANA IMOIRI YOGYAKARTA

Fitria Puspita Rani

Institut Teknologi Bandung

Email: fitriapuspitarani@gmail.com

Hanson E. Kusuma

Institut Teknologi Bandung

Email: hekusuma@gmail.com

Angela C. Tampubolon

Universitas Kristen Petra

Email: angela.christysonia@gmail.com

ABSTRACT

Imogiri is a cultural landscape located in Yogyakarta province that possesses both natural and cultural potency. This study aims the motivation of tourist to visit Imogiri, the activities carried out, the characteristics of places visited, and the correlation of those three factors. The study applies quantitative research methods that are exploratory and explanatory. Data collection was done through an online questionnaire and distributed to several groups (nonprobability-convenience sampling). The collected data were then analyzed quantitatively using principal component analysis, factor analysis, and multivariate correlation analysis. The analysis result found that tourist motivation to visit Imogiri consists of four categories: novelty, restoration, social and actualization. Activities carried out in Imogiri are described in six categories: active recreation, cultural recreation, passive recreation, social recreation, educational recreation, and dating. Correlation between the three variables leads to two travel categories, they are nature recreation tourism and culture recreation tourism. In nature recreation tourism, people are motivated to look for novelty and tend to do recreational activities in natural environment. While the second type, culture recreation tourism, tourist travel by the social motivation and choose to do cultural activities in places with cultural characteristic.

Keywords: *Tourism, Cultural landscape, Imogiri, Motivation, Activity, Place characteristic*

Pendahuluan

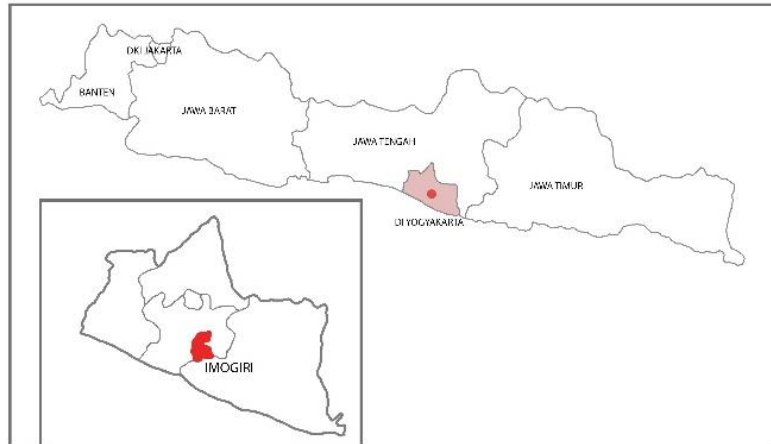
Pusaka Saujana dan Pariwisata Pusaka, dan Pusaka Saujana Imogiri

Piagam Pelestarian Pusaka Indonesia (2003) menyatakan:

“Pusaka Indonesia adalah pusaka alam, pusaka budaya, dan pusaka saujana. Pusaka alam adalah bentukan alam yang istimewa. Pusaka budaya adalah hasil cipta, rasa, karsa, dan karya yang istimewa dari lebih 500 suku bangsa di Tanah Air Indonesia, secara sendiri-sendiri, sebagai kesatuan bangsa Indonesia, dan dalam interaksinya dengan budaya lain sepanjang sejarah keberadaannya. Pusaka budaya mencakup pusaka budaya ragawi dan pusaka tidak ragawi. Pusaka saujana adalah gabungan pusaka alam dan pusaka budaya dalam kesatuan ruang dan waktu.”

Pariwisata pusaka adalah kegiatan wisata yang bertujuan untuk menunjukkan dan memberi pemahaman akan keanekaragaman budaya dan alam. Kegiatan yang dilakukan saat melakukan wisata pusaka antara lain menikmati alam, adat istiadat lokal, dan benda-benda cagar budaya (Cahyadi, 2009).

Imogiri berlokasi di sisi tenggara Kabupaten Bantul, sekitar 17 km dari pusat Kota Yogyakarta. Imogiri merupakan sebuah pusaka saujana yang memiliki sejarah yang signifikan terhadap Yogyakarta. Imogiri memiliki situs-situs arkeologi, desa dan komunitas masyarakat, serta lanskap lingkungan alami. Di Imogiri dapat ditemukan makam raja Mataram yang didirikan di abad ke 17, sejumlah rumah-rumah tradisional, dan industri kerajinan batik.



Gambar 1. Lokasi Imogiri

Sumber: wikipedia.com dengan penggambaran ulang

Dalam Rencana Terpadu dan Jangka Menengah Kawasan Strategis Keistimewaan (2016) dituliskan keunggulan Imogiri sebagai pusaka saujana. Potensi Imogiri ini dituangkan dalam enam nilai keunggulan, yaitu:

1. Keunggulan Mahakarya Ekologi, terlihat pada kelestarian alam dan keindahan lanskapnya.
2. Keunggulan Mahakarya Kepurbakalaan, dinilai dari banyaknya bangunan dan situs cagar budaya.
3. Keunggulan Filosofi, diindikasi dari keberadaan Makam Raja-raja Mataram yang memiliki nilai filosofi bagi Kota Yogyakarta.
4. Keunggulan Mahakarya Seni Tradisi dan Kontemporer, berupa lestarnya tradisi Jawa, sentra batik, keris dan wayang kulit.
5. Keunggulan Kerakyatan, Komunitas Kampung, Desa dan Anak Muda, dengan adanya kelompok sadar wisata, kelompok perajin, desa wisata dan desa budaya.

6. Keunggulan Sistem Budaya Pertanian, yang terlihat pada lahan pertanian yang membentang sejauh mata memandang.

Kegiatan pariwisata di Pusaka Saujana Imogiri telah lama berlangsung. Untuk menjaga kelestariannya telah disusun seperangkat regulasi untuk menjadi arahan dalam pemanfaatannya, antara lain PERDAIS 2 tahun 2017 tentang Tata Ruang Tanah Kasultanan dan Tanah Kadipaten. Dalam regulasi tersebut dinyatakan bahwa pemanfaatan Satuan Ruang Strategis Makam Raja-Raja di Imogiri meliputi zona inti dan zona penyangga. Pemanfaatan pada zona inti harus mengikuti prinsip pelestarian cagar budaya, sedangkan pada zona penyangga fasilitas penunjang kegiatan wisata dapat dilakukan dengan syarat tidak berpotensi merusak kawasan cagar budaya dan ilmu pengetahuan.

Teori

Motivasi Wisata

Crompton (1979) menyebutkan sembilan faktor yang menjadi motivasi seseorang dalam melakukan kegiatan wisata yaitu: (1) pelarian dari lingkungan yang biasa dirasakan; (2) eksplorasi dan evaluasi diri; (3) relaksasi; (4) martabat atau status; (5) regresi atau hal yang memicu kenangan (6) peningkatan hubungan kekerabatan; (7) sebagai fasilitas interaksi sosial; (8) kebaruan; dan (9) pendidikan.

McIntosh, Goeldner dan Ritchie (1999) menjabarkan motivasi berwisata ke dalam empat kelompok besar yaitu: (1) motivasi fisik, bertujuan untuk relaksasi, olahraga, dan penyegaran fisik; (2) motivasi budaya, keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain termasuk juga ketertarikan akan berbagai obyek tinggalan budaya (monumen bersejarah); (3) motivasi sosial atau motivasi interpersonal, keinginan untuk mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, hingga pelarian dari situasi yang membosankan; (4) motivasi status,

berhubungan dengan pengembangan diri seperti wisata untuk bisnis, pendidikan serta menekuni hobi.

Swarbrooke dan Horner (2016) menuliskan tipologi motivasi berwisata ke dalam enam kelompok besar yaitu: (1) fisik, berkaitan dengan tujuan relaksasi seperti olahraga, berjemur, dan lain-lain; (2) emosional, berkaitan dengan perasaan seperti nostalgia, percintaan, pelarian, pemenuhan kebutuhan spiritual, dan petualangan; (3) alasan pribadi, berkaitan dengan alasan personal seperti mengunjungi kerabat, mencari teman baru, keinginan untuk menyenangkan orang lain, dan kebutuhan ekonomi; (4) pengembangan diri, berkaitan dengan upaya meningkatkan pengetahuan dan mempelajari keterampilan baru; (5) status, berkaitan dengan gaya hidup, keinginan untuk pamer, dan eksklusivitas; (6) budaya, berkaitan dengan kegiatan tamasya dan mencoba hal baru.

Mill & Morrison (2009) dalam Suwena (2017) menjabarkan teori Maslow terkait motivasi dalam berwisata. Terdapat tujuh faktor yang memotivasi seseorang untuk melakukan perjalanan yaitu: (1) relaksasi, yaitu usaha untuk melepas ketegangan fisik dan mental serta mendapatkan hiburan; (2) keamanan, yaitu keinginan untuk sehat dan aktif di masa depan; (3) cinta, yaitu kebersamaan dengan keluarga, kerabat, sahabat, orang terkasih dan memelihara kontak sosial; (4) prestasi, yaitu pengakuan sosial, status dan kehormatan; (5) kebenaran diri, yaitu eksplorasi dan evaluasi terhadap alam, penemuan diri serta kepuasan batin; (6) ilmu pengetahuan, yaitu terkait dengan budaya, pendidikan dan pengenalan lingkungan yang asing; (7) apresiasi terhadap keindahan, yaitu menikmati pemandangan dan lingkungan hidup.

Pearce (1982) dalam Sayangbatti & Baiquni (2013) menjelaskan motivasi perjalanan dengan berdasar pada teori Maslow tentang hirarki kebutuhan. Kebutuhan yang menjadi dasar motivasi tersebut yaitu (1) kebutuhan fisiologis; (2) kebutuhan keamanan; (3) kebutuhan sosial; (4) kebutuhan *prestise*; (5) kebutuhan aktualisasi diri

Eva Šimková & Jindřich Holzner (2014) yang melakukan penelitian terhadap kegiatan wisata di daerah pedesaan menemukan bahwa motivasi perjalanan adalah memberi penghargaan (reward) untuk diri sendiri. Penghargaan ini dapat berupa kebebasan, ketenangan, lingkungan yang alami, udara segar, pengalaman yang otentik, suasana santai, suasana kehidupan pedesaan, dan petualangan. Motivasi kedua adalah keinginan untuk melarikan diri atau rehat sejenak dari kehidupan sehari-hari, seperti lingkungan perkotaan, lingkungan dengan teknologi, jaringan sosial, kebisingan, dan lain-lain.

Kegiatan Wisata

Spillane (1989) dalam Tazkia (2012) menuliskan enam kategori pariwisata berdasarkan kegiatan yang dilakukan, yaitu (1) *pleasure tourism*, yaitu kegiatan relaksasi, restorasi, menikmati alam, menikmati hiburan; (2) *recreation tourism*, yaitu kegiatan beristirahat dan rekreasi yang dapat memulihkan kesegaran jasmani dan rohani; (3) *cultural tourism*, yaitu kegiatan mempelajari adat istiadat, gaya hidup dan melakukan riset; (4) *sport tourism*, yaitu kegiatan olahraga; (5) *business tourism*, yaitu kegiatan kunjungan untuk keperluan pekerjaan; (6) *convention tourism*, yaitu kegiatan kunjungan untuk suatu pertemuan dan konvensi.

Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2016) mengeluarkan sembilan kategori kegiatan wisata, yaitu (1) wisata bahari, yaitu kegiatan yang dilakukan di laut, antara lain berselancar, naik kapal pesiar, memancing, menyelam, berjemur, dan lain-lain; (2) eko wisata, yaitu kegiatan pengamatan lingkungan seperti kegiatan *bird watching*, susur sungai, berkebun; (3) wisata petualangan, yaitu kegiatan seperti hiking, berkemah, *bungee jumping*, *rafting*; (4) wisata sejarah/religi, yaitu kegiatan ziarah, mengunjungi tempat suci, museum, dan warisan budaya; (5) wisata kesenian dan kuliner, yaitu kegiatan menikmati pertunjukan cerita rakyat, teater, karnaval, upacara tradisi dan mencicipi makanan lokal; (6) wisata kota dan pedesaan, yaitu kegiatan

belanja, mengunjungi pasar tradisional, kunjungan arsitektural dan fotografi; (7) wisata MICE, yaitu kegiatan bisnis, pertemuan, konvensi, pameran, dan konser; (8) wisata olahraga dan kesehatan, yaitu kegiatan spa, meditasi, olahraga, cek kesehatan, (9) objek wisata terintegrasi, yaitu kegiatan yang terpusat di ecopark, recreation and outbond park, kebun binatang, kebun raya botani, taman hiburan, resort di pegunungan dan pantai, dan dark tourism.

Objek yang ditemui di tempat wisata juga dapat menjadi penentu dari kegiatan yang dapat dilakukan. Suwena & Widyatmaja (2017) menyebutkan jenis wisata berdasarkan objek, yaitu (1) Cultural Tourism, yaitu wisata untuk menikmati daya tarik seni dan budaya, (2) Recuperational Tourism, yaitu wisata untuk kegiatan penyembuhan dari penyakit, (3) Commercial Tourism, yaitu wisata untuk kegiatan perdagangan nasional dan internasional, (4) Sport Tourism, yaitu wisata untuk menyaksikan perhelatan olahraga, (5) Political Tourism, wisata untuk melihat peristiwa yang berhubungan dengan kegiatan suatu negara, (6) Social Tourism, yaitu wisata untuk kegiatan non-profit seperti belajar dan piknik, (7) Marine Tourism, yaitu wisata yang terkait kegiatan di perairan seperti berenang, memancing, menyelam, dan lain-lain.

Karakteristik Tempat Wisata

Suwontoro (2001) dalam Soleh (2017) mencatat bahwa karakteristik tempat wisata yang dapat mempengaruhi daya tarik antara lain: (1) terdapat faktor keindahan seperti keindahan pemandangan pegunungan, pantai, sungai, hutan, dan sebagainya; (2) mampu menghadirkan perasaan senang, suasana nyaman dan bersih; (3) aksesibilitas yang memudahkan wisatawan; (4) terdapat sarana dan prasarana penunjang untuk melayani wisatawan.

Cooper, et al. (1993) dalam (Suwena & Widyatmaja, 2017) menyebutkan empat komponen terkait karakteristik tempat yang perlu dimiliki oleh suatu destinasi objek untuk dapat mendukung kegiatan pariwisata, yaitu (1) Atraksi, yaitu hal menarik yang tidak dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Atraksi atau daya tarik dijabarkan menjadi tiga yaitu daya tarik wisata alam seperti pantai, gunung, flora dan fauna, dan lain-lain; daya tarik wisata budaya seperti upacara ritual, seni pertunjukan, hingga keunikan kehidupan sehari-hari masyarakat; dan daya tarik wisata minat khusus yang terkait dengan hobi pengunjung seperti berbelanja, olahraga, dan penyegaran badan; (2) Fasilitas, yaitu keberadaan sarana dan prasarana yang diperlukan selama wisatawan berada di destinasi wisata. Fasilitas ini meliputi tempat menginap atau akomodasi, tempat makan, serta transportasi dan agen perjalanan; (3) Aksesibilitas, yaitu fasilitas untuk mencapai tujuan wisata seperti bandara, pelabuhan, terminal, dan jasa transportasi. (4) Pelayanan Tambahan, yaitu fasilitas pelengkap yang sebaiknya disediakan oleh pemerintah daerah tujuan wisata, seperti pelayanan informasi, pemasaran, pembangunan fisik

Cahyadi (2009) mencatat bahwa terdapat kecenderungan baru dari wisatawan yang berhubungan dengan karakteristik dari suatu tempat wisata. Karakteristik tempat wisata yang kini diminati oleh turis antara lain tempat wisata yang bersifat edukatif dan menawarkan pengalaman petualangan. Wisatawan tertarik pada tempat yang menyajikan pengalaman budaya yang berbeda. Selain itu, tempat yang dapat menunjukkan aspek lokalannya juga disukai, seperti tempat yang dapat mengadakan atraksi lokal, menjual barang produksi lokal, hingga memberi kesempatan bagi turis untuk dapat berinteraksi dengan penduduk lokal. Wisatawan juga menaruh perhatian pada objek berskala kecil yang jumlah pengunjungnya disesuaikan dengan sumberdaya yang dipromosikan.

Uysal dan Hagan dalam Sahara (2016) menyebutkan ada lima faktor yang dapat menarik wisatawan untuk datang ke daerah tujuan wisata. Karakteristik tempat yang memiliki daya tarik antara lain memiliki (1) alam dan sejarah, (2) kuliner, (3) masyarakat, (4) fasilitas rekreasi, dan (5) citra yang dipasarkan dari destinasi wisata.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bersifat eksploratif dan juga eksplanatori (Creswell, 2003; Groat & Wang, 2002). Dalam penelitian ini akan diungkapkan kategori motivasi, kegiatan dan karakteristik tempat yang dikunjungi di Imogiri. Penelitian juga akan menjelaskan korelasi antara kategori tersebut.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan lewat metode survei daring dalam bentuk kuesioner yang dibagikan dengan cara *convenient sampling (snowball-non-random-sampling)* (Kumar, 2005) kepada responden di berbagai kota di Indonesia yang sudah pernah berkunjung ke Imogiri. Pertanyaan kuesioner disusun tertutup (*close-ended*) dengan jawaban yang disusun menggunakan skala *Likert*. Data yang terkumpul merupakan data numerik yang selanjutnya dianalisis secara kuantitatif. Kuesioner online disebarkan pada tanggal 3 November 2017 dan berakhir pada tanggal 7 November 2017. Total responden yang mengisi kuesioner berjumlah 94 responden.

Metode Analisis Data

Responden diminta memilih lokasi yang paling diminati di Imogiri kemudian mengevaluasi alasan yang membuat mereka datang ke tempat tersebut, kemudian mengisi kuesioner dengan jawaban berskala. Jawaban yang diberikan melalui metode ini merepresentasikan tingkat kesepakatan responden dengan pernyataan yang

diberikan seputar alasan berkunjung ke Imogiri. Masing-masing kutub jawaban ini merupakan kata kerja atau kata sifat yang saling berlawanan, dengan skala 1 sampai 5 dari sangat tidak puas sampai skala sangat puas, dan sangat rendah sampai sangat tinggi. Posisi kata yang bersifat positif diletakkan pada bagian kanan dan kata yang memiliki sifat negatif ditempatkan pada posisi bagian kiri. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah responden dalam mengisi kuesioner.

Tabel 1. Contoh Pertanyaan dan Jawaban Berskala 5

Kategori	Contoh Pertanyaan						
Motivasi	Saya tertarik berwisata karena belum pernah kesana sebelumnya						
	sangat tidak setuju	1	2	3	4	5	sangat setuju
Karakteristik Tempat	Memiliki hubungan sejarah dengan Yogyakarta						
	sangat tidak setuju	1	2	3	4	5	sangat setuju
Kegiatan	Menikmati lingkungan alami						
	sangat tidak setuju	1	2	3	4	5	sangat setuju

Sumber: Hasil Analisis, 2018

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *principal component analysis* (PCA) dan *factor analysis* (FA), serta analisis korelasi multivariat. PCA dapat digunakan untuk mengidentifikasi komponen prinsip yang dapat mewakili beberapa variabel operasional/variable terukur (Bryant & Yarnold, 2001). Hasil analisis komponen prinsip selanjutnya dianalisis dengan analisis faktor menggunakan metode *varimax-rotation* agar komponen prinsip berubah menjadi dimensi yang satu sama lain tidak berhubungan. Dimensi-dimensi hasil analisis faktor diungkap hubungannya dengan analisis korelasi.

Hasil dan Pembahasan

PCA digunakan untuk menentukan jumlah principal components (*eigenvectors*) melalui *eigenvalue* atau *stopping rule*. Kaiser (1960) menyatakan bahwa jumlah *eigenvectors* ditentukan berdasarkan nilai *eigenvalue* yang bernilai minimal 1 (Bryant & Yamold, 1995). Steven (1986) menyatakan bahwa metode *stopping rule* Kaiser (1960) dapat digunakan jika variabel kurang dari 30 variabel. Peneliti mempertimbangkan untuk menggunakan *stopping rule* dari Kaiser (1960) karena variabel kurang dari 30.

Motivasi Wisata

Berdasarkan hasil dari PCA, motivasi berwisata ke Imogiri memiliki 4 komponen prinsip dengan *eigenvalue* lebih dari 1 (dengan total varians 61,12%) yang dapat menggambarkan 14 variabel. Keempat komponen prinsip ini setelah dianalisis dengan analisis faktor disebut variabel laten/dimensi.

Dari hasil analisis faktor diketahui empat motivasi yang melatarbelakangi kunjungan wisatawan ke Imogiri, yaitu motivasi "*Kebaruan*", "*Restorasi*", "*Kesosialan*", dan "*Aktualisasi*". Motivasi kebaruan adalah dorongan yang muncul karena adanya keinginan untuk melihat hal baru dan menambah pengalaman. Motivasi restorasi adalah motivasi yang timbul karena keinginan untuk menghilangkan stres, melarikan

diri sejenak dari masalah, dan menghilangkan kejenuhan dari aktivitas sehari-hari. Motivasi kesosialan adalah motivasi terkait kehidupan sosial seperti meningkatkan status sosial, mengunjungi tempat lain yang kondisinya lebih baik dari kondisi tempat tinggal sendiri dan melihat gaya hidup masyarakat. Motivasi terakhir adalah aktualisasi yaitu keinginan orang mengunjungi suatu tempat karena belum pernah mengunjungi tempat tersebut serta untuk mengetahui perkembangannya.

Tabel 2. Variabel Laten Hasil Analisis Faktor dengan Varimax Rotation pada Kategori Motivasi

	Kebaruan	Restorasi	Kesosialan	Aktualisasi
Melihat hal baru	0.7321	0.1230	0.1924	0.1378
Menambah pengalaman	0.6759	-0.1656	0.0919	0.2060
Menyenangkan	0.6732	0.1318	0.0615	-0.1328
Penasaran	0.6130	0.2984	0.1537	0.4351
Interaksi sosial	0.5515	-0.4337	0.2342	-0.0501
Menghilangkan stres	0.0709	0.8327	0.0578	-0.0442
Melarikan diri sejenak dari masalah	-0.1157	0.8034	0.1594	0.0773
Menghilangkan kejenuhan	0.4793	0.6644	-0.0685	0.0609
Meningkatkan status sosial	0.0775	0.1368	0.7599	-0.2530
Melihat tempat yang lebih baik	0.0655	0.2965	0.7129	0.1624
Menyaksikan gaya hidup masyarakat	0.2259	-0.3492	0.6409	0.2061
Bentuk aktualisasi diri	0.3580	-0.0794	0.4308	-0.2340
Belum pernah	0.2360	0.0235	0.0120	0.8595
Mengetahui perkembangan	0.4258	0.0003	0.4037	-0.5189

Sumber: Hasil Analisis, 2018

Motivasi restorasi dan kesosialan merupakan motivasi yang paling banyak disebutkan pada literatur. Motivasi restorasi meliputi segala hal terkait keinginan untuk mengisi kembali jiwa dan raga dengan kondisi yang lebih sehat dan segar. Pada pembahasan literatur terdahulu, motivasi restorasi dituangkan dalam istilah relaksasi serta pemenuhan kebutuhan fisik dan mental. Motivasi kesosialan terkait perihal yang menyangkut keberadaan orang lain, seperti kebutuhan untuk meningkatkan status sosial di masyarakat serta keinginan untuk melihat kehidupan masyarakat di tempat lain. Kebutuhan sosial sebagai motivasi perjalanan juga disebutkan oleh Crompton, Pearce dan McIntosh. Motivasi aktualisasi yang terkait dengan keinginan orang untuk mengetahui mencoba hal yang belum pernah dilakukan serta selalu mengetahui kondisi terkini pada suatu tempat wisata merupakan motivasi yang tidak banyak disebut. Ini mengindikasikan bahwa ada keinginan bagi pengunjung yang telah mengunjungi Imogiri untuk datang kembali dan melihat perkembangannya.

Tabel 3. Perbandingan Motivasi Wisata dalam Literatur dan Hasil Penelitian

Crompton (1979)	McIntosh, Goeldner dan Ritchie (1999)	Horner & Swarbrooke (2016)	Mill & Morrison (2009) dalam Suwena (2017)	Pearce (1982) dalam Sayangbatti (2013)	Eva Šimková & Jindřich Holzner (2014)	Motivasi (Hasil Penelitian)
Kebaruan						Kebaruan
Pelarian					Pelarian	Restorasi
Relaksasi		Fisik	Relaksasi			
Eksplorasi dan evaluasi diri	Fisik dan Fisiologis	Emosional	Apresiasi terhadap keindahan	Fisiologis	Penghargaan diri	
Sebagai fasilitas interaksi sosial		Alasan Pribadi	Keamanan Cinta	Keamanan		Kesosialan
Peningkatan hubungan kekerabatan	Sosial	Pengembangan diri	Prestasi	Kebutuhan sosial		
Regresi Pendidikan	Budaya	Budaya	Kebenaran diri			
Martabat	Status	Status	Ilmu pengetahuan	Kebutuhan prestise		Aktualisasi
				Kebutuhan aktualisasi diri		

Sumber: Hasil Analisis, 2018

Kegiatan Wisata

Terdapat enam kelompok kegiatan yang dilakukan wisatawan di Imogiri yaitu kegiatan rekreasi aktif, rekreasi budaya, rekreasi aktif, rekreasi sosial, rekreasi edukasi, serta rekreasi kencana dan pengobatan. *Kegiatan Rekreasi Aktif* adalah kegiatan yang didorong oleh stimulus yang kuat dan cenderung mengajak pengunjung untuk bergerak, seperti kegiatan bermain di sungai, melihat pertunjukan seni, olahraga, membeli batik, melihat *sunset*, menikmati persawahan, dan mencicipi kuliner. *Kegiatan Rekreasi Budaya* yang dilakukan pengunjung antara lain melihat falsafah hidup, belajar sejarah, menikmati budaya, ziarah, melihat koleksi museum dan melakukan kegiatan ritual. Kegiatan rekreasi pasif adalah kegiatan yang cenderung ke arah kegiatan kontemplasi atau kegiatan yang menenangkan seperti tamasya, menikmati alam, berkumpul bersama keluarga dan berfoto. *Kegiatan Rekreasi Sosial* merupakan kegiatan yang melibatkan interaksi dengan warga setempat, seperti menghadiri suatu acara, tinggal di rumah penduduk/ homestay, belajar membuat batik dan melakukan pengobatan guruh. Kegiatan rekreasi edukasi yang dilakukan wisatawan di Imogiri antara lain mempelajari arsitektur, melukis dan belajar tentang makanan organik. Variabel kegiatan yang terakhir yang juga cukup mendapat nilai signifikan adalah *Kegiatan Kencana*.

Tabel 4. Variabel Laten pada Kategori Kegiatan

	rekreasi aktif	rekreasi budaya	rekreasi pasif	rekreasi sosial	rekreasi edukasi	kencan
Membeli batik	0.747442	0.276823	0.032236	0.235537	0.021823	0.025879
Olahraga	0.734843	0.146181	0.106706	-0.03978	0.103633	0.010047
Bermain di sungai	0.728439	0.040176	0.179343	0.150858	0.131506	0.222079
Melihat pertunjukan seni	0.716519	0.339038	0.080467	0.268102	0.18887	0.161072
Menikmati persawahan	0.600513	0.164414	0.397494	0.100414	0.189059	0.069386
Melihat sunset	0.583166	-0.11552	0.286064	0.104268	0.119512	0.494369
Mencicipi kuliner	0.577659	0.102351	0.416245	0.254542	0.082555	0.055125
Melihat falsafah hidup	0.068894	0.793316	0.107416	-0.11317	0.145688	0.291124
Belajar sejarah	0.252413	0.718328	0.084109	0.125401	0.328437	-0.33964
Menikmati budaya	0.103121	0.717488	0.398064	0.049495	0.232221	0.050103
Ziarah	0.170434	0.662082	-0.22836	0.090008	-0.11889	-0.04779
Melihat koleksi museum	0.202125	0.648549	0.072537	0.336727	0.203862	0.026312
Melakukan kegiatan ritual	0.41034	0.459367	-0.19981	0.257926	0.134017	0.302515
Menikmati lingkungan alami	0.147206	0.069328	0.818659	0.044568	0.097481	-0.07223
Berkumpul bersama keluarga/teman	0.060482	0.088454	0.787485	0.012445	0.093993	0.045339
Tamasya	0.118927	0.005788	0.782298	-0.01166	0.002926	0.243914
Berfoto	0.203663	-0.06436	0.732028	0.079103	-0.11682	-0.02131
Menghadiri suatu acara	0.131035	0.043491	0.172779	0.808328	-0.03836	-0.0242
Tinggal di rumah penduduk/homestay	0.238805	0.041018	0.030162	0.705342	0.245144	0.078569
Melakukan pengobatan gurah	0.097268	0.247957	-0.229	0.575326	0.136784	0.443451
Belajar membuat batik	0.449334	0.355521	0.130528	0.541467	0.233358	-0.07779
Melihat elemen arsitektur	0.152674	0.365881	0.088507	-0.0294	0.796374	-0.02278
Belajar arsitektur	0.419014	0.141228	0.033697	0.145722	0.723213	-0.11586
Menggambar/melukis	0.003359	0.02952	0.024687	0.426995	0.644056	0.258622
Belajar tentang makanan organik	0.416651	0.088448	-0.02576	0.374557	0.437295	-0.11516
Berkencan	0.202127	0.069401	0.144398	0.045475	-0.06404	0.779738

Sumber: Hasil Analisis, 2018

Rekreasi aktif merupakan kegiatan yang kerap dilakukan pengunjung pada suatu destinasi wisata. Beberapa jenis rekreasi aktif juga dipaparkan pada literatur dalam beragam istilah seperti berolahraga, berpetualang hingga melakukan kegiatan religi. Terdapat dua kegiatan yang tidak disebutkan pada literatur yaitu kegiatan rekreasi pendidikan dan kencan. Hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan edukasi dan kencan bukan hal yang umum dilakukan pada tujuan wisata namun dapat dilakukan di Imogiri.

Tabel 5. Perbandingan Kegiatan Wisata dalam Literatur dan Hasil Penelitian

Spillane (1989) dalam Tazkia (2012)	Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2016)	Kegiatan (Hasil Penelitian)
<i>Recreation tourism</i>	Wisata petualangan	Rekreasi aktif
	Wisata religi	
<i>Sport tourism</i>	Wisata olahraga dan kesehatan	
	Wisata terintegrasi	
<i>Cultural tourism</i>	Wisata kesenian	Rekreasi budaya
<i>Pleasure tourism</i>	Wisata bahari	Rekreasi pasif
	Eko wisata	
<i>Business tourism</i>	Wisata <i>mice</i>	Rekreasi sosial
<i>Convention tourism</i>	Wisata kota dan pedesaan	
		Rekreasi edukasi
		Kencan

Sumber: Hasil Analisis, 2018

Karakteristik Tempat Wisata

Melalui proses analisis faktor ditemukan empat karakteristik tempat yang dikunjungi oleh wisatawan di Imogiri, yaitu tempat yang menghadirkan *Lingkungan Alami*, sarat *Budaya*, menyediakan *Kuliner*, serta memiliki *Popularitas*. Karakter tempat yang merepresentasikan lingkungan alami memiliki pemandangan yang indah, udara sejuk, alam yang bagus, suasana nyaman, dan suasana pedesaan. Karakteristik tempat yang sarat budaya adalah tempat yang memiliki nilai sejarah, bernilai seni dan tradisi, bernilai kepurbakalaan, memiliki nilai komunitas dan kerakyatan, serta suasana yang artistik. Tempat dengan karakter kuliner adalah tempat yang menyediakan makanan yang enak dan khas serta suasana yang khas. Karakter tempat yang terakhir adalah popularitas, yaitu tempat yang terkenal, dapat dinikmati oleh seluruh keluarga serta menyediakan objek wisata yang beragam.

Tabel 6. Variabel Laten pada Kategori Karakteristik Tempat

	lingkungan alami	budaya	kuliner	popularitas
Pemandangannya indah	0.8309	0.1355	0.0753	0.2711
Udaranya sejuk	0.7727	0.0257	0.0144	0.1753
Suasananya menarik	0.7680	0.2264	0.1603	0.1686
Suasananya nyaman	0.7598	0.1749	0.2111	0.0473
Alamnya bagus	0.7468	0.1544	0.1542	0.1593
Bernuansa alam	0.7028	-0.0634	0.1184	0.3615
Terdapat suasana pedesaan yang kental	0.6919	0.2734	0.2067	0.1508
Suasananya khas	0.6217	0.2230	0.5700	-0.1557
Tempatnya bagus untuk mengambil foto	0.5557	0.1851	0.0468	0.5165
Memiliki hubungan sejarah dengan Yogyakarta	0.0836	0.9052	0.0631	0.1339
Sarat dengan seni dan tradisi	0.1688	0.8914	0.1824	0.0470
Memiliki bangunan cagar budaya	0.0526	0.8641	0.1260	0.0767
Terdapat desa wisata dan desa budaya	0.2616	0.7605	0.2317	0.1650
Suasananya artistik	0.3721	0.4974	0.4054	-0.0418
Makanannya enak	0.1773	0.2227	0.8211	0.1358
Makanannya khas	0.1802	0.3455	0.7548	0.1551
Jaraknya dekat dari tempat tinggal saya	-0.0116	-0.0306	0.5734	0.4712
Memiliki persawahan yang menarik	0.3210	0.3552	0.3583	0.2374
Popularitasnya sedang meningkat	0.1881	0.0937	0.3133	0.7166
<i>Family friendly</i> (dapat dinikmati seluruh keluarga)	0.4159	0.1602	0.0333	0.6904
Objek wisatanya beragam	0.4754	0.2058	0.0661	0.5180

Sumber: Hasil Analisis, 2018

Dibanding dengan karakteristik tempat yang telah disebutkan pada literatur, karakteristik tempat yang ditemukan di Imogiri jumlahnya lebih sedikit dan spesifik. Karakteristik terkait keberadaan atraksi berupa lingkungan alami juga disebutkan pada hampir seluruh literatur. Karakteristik lingkungan yang sarat budaya disebutkan oleh Cahyadi (2009), Uysal dan Hagan, serta Suwena & Widyatmaja (2017). Popularitas serta keberadaan kuliner juga disebutkan oleh Uysal dan Hagan (dalam Sahara, 2016) sebagai faktor karakteristik tempat yang menarik wisatawan untuk berkunjung. Keberadaan sarana penunjang, aksesibilitas serta fasilitas rekreasi yang banyak dijelaskan pada literatur terdahulu tidak muncul pada hasil temuan. Ini dapat menjadi masukan bagi kawasan Imogiri untuk dapat meningkatkan fasilitas sarana prasarana penunjang.

Tabel 7. Perbandingan Karakteristik Tempat dalam Literatur dan Hasil Penelitian

Suwantoro (2001) dalam Soleh (2017)	Cahyadi (2009)	Uysal Hagan dalam Sahara (2016)	Suwena & Widyatmaja (2017)	Cooper dalam suwena (2017)	Karakteristik Tempat (Hasil Penelitian)
Indah Nyaman		Atraksi alam dan sejarah	<i>Marine Tourism</i>	Atraksi	Lingkungan alami
	Pengalaman budaya Edukatif Aspek lokal	Masyarakat	<i>Cultural tourism</i> <i>Social Tourism</i>		Budaya
		Citra Kuliner			Populer Kuliner
Sarana prasarana penunjang Akses mudah		Fasilitas rekreasi		Pelayanan tambahan Fasilitas Aksesibilitas	-
			<i>Recuperational tourism</i> <i>Sport Tourism</i> <i>Political Tourism</i> <i>Commercial Tourism</i>		

Sumber: Hasil Analisis, 2018

Kategori Wisata di Imogiri

Setelah mengetahui faktor-faktor dari motivasi wisata, kegiatan wisata dan karakteristik tempat wisata. Maka selanjutnya penelitian ini melihat korelasi dari ketiga *variable* tersebut

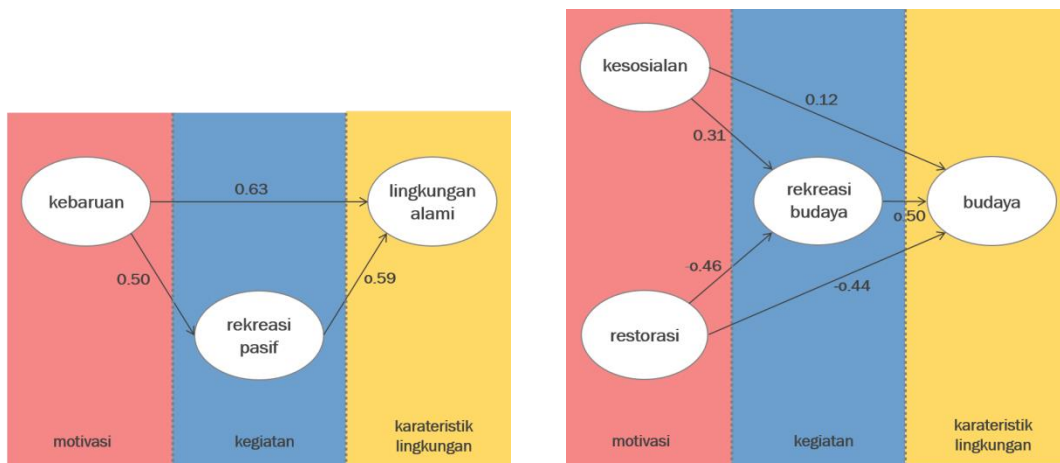
Tabel 8. Analisis Korelasi Multivariate antara Motivasi, Kegiatan dan Karakteristik Tempat Wisata

	lingku ngan alami	budaya	kuliner	popular itas	rekreasi aktif	rekreasi budaya	rekreasi pasif	rekreasi sosial	rekreasi edukasi	kencan
kebaruan	0,63	0,25	-0,03	0,10	0,03	0,15	0,50	-0,09	0,11	-0,06
restorasi	0,18	-0,44	-0,11	0,12	0,19	-0,46	0,06	0,04	-0,04	0,37
kesosialan	-0,03	0,12	0,13	0,11	0,21	0,31	-0,01	0,05	0,14	0,15
aktualisasi	-0,10	0,20	-0,01	-0,08	0,01	0,22	0,00	0,05	0,14	-0,02
rekreasi aktif	0,16	-0,06	-0,01	-0,07						
rekreasi budaya	0,01	0,50	0,08	-0,14						
rekreasi pasif	0,59	0,10	0,21	0,28						
rekreasi sosial	-0,19	0,08	0,26	0,12						
rekreasi edukasi	0,05	0,18	0,13	-0,20						
kencan	0,08	-0,32	-0,02	0,15						

Sumber: Hasil Analisis, 2018

Hasil analisis menunjukkan beberapa variable memiliki korelasi yang signifikan. Nilai yang mendekati 1 mengindikasikan hubungan yang sangat sempurna. Berdasarkan hasil korelasi tersebut ditemukan bahwa kegiatan wisata di Imogiri memiliki kecenderungan sebagai berikut;

1. Wisatawan dengan motivasi mencari kebaruan akan melakukan kegiatan rekreasi pasif dan mencari tempat dengan karakteristik lingkungan alami
2. Wisatawan dengan motivasi restorasi tidak tertarik untuk melakukan kegiatan rekreasi budaya dan cenderung menghindari tempat dengan karakteristik budaya
3. Wisatawan dengan motivasi kesosialan akan melakukan kegiatan rekreasi budaya di tempat yang memiliki karakteristik budaya
4. Wisatawan melakukan kegiatan rekreasi pasif pada tempat dengan karakteristik lingkungan alami
5. Wisatawan yang datang untuk kegiatan kencana umumnya memiliki motivasi untuk restorasi dan cenderung tidak mendatangi tempat dengan karakteristik budaya



Gambar 2. Skema Hubungan antar Tiga Variabel yang Bernilai Signifikan
Sumber: Hasil Analisis, 2018

Hubungan korelasi tersebut membentuk dua kelompok tipe perjalanan di Kawasan Imogiri, yaitu *Wisata Rekreasi Alam* dan *Wisata Rekreasi Budaya*. *Wisata Rekreasi Alam* adalah kategori wisata yang umumnya dilakukan dengan latar belakang untuk mencari kebaruan. Motivasi ini meliputi keinginan untuk melihat hal baru, menambah pengalaman, mencari suasana yang menyenangkan, melakukan interaksi social, serta menuruti rasa penasaran. Kegiatan yang dilakukan pada jenis wisata ini adalah rekreasi pasif, yaitu kegiatan yang tidak merangsang motorik wisatawan dan lebih ke arah kontemplasi dan bersosialisasi. Kegiatan ini antara lain adalah menikmati lingkungan, berkumpul bersama keluarga/teman serta mendokumentasikan kegiatan. Karena kegiatan utamanya adalah menikmati lingkungan maka karakteristik tempat yang didatangi adalah tempat dengan karakteristik lingkungan alami. Karakteristik tempat lingkungan alami menawarkan pemandangan yang indah, udara sejuk, suasana nyaman, alam yang bagus, ada suasana pedesaan serta menarik untuk diabadikan.

Kategori wisata kedua yang muncul dari korelasi antara variabel motivasi, kegiatan dan karakteristik tempat adalah *Wisata Rekreasi Budaya*. Kategori perjalanan wisata ini dilandasi oleh motivasi kesosialan yang merupakan dorongan untuk meningkatkan status sosial, melihat tempat yang kondisinya lebih baik dari tempat tinggal sendiri, menyaksikan gaya hidup masyarakat, serta melakukan aktualisasi diri. Dengan latar belakang motivasi kesosialan, wisatawan memiliki kecenderungan untuk melakukan kegiatan rekreasi budaya seperti belajar sejarah, melihat falsafah hidup masyarakat, melihat koleksi museum, serta melihat elemen arsitektur. Tempat yang menjadi pilihan wisatawan untuk kategori wisata rekreasi budaya adalah tempat dengan karakteristik budaya, yaitu tempat yang memiliki nilai sejarah, sarat seni dan tradisi, memiliki aset cagar budaya, memiliki desa wisata dan desa budaya, serta memiliki suasana yang artistik.

Tabel 9. Kategori Perjalanan Wisata di Imogiri

Kategori Wisata	Motivasi	Kegiatan	Karakteristik Tempat
Rekreasi Alam	Kebaruan - Melihat hal baru - Menambah pengalaman - Mencari suasana yang menyenangkan - Interaksi sosial - Penasaran	Rekreasi Pasif - Menikmati lingkungan alami - Berkumpul bersama keluarga/teman - Berfoto	Lingkungan Alami - Pemandangannya indah - Udaranya sejuk - Suasananya nyaman - Alamnya bagus - Terdapat suasana pedesaan yang kental - Bagus untuk berfoto
Rekreasi Budaya	Kesosialan - Meningkatkan status sosial - Melihat tempat yang lebih baik - Menyaksikan gaya hidup masyarakat - Bentuk aktualisasi diri	Rekreasi Budaya - Belajar sejarah - Melihat falsafah hidup masyarakat - Menikmati budaya - Melihat koleksi museum - Melihat elemen arsitektur	Budaya - Bersejarah - Sarat seni & tradisi - Terdapat cagar budaya - Terdapat desa wisata & budaya - Suasana artistik

Sumber: Hasil Analisis, 2018

Kesimpulan

Terdapat empat kategori motivasi yang melatarbelakangi perjalanan ke Kawasan Imogiri yaitu motivasi *Kebaruan, Restorasi, Kesosialan dan Aktualisasi*. Kategori kegiatan yang dilakukan pengunjung saat mendatangi Imogiri adalah rekreasi aktif, rekreasi budaya, rekreasi pasif, rekreasi sosial, rekreasi edukasi dan kencana. Karakteristik tempat yang membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung adalah lingkungan alami, lingkungan yang sarat budaya, tempat yang memiliki kuliner serta tempat yang populer.

Hubungan korelasi antar ketiga variabel tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua kategori perjalanan yang ada di Imogiri, yaitu *Wisata Rekreasi Alam* dan *Wisata Rekreasi Budaya*. Pada jenis wisata rekreasi alam, wisatawan datang dengan

Hubungan Motivasi, Kegiatan dan Karakter Tempat Wisata pada Pusaka Saujana Imogiri Yogyakarta motivasi mencari kebaruan dan memiliki kecenderungan untuk melakukan kegiatan rekreasi pasif pada tempat dengan karakteristik lingkungan alami. Sedangkan pada jenis wisata rekreasi budaya, wisatawan datang dengan motivasi kesosialan dan memilih untuk melakukan aktivitas budaya di tempat dengan karakteristik budaya yang tinggi. Temuan tersebut sejalan dengan status Kawasan Imogiri sebagai kawasan Suajana, yaitu kawasan yang memiliki perpaduan potensi alam dan budaya.

Daftar Pustaka

- Bryant, F. B., & Yarnold, P. R. (2001). Principal Components Analysis and Exploratory and Confirmatory Factor Analysis. In L. G. Grimm, & P. R. Yarnold, *Understanding Multivariate Statistics* (pp. 99-136). Washington: American Psychological Association.
- Cahyadi, R. (2009). *Pariwisata Pusaka: Masa Depan bagi Kita, Alam dan Warisan Budaya Bersama*. Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata RI.
- Creswell, J. W. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approach*. California: Sage Publication, Inc.
- Crompton, J. L. (1979). Motivation for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 408-424.
- DIY, D. A. (2016). *Rencana Terpadu dan Jangka Menengah Kawasan Strategis Keistimewaan 2016*. Yogyakarta: ATR/BPN DIY.
- Groat, L., & Wang, D. (2002). *Architectural Research Methods*. New York: Routledge.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2016). *Consumer Behaviour in Tourism*. New York: Routledge.
- Kumar, R. (2005). *Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners*. California: Sage Publication.
- McIntosh, R. W., Ritchie, B., & Goeldner, C. (1999). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New York: John Wiley and Sons Ltd.
- Sahara, F. N. (2016). Analisis Motivasi Berkunjung Wisatawan dan Tingkat Pengetahuan Wisatawan tentang Produk Industri Kreatif Sektor Kerajinan (Studi pada Wisatawan Domestik di Kota Batu, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisni (JAB) Vol.35 No. 2*, 146-154.

- Sayangbatti, D. P., & Baiquni, M. (2013). Motivasi dan Persepsi Wisatawan tentang Daya Tarik Destinasi terhadap Minat Kunjungan Kembali di Kota Wisata Batu. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 126-136.
- Simkova, E., & Holzner, J. (2014). Motivation of Tourism Participants. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 159, 660 – 664.
- Sites, J. P. (2003). *Piagam Pelestarian Pusaka Indonesia "Merayakan Keberagaman"*. Ciloto: JPPI & ICOMOS.
- Soleh, H. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Air Terjun Aek Martua di Desa Tangun Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau. *Jom FISIP Volume 4* , 1-12.
- Statistik, K. P. (2016). *Statistik Profil Wisatawan Nusantara Tahun 2016*. Jakarta: Kementerian Pariwisata.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Tazkia, F. O., & Hayati, B. (2012). Analisis Permintaan Objek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget, Kabupaten Wonosobo dengan Pendekatan Travel Cost. *Diponegoro Journal of Economic*, 1-10.

Profil Penulis

Fitria Puspita Rani, S.T., mahasiswa magister Rancang Kota ITB. Menyelesaikan program S1 Arsitektur pada tahun 2012 di Universitas Gadjah Mada. Memperoleh pengalaman di dunia praktek dengan bekerja di konsultan arsitektur dan interior di Yogyakarta, serta pengalaman di dunia akademik dengan bekerja sebagai asisten peneliti di Center for Heritage Conservation UGM. Minat penulis meliputi penelitian dan perancangan pada kawasan cagar budaya dan perancangan ruang publik (place-making).

Dr. Eng. Hanson Endra Kusuma, S.T., M.Eng, lektor kepala di Sekolah Arsitektur, Perencanaan, dan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung. bidang penelitian tentang hubungan antara lingkungan dan penggunaannya, dalam lingkungan nyata (reality) atau lingkungan semi-nyata (augmented reality). Topik penelitian tentang preferensi, sense of place, interaksi sosial, mood, quality of life, dan happiness.

Angela Christysonia Tampubolon, S.T., M.T., dosen Program Studi Arsitektur di Universitas Kristen Petra Surabaya. Menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) di Program Studi Arsitektur – Universitas Sumatra Utara pada tahun 2013. Kemudian menyelesaikan pendidikan Magister (S2) di Program Studi Arsitektur – Institut Teknologi Bandung tahun 2017. Topik penelitian yang menjadi minat yaitu arsitektur dan perilaku serta analisis data kuantitatif.