

# MOTIVASI KUNJUNGAN WISATAWAN PADA EVENT WISATA BAKAR TONGKANG DI KABUPATEN ROKAN HILIR PROPINSI RIAU

By : Muhammad Rozali  
Conselor I. Dra. Syofia Achnes, M. Si  
Conselor II. Firdaus Yusrizal, SST, MM. Par  
Email: [ozhaali@gmail.com](mailto:ozhaali@gmail.com)  
Contact Person: +6285230721513

## *Abstract*

*The aim of this research, (1) To find out what the motive of tourists visit the Bakar Tongkang event in Rokan Hilir, Riau Province. (2) To determine what factors motivating the tourists on Bakar Tongkang event in Rokan Hilir, Riau Province.*

*The method used in this research is descriptive method. which aims to describe systematically the facts or characteristics of specific populations and specific areas factually and accurately. This research describes an event, do not explain the relationship, do not examine hypotheses or make predictions "(Rakhmat, 1999: 24)". The population in this research were all the tourists who had visited Bakar Tongkang event in Rokan Hilir, Riau Province. Sampling method that is used in this research is accidental sampling technique, the authors took a sample size of 50 respondents. Measurement scale used in this research is Likert scale. Data analysis techniques used by descriptive methods, namely by describing or explaining in detail about the issues that will be examined based on the data obtained from research reports were compiled and arranged according to their respective groups.*

*From the research results can be obtained that the motives of tourists visit the Bakar Tongkang event was 48.8% the needs of physiological , 55% of social needs, 75.2% of the prestige, security needs 77.2%, and 82.2% the needs of travelers actualization. It can be concluded that 82.2% of travelers self-actualization needs is the highest and 48.8% of the travelers physiological needs is the lowest one. And the factors driving tourists on Bakar Tongkang event can be concluded that 85.44% is the needs of tourist attraction of the tourists and 66.7% is the rating of the need facilities of the tourist.*

*Keyword : Motivation, Motive and supporter factor.*

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sektor pariwisata pada saat ini merupakan sumber penerimaan negara yang paling diandalkan setelah penerimaan negara dari sektor minyak bumi dan gas alam merosot. Sehubungan dengan hal ini upaya peningkatan pembangunan sektor pariwisata sangat diperlukan. Sebagaimana yang tercantum dalam GBHN dinyatakan mengembangkan dan mendayagunakan sumber dan potensi kepariwisataan nasional menjadi kegiatan yang diandalkan untuk memperbesar penerimaan devisa, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan

lapangan kerja terutama bagi masyarakat setempat, mendorong pembangunan daerah, dan memperkenalkan alam budaya bangsa. (Waluyo, 1994/1995;9)

Fenomena pariwisata di Indonesia diawali pada tahun 1988 yang ditandai dengan tema tahun kunjungan seni dan budaya. Melalui program ini wisatawan dipicu untuk datang guna menyaksikan seni dan budaya yang ada di Indonesia. Kepada wisatawan disuguhkan berbagai seni dan budaya dari berbagai suku bangsa yang ada di bumi Indonesia. Kunjungan wisatawan makin digalakkan dengan adanya program Tahun Kunjungan Indonesia 1991 (*Visit Indonesian Year 1991*). Berbagai motif kunjungan selain wisata seni dan budaya seperti wisata sejarah, alam, bahari, dan konvensi ditawarkan kepada wisatawan mancanegara sehingga mereka termotivasi untuk datang ke Indonesia. (Kementerian Budpar, 2001: 25).

Windu Nuryati sebagai Sekretaris *Jenderal Forum International for Culture and Tourism* mengatakan bahwa yang menjadi sumber dari segala motivasi perjalanan wisata dilakukan oleh seseorang maupun kelompok adalah menikmati kekayaan seni budaya suatu bangsa. (Koran Media Indonesia, Selasa 13 Januari 1988). Hal ini sesuai dengan keadaan yang ada bahwa kekayaan seni dan budaya dari ratusan suku bangsa (etnis) di Indonesia sangat beragam sehingga memberikan pilihan kepada wisatawan domestik dan mancanegara untuk mengunjungi seni dan budaya suku bangsa tertentu. Sesungguhnya di bumi Indonesia tidak hanya seni dan budaya yang menarik perhatian wisatawan untuk datang, namun juga mengagumi kekayaan alam. Angka statistik dan hasil penelitian wisata budaya (WTTC, WTO) menunjukkan bahwa pada dekade 1980-an posisi prioritas motif kunjungan wisatawan adalah mengagumi kekayaan alam (52 %), mengagumi dan memahami sejarah dan seni budaya (45%), dan melihat tempat-tempat baru (3%). (Syamsurizal, 1997: 62).

Wisatawan akan melakukan perjalanan wisata bila terdapat hubungan antara motif melakukan wisata dengan daerah yang dituju. Motif wisata ini ada dalam diri setiap wisatawan yang tidak dapat diketahui secara pasti oleh orang lain namun hanya dapat diduga. Motif wisata berdasarkan hasil survey adalah sebagai berikut (Soekadijo, 1996) :

1. Motif fisik, motif yang berhubungan dengan badaniah, seperti olahraga, istirahat, kesehatan, dan sebagainya.
2. Motif budaya, yang diperhatikan disini adalah yang bersifat budaya, atraksinya berupa pemandangan alam, flora atau fauna. Wisatawan datang untuk mempelajari atau sekedar untuk mengenal atau memahami tata cara dan kebudayaan bangsa atau daerah lain.
3. Motif interpersonal, berkaitan dengan keinginan untuk bertemu dengan keluarga, teman, tetangga atau berjumpa atau sekedar dapat melihat tokoh-tokoh terkenal.
4. Motif status atau motif prestise, hanya ingin mendapat pengakuan oleh orang lain karena adanya semacam anggapan bahwa mereka yang telah berkunjung ke tempat-tempat tertentu mempunyai kedudukan setingkat lebih tinggi daripada orang lain.

Motif yang berbeda dari wisatawan-wisatawan yang datang pada suatu tempat ini tidak mengurangi tuntutan mereka, yaitu adanya atraksi wisata yang komplementer, maksudnya sesuai dengan motif mengadakan wisata, memiliki daya tarik, dan disediakannya fasilitas-fasilitas untuk memenuhi kebutuhan hidup wisatawan selama ia dalam perjalanan (hotel, restoran, tempat belanja dan lainnya mendukung mereka dalam berwisata), juga dalam hal ini perlu diperhatikan mengenai transferabilitas, yaitu kondisi dan sarana untuk bergerak dari tempat kediamannya ke tempat tujuan wisata. Perlu diupayakan pula oleh perusahaan pariwisata maupun oleh pemerintah tentang fasilitas hotel di tempat-tempat wisata sebagai upaya untuk memberikan kenyamanan kepada para wisatawan.

Perkembangan studi kepariwisataan dan banyak literature serta riset mengenai motivasi perjalanan memfokuskan pada kesenangan melakukan perjalanan. Sementara permintaan industri kepariwisataan sendiri berasal dari motivasi wisatawan sama seperti pemasaran, ciri-ciri tujuan wisata, dan faktor-faktor kontingensi seperti uang, kesehatan dan waktu yang berhubungan dengan perilaku memilih wisatawan (Morrison, 1989). Sebagaimana diketahui bahwa salah satu motif orang melakukan perjalanan wisata adalah mendapatkan kontribusi yang sesuai dengan apa yang telah di korbankan (uang, waktu dan pekerjaan) guna mematuhi kebutuhan rileksnya saat berwisata.

Wajar rasanya bila motivasi wisatawan dipelajari kaitannya dengan permintaan industri kepariwisataan. Mengelola motivasi merupakan proses pengenalan dan penyediaan kebutuhan wisatawan pada penawaran dalam industri pariwisata yang akan dicapai. Rencana untuk memotivasi wisatawan tidak akan berhasil kecuali hal itu merupakan bagian dari skema komprehensif terpadu dan terkini dalam rencana kerja yang matang. Bila sasarannya adalah untuk kompetisi dan mencapai produk dan jasa pariwisata yang sangat berkualitas, tentu hal ini adalah sangat mendasar. Demikian tampak jelas bahwa masalah motivasi menjadi urgen karena pada akhirnya akan menentukan naik turunnya penawaran dalam industri pariwisata.

Kunjungan yang di maksudkan adalah tidak hanya dalam rangka 'berlibur' seperti pengertian yang jamak kita pahami dalam pariwisata. Kunjungan tersebut dapat juga diartikan sebagai kunjungan bisnis, official, keluarga yang bila diterjemahkan dalam bahasa ekonomi tentu menjadi potensi pemasukan bagi daerah secara umum. Berbagai bentuk kunjungan tersebut pada dasarnya dapat di manfaatkan untuk kepentingan pariwisata. Setiap pengunjung apapun yang menjadi tujuannya pada dasarnya akan memerlukan akomodasi, transportasi, konsumsi, dan kebutuhan lain. Pengelola usaha wisata dapat melakukan perbaikan produk dan jasa untuk kepentingan ini.

Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan trigger dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini sering tidak disadari oleh wisatawan itu sendiri (Sharpley, dalam Wahab, 1997). Analisis mengenai motivasi semakin penting kalau dikaitkan dengan pariwisata sebagai fenomena masyarakat modern, dimana perilaku masyarakat dipengaruhi oleh berbagai motivasi yang terjalin secara sangat kompleks, bukan hanya untuk survival sebagaimana motivasi perjalanan masyarakat sederhana.

Selain itu motivasi juga merupakan faktor penting bagi calon wisatawan yang didalam mengambil keputusan mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Calon wisata akan mempersepsi daerah tujuan wisata yang memungkinkan, di mana persepsi ini di hasilkan oleh preferensi individual, pengalaman sebelumnya, dan informasi yang di dapatkannya. Motivasi perjalanan wisata mengalami perubahan, sejalan dengan perkembangan pariwisata itu sendiri.

Kabupaten Rokan Hilir memiliki banyak objek wisata, dari sekian banyak, Objek wisata yang sangat terkenal dan sering di kunjungi oleh wisatawan yaitu wisata Ritual Bakar tongkang Event tahunan ini. Karena objek wisata bakar tongkang merupakan suatu objek wisata yang di adakan cuma setahun sekali, dan event tahunan ini hanya ada satu-satunya di Indonesia yaitu tepatnya di Kabupaten Rokan Hilir Kota Bagan Siapiapi Propinsi Riau, dengan demikian banyak wisatawan yang mengunjungi objek wisata Bakar Tongkang. Karena Wisata bakar Tongkang tidak dimiliki oleh Provinsi - provinsi lain yang ada di Indonesia, oleh sebab itu dengan adanya event tahunan ini banyak wisatawan yang termotivasi ingin mengunjungi dan menyaksikan secara langsung atraksi wisata bakar tongkang baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Dengan demikian banyak Orang-orang yang datang ke kota Bagan siapiapi pada

acara berlangsung tidak hanya berasal dari desa-desa atau nelayan disekitar bagan siapiapi, tapi juga datang dari kota-kota besar di Indonesia seperti Medan, Pekanbaru, Jakarta, Surabaya, dan lain sebagainya. Bahkan banyak pula yang datang dari manca Negara seperti Malaysia, Singapura, Hongkong, dan Taiwan. Maka dengan demikian penulis merasa ingin tahu apa yang menjadi kebutuhan wisatawan mengunjungi event wisata Ritual Bakar Tongkang tersebut.

Melihat dari potensi yang ada, maka Ritual Bakar Tongkang ini mempunyai daya tarik yang sangat besar, oleh karena itulah upacara bakar tongkang ini dikembangkan dan dikemas menjadi suatu event wisata andalan bagi Pemerintah Kabupaten Rokan Hilir yang masuk dalam proposal Visit Indoensia Year 2008 ini, juga masuk Agenda Visit Riau 2009. Karena semakin bertambahnya motivasi kunjungan wisatawan khususnya wisatawan mancanegara yang datang ke Kabupaten Rokan Hilir dari tahun ke tahun, Maka semakin meningkat juga jumlah pendapatan masyarakat didaerah tersebut. Terjadinya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan kekabupaten Rokan Hilir oleh wisatawan mancanegara dapat di lihat pada tabel 1.1 yang menunjukkan tentang jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Rokan Hilir Propinsi Riau dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2011.

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Tahun 2007 - 2011

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah Wisatawan
2007	430	8.275	8.705
2008	865	11.238	12.103
2009	970	10.923	11.893
2010	1.898	9.574	11.472
2011	2.015	10.358	12.373

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Rokan hilir 2012

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, terjadinya peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke daerah Kabupaten Rokan Hilir Propinsi Riau untuk menyaksikan dan mengunjungi daya tarik event wisata Bakar Tongkang, membuat peneliti merasa tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui faktor apa yang menjadi motivasi kunjungan wisatawan pada event wisata bakar tongkang di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. Karena alasan itu penulis membuat judul penelitian ini adalah “*Motivasi Kunjungan Wisatawan Pada Event Wisata Bakar Tongkang di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau*”.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka dapat di kemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

“ Bagaimanakah motivasi kunjungan wisatawan pada event wisata Bakar Tongkang di Kabupaten Rokan Hilir Propinsi Riau”.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui apa yang menjadi motif kunjungan wisatawan pada event wisata Bakar Tongkang di Kabupaten Rokan Hilir Propinsi Riau.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor pendorong motivasi kunjungan wisatawan pada event wisata Bakar Tongkang di Kabupaten Rokan Hilir Propinsi Riau.

## 1.4 Tinjauan Teori

### 1.4.1 Motivasi Wisatawan

Pariwisata merupakan gejala dari pergerakan manusia secara temporer dan spontan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Gejala - gejala tersebut mendorong dan menumbuhkan kegiatan-kegiatan dalam bidang konsumsi dan produksi barang - barang dan jasa yang di perlukan oleh wisatawan. Timbulnya keinginan wisatawan tersebut, karena pengaruh kondisi dan sifat - sifat lingkungan dimana wisatwan tersebut berada. Kebutuhan dan keinginan ini kadang - kadang sangat mendalam. Misalnya keinginan untuk mendapatkan pengalaman baru, keinginan untuk melepaskan diri dari kekangan - kekangan dan lain-lain.

Faktor - faktor fisik lingkungan biasanya mempengaruhi langsung sikap dari wisatawan dan menumbuhkan motivasi tertentu. Motivasi ini merupakan dasar penyebab dari timbulnya kegiatan wisatwan yang sering disebut dengan motif yakni motif perjalanan.

Motivasi berasal dari kata motif seringkali di artikan dengan istilah pengaruh-motivasi terhadap timbulnya perilaku Pengaruh Motivasi terhadap Timbulnya Perilaku "\_dorongan\_". Dorongan atau tenaga tersebut merupakan gerak jiwa dan jasmani untuk berbuat. Jadi motif tersebut merupakan suatu driving force yang menggerakkan manusia untuk bertingkah-laku, dan di dalam perbuatannya itu mempunyai tujuan tertentu. Setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia selalu di mulai dengan motivasi (niat).

Pitana dan Putu (2005 : 58) Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan dorongan dari proses perjalanan wisata.

McDonald (dalam Soemanto, 1987) mendefinisikan motivasi sebagai perubahan tenaga di dalam diri seseorang yang ditandai oleh dorongan efektif dan reaksi - reaksi mencapai tujuan. Motivasi merupakan masalah kompleks dalam organisasi, karena kebutuhan dan keinginan setiap anggota organisasi berbeda satu dengan yang lainnya.

Sedangkan menurut Mitchell (dalam Winardi, 2002) motivasi mewakili proses - proses psikologikal, yang menyebabkan timbulnya, di arahkannya, dan terjadinya persistensi kegiatan - kegiatan sukarela (volunter) yang di arahkan ketujuan tertentu. Hal ini berbeda karena setiap anggota suatu organisasi adalah unik secara biologis maupun psikologis, dan berkembang atas dasar proses belajar yang berbeda pula (Suprihanto dkk, 2003).

Di jelaskan bahwa motif menunjukkan suatu dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang yang menyebabkan orang tersebut mau bertindak melakukan sesuatu. Sedangkan motivasi adalah " pendorongan" suatu usaha yang disadari untuk mempengaruhi tingkah laku seseorang agar ia tergerak hatinya untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu.

Jadi *motivasi wisatawan* adalah dorongan dalam diri seorang wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata guna memenuhi kebutuhannya, baik kebutuhan secara biologis, atau keinginan secara psikologis.

Kajian mengenai motivasi wisatawan mengalami pergeseran dari memandang motivasi sebagai proses singkat untuk melihat perilaku perjalanan wisata, kearah yang lebih menekankan bagaimana motivasi mempengaruhi kebutuhan psikologis dan rencana jangka panjang seseorang.

Motivasi seseorang melakukan perjalanan wisata sangat bervariasi, dan motivasi tersebut tidak selalu bersifat tunggal, melainkan kombinasi dari berbagai motivasi. Apapun motivasi seseorang melakukan perjalanan, maka bagi seseorang wisatawan, perjalanan tersebut akan mempunyai beberapa manfaat atau akibat seperti dibawah ini :

1. *Travel is recuperation and regeneration* (perjalanan wisata merupakan wahana penyegaran dan regenerasi fisik dan mental).
2. *Travel is compensation and social integration* (perjalanan wisata merupakan kompensasi terhadap berbagai hal yang melelahkan, sekaligus juga berfungsi sebagai wahana integrasi sosial bagi mereka yang dirumahnya teralienasi).
3. *Travel is escape* (perjalanan wisata merupakan 'pelarian' dari situasi keseharian yang penuh ketegangan, rutinitas yang menjemukan, atau kejenuhan - kejenuhan karena beban kerja).
4. *Travel is communication* (perjalanan wisata merupakan mekanisme bagi seseorang untuk dapat mengeluarkan perasaannya, melalui komunikasi dengan orang lain, termasuk dengan masyarakat lokal).
5. *Travel broadens the mind* (perjalanan wisata merupakan wahana untuk mengembangkan wawasan).
6. *Travel is freedom and self determination* (perjalanan wisata merupakan wahana untuk mendapatkan kebebasan dengan berbagai ritual, atau pun dengan berbagai 'inversi' yang dapat dilakukan).
7. *Travel is realization* (perjalanan wisata merupakan wahana untuk realisasi diri).
8. *Travel is happiness* (perjalanan wisata memang merupakan sesuatu yang menyenangkan, membuat hidup lebih dewasa).

Motivasi perjalanan seorang wisatawan dipengaruhi oleh beberapa faktor intrinsik dan ekstrinsik. Motivasi perjalanan seorang wisatawan itu sendiri (intrinsic motivation) dan faktor eksternal (extrinsic motivation).

- *Intrinsic motivation*, terbentuk karena adanya kebutuhan atau keinginan manusia itu sendiri meliputi kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan prestise, dan kebutuhan akan aktualisasi diri.
- *Extrinsic motivation*, terbentuk karena dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti norma sosial, pengaruh atau tekanan keluarga dan situasi kerja.

Secara intrinsik, motivasi terbentuk karena adanya kebutuhan atau keinginan dari manusia itu sendiri, sesuai dengan teori **Abraham Maslow** atau sering disebut dengan hirarki kebutuhan. Abraham Maslow menyebutkan bahwa kebutuhan tiap manusia tumbuh secara progresif, yaitu ketika kebutuhan tingkat rendah terpenuhi maka individu bersangkutan mencari kebutuhan berikutnya yang lebih tinggi lagi sampai yang tertinggi. Setiap orang dipandang tidak pernah puas hanya dengan satu atau beberapa kebutuhan saja.

Konsep Maslow menemukan bahwa motivasi kebutuhan perjalanan seorang wisatawan bisa berubah ubah dari waktu ke waktu dalam suatu proses yang dinamis, mulai dari kebutuhan yang paling terendah sampai yang tertinggi, kebutuhan itu meliputi :

#### 1. Kebutuhan fisiologis

Pada dasarnya, manusia harus memenuhi kebutuhan fisiologisnya untuk dapat bertahan hidup. manusia harus memenuhi kebutuhan makanan, tidur, minum, seks, dan hal-hal lainnya yang berhubungan dengan fisik badan. Bila kebutuhan dasar ini belum terpenuhi, maka manusia akan mengalami kesulitan untuk berfungsi secara normal. Misalnya: seseorang mengalami

kesulitan untuk mendapatkan makanan, sehingga ia menderita kelaparan, maka ia tidak akan mungkin mampu untuk memikirkan kebutuhan akan keamanannya ataupun kebutuhan aktualisasi diri. Logika sederhananya: bagaimana seseorang dapat memikirkan prestasi atau aktualisasi diri, bila dirinya terus menerus dihantui rasa ketakutan akan kelaparan.

## 2. Kebutuhan keamanan

Manusia membutuhkan rasa keamanan dalam dirinya. Baik keamanan secara harfiah (keamanan dari perampok, orang jahat, dan lain-lain), maupun keamanan secara finansial ataupun hal lainnya. Dengan memenuhi kebutuhan keamanan tersebut, dapat dipastikan bahwa kebutuhan manusia dapat berlanjut ke tahap berikutnya, yaitu kebutuhan kasih sayang dan sosial.

## 3. Kebutuhan sosial

Setelah memenuhi 2 kebutuhan yang bersifat individu, kini manusia menapaki kebutuhan untuk diterima secara sosial. Emosi menjadi “pemain” utama dalam hirarki ketiga ini. Perasaan menyenangkan yang dimiliki pada saat kita memiliki sahabat, seseorang untuk berbagi cerita, hubungan dekat dengan keluarga adalah tujuan utama dari memenuhi kebutuhan sosial ini.

## 4. Kebutuhan prestise

Kebutuhan prestise merupakan kebutuhan wisatawan akan gengsi, kebutuhan akan harga diri serta martabat wisatawan itu sendiri. Banyak orang beranggapan bahwa orang yang pernah mengunjungi tempat wisata, dengan sendirinya melebihi sesamanya yang tidak pernah berpergian. Orang yang pernah mengunjungi daerah-daerah lain dianggap atau merasa dengan sendirinya naik gengsinya ataupun telah naik statusnya.

## 5. Kebutuhan akan aktualisasi diri

Kebutuhan akan aktualisasi diri merupakan kebutuhan yang paling tinggi dari setiap orang. Aktualisasi diri pribadi melibatkan sesuatu yang benar bagi sifat alami seseorang. Ini berarti bagi setiap wisatawan, mereka akan tahu siapa diri wisatawan itu sendiri dan dengan menggunakan bakat mereka sepenuhnya. Jika wisatawan datang untuk bersenang-senang berarti mereka telah membebaskan diri dari kebutuhan tingkat lebih rendah ketingkat yang lebih tinggi. Aktualisasi merupakan tujuan akhir dari kegiatan perjalanan mereka.

Artinya menurut Maslow, setiap individu baru akan melakukan pekerjaan terbaiknya jika semua kebutuhannya terpenuhi, sebaliknya seseorang tidak akan berespon positif untuk mengerjakan yang terbaik ketika dirinya merasa terancam atau tidak di hargai walaupun kebutuhan fisiknya sudah terpenuhi.

## **BAB II**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **2.1. Desain Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Jalaludin Rakhmat dalam bukunya “metode penelitian komunikasi” metode deskriptif yaitu “bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu dan bidang tertentu secara faktual dan cermat. Penelitian ini hanya memaparkan suatu peristiwa, tidak menjelaskan hubungan, tidak meneliti hipotesis atau membuat prediksi “(Rakhmat. 1999:24)”. Penelitian ini tujuannya untuk menguraikan motivasi wisatawan Bakar Tongkang yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan akan aktualisasi diri yaitu kebutuhannya akan kepuasan diri dan mewujudkan kemampuan wisatawan tersebut.

## **2.2. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Adapun penelitian ini di laksanakan di Kabupaten Rokan Hilir Propinsi Riau, Rencana waktu penelitian ini akan di laksanakan selama dua bulan yaitu bulan April 2013 sampai dengan bulan Mei 2013.

## **2.3. Populasi dan Sampel**

### **2.3.1. Populasi**

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari subjek-subjek yang karakteristiknya akan diduga, Sugiono (2008 : 117) mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah mengunjungi event wisata Bakar Tongkang di Kabupaten Rokan Hilir Propinsi Riau.

### **2.3.2. Sampel**

Menurut Sugiyono (2006), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *Accidental sampling* (sampling kebetulan), yaitu suatu teknik untuk menentukan sampel secara kebetulan atau dijumpai, atau siapa saja sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dengan keterbatasan biaya, waktu dan tenaga dimana dalam penelitian ini penulis mengambil jumlah sampel sebanyak 50 responden.

## **2.4. Jenis dan Sumber Data**

### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang di peroleh dari hasil pengamatan langsung di lapangan baik melalui wawanancara maupun observasi dan data lainnya yang di anggap berkaitan dengan penelitian yang berguna sebagai melengkapi data. Dalam penelitian ini penulis mewawancarai pengunjung yang terkait dengan motivasi kunjungan wisatawan pada event wisata Bakar Tongkang di Kabupaten Rokan Hilir Propinsi Riau dan melakukan observasi langsung kelapangan menyaksikan event wisata Bakar Tongkang di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.

### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang di dapat dari internet yang berhubungan dengan penelitian ini, serta dari instansi terkait seperti buku - buku, dinas pariwisata dan instansi lain yang terkait berupa kajian literatur - literatur, publikasi, laporan - laporan dan lain sebagainya yang relevan atau sesuai dengan penelitian ini.

## **2.5. Alat Kumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut :

- a. Observasi, Yaitu melakukan kunjungan langsung terhadap berbagai kegiatan yang ada kaitannya dengan penelitian ini di lokasi penelitian guna mendapatkan data keterangan sesuai dengan kenyataan dan kebenaran yang di teliti.



- b. Wawancara ( Interview ), Wawancara merupakan pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden, dimana jawaban - jawaban responden di catat atau di rekam (Hasan, 2002:85).
- c. Dokumentasi, Metode ini berkaitan dengan objek dan subjek penelitian melalui pencatatan dokumen - dokumen dari pihak - pihak yang terkait.
- d. Angket ( Quesioner ), Merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang di gunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Merupakan salah satu cara untuk mendapatkan serta mengumpulkan data primer di lokasi penelitian.

## 2.6. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala Likert. Skala likert digunakan secara luas yang mengharuskan responden untuk menunjukkan derajat setuju atau tidak setuju kepada setiap statemen yang berkaitan dengan objek yang dinilai. Selanjutnya dalam prosedur skala Likert menentukan skor atas setiap pertanyaan dalam kuesioner yang disebarakan, Bentuk asal skala Likert memiliki lima kategori.

Apabila dibuatkan dalam rangking, maka susunannya akan dimulai dari sangat setuju sampai kepada sangat tidak setuju. Lima kategori penilaian dimana masing-masing pertanyaan responden diberi nilai sebagai berikut:

Sangat setuju	= 5
Setuju	= 4
Kurang setuju	= 3
Tidak setuju	= 2
Sangat tidak setuju	= 1

## 2.7. Tehnik dan Analisis Data

Untuk menelaah permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini maka penulis melakukan analisis data yang di pergunakan dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu dengan cara menggambarkan atau menjelaskan secara terperinci mengenai masalah yang akan diteliti berdasarkan data-data yang diperoleh dari laporan penelitian di kumpulkan dan disusun menurut kelompok masing-masing. Untuk mengetahui gambaran motivasi dengan cara sebagai berikut:

- Mencari total jumlah nilai jawaban responden untuk setiap indikator.
- Mencari nilai ideal untuk setiap indikator dengan cara :  
Jumlah responden × jumlah pertanyaan × skor nilai tertinggi
- Membagi total nilai jawaban responden dengan nilai ideal setiap indikator

$$\frac{\text{Total jawaban}}{\text{Nilai ideal}} \times 100 \%$$

## BAB III

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Gambaran Umum Kabupaten Rokan Hilir

Kabupaten Rokan Hilir adalah sebuah kabupaten di Propinsi Riau, Indonesia. Ibukotanya terletak di Bagansiapiapi, kota terbesar, bersejarah, dan pernah dikenal sebagai penghasil ikan terbesar di Indonesia. Kabupaten ini sebelumnya termasuk ke dalam Kabupaten Bengkalis.

Pusat pemerintahan kabupaten berada di tengah-tengah kota Bagansiapiapi, tepatnya di Jalan Merdeka No 58. Kabupaten ini mempunyai luas sebesar 8.941 km<sup>2</sup> dan penduduk sejumlah 349.771 jiwa, Rokan Hilir terbagi dalam 14 kecamatan dan 83 desa. Kabupaten Rokan Hilir memiliki luas wilayah 8.881,59 km<sup>2</sup> atau 888.159 ha, terletak pada koordinat 101'21 BT. Kabupaten Rokan Hilir berbatasan dengan:

- 1) Sebelah Utara : Berbatasan dengan Selat Malaka.
- 2) Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Kabupaten Rokan Hulu dan Kabupaten Bengkalis.
- 3) Sebelah Barat : Berbatasan dengan Provinsi Sumatera Utara.
- 4) Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kota Dumai.

Kondisi wilayah Kabupaten Rokan Hilir terdiri beberapa sungai dan pulau. Sungai Rokan merupakan sungai terbesar yang melintas sejauh 350 km dari muaranya di Rokan Hilir hingga ke Hulunya di Rokan Hulu. Sebagai sungai terbesar, Sungai Rokan memainkan peranan penting sebagai lalu lintas penduduk dan sumber ekonomi masyarakat. Sungai-sungai lainnya adalah Sungai Kubu, Sungai Daun, Sungai Bangko, Sungai Sinaboi, Sungai Mesjid, Sungai Siakap, Sungai Ular dan Lainnya. Sebagian besar wilayah Kabupaten Rokan Hilir terdiri dari dataran rendah dan rawa-rawa, terutama di sepanjang Sungai Rokan hingga ke Muaranya. Wilayah ini memiliki tanah yang sangat subur dan menjadi lahan persawahan padi terkemuka di Provinsi Riau. Perekonomian masyarakat Rokan Hilir sangat didominasi oleh sektor pertanian, perkebunan, dan perikanan, terutama perkebunan sawit, karet dan nelayan yang menjadi pendapatan utama daerah ini.

Masyarakat Rokan Hilir memiliki budaya toleransi yang sangat tinggi, begitu juga dengan seni budaya seperti seni gambus, rebana, gondang, zikir, dan ritual kegiatan lainnya tetap bernuansa islam yang diikat dalam sebuah kebudayaan melayu.

#### 3.2. Gambaran Umum Objek Wisata Bakar Tongkang

##### A. Sejarah Singkat Objek Wisata Bakar Tongkang

Kabupaten Rokan Hilir masih merupakan salah satu Kabupaten belia di Propinsi Riau, Hasil pemekaran dari kabupaten Bengkalis. Sungguhpun demikian, Kabupaten ini sudah terkenal ke manca negara, tidak hanya sebgai penghasil ikan terbesar di dunia. Setelah Peru, tetapi juga karena memiliki beranekaragaman objek wisata. Salah satunya adalah event wisata upacara Bakar Tongkang, yang diminati wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

Upacara Bakar Tongkang adalah upacara pemujaan Dewa laut atau Dewa Kie Ong Yo yang menguasai lautan oleh masyarakat keturunan Tionghoa di Bagan Siapiapi, upacara ini di sebut Go Ge Cap Lak, yang berdiri tanggal 15,16 bulan 5 penanggalan imlek. Bagi masyarakat keturunan Tionghoa di Bagan Siapiapi, upacara bakar Tongkang ini di selenggarakan setiap tahun dan sudah berlangsung sejak 128 tahun yang silam. Upacara ini sudah menjadi kebiasaan masyarakat Tionghoa di Bagan Siapiapi setiap tahunnya berdasarkan penanggalan imlek yang di

selenggarakan secara meriah, dimana selain melakukan ritual kepercayaan juga di selingi berbagai hiburan seperti Barongsai, musik - musik tradisional, opera, hingga pertunjukan musik modern dengan menampilkan artis - artis dalam dan luar negeri, sehingga keramaian berlangsung selama tiga hari sampai upacara selesai saat pembakaran tongkang.

Pada saat itu masyarakat Tionghoa melakukan rangkaian lainnya yang mereka yakini telah memberikan kemakmuran dan keselamatan bagi masyarakat Bagan Siapiapi. Beberapa sumber menyebutkan bahwa upacara Bakar Tongkang adalah upacara tradisi ritual pemujaan untuk memperingati hari ulang tahun Dewa laut atau Dewa Kie Ong Ya yang memiliki ciri khas tersendiri dan tidak di temui di tempat lain di Indonesia. Ritual upacara Bakar Tongkang merupakan kisah perjuangan pahit masyarakat keturunan Tionghoa untuk mencari tempat yang layak dan kemudian berakhir di Bagandi kenal sebagai Kapitan. Tugas Kapitan adalah memungut pajak seperti cukai ikan, candu dan lain sebagainya, namun tugas Kapitan - Kapitan berikutnya oleh Sultan boleh di pilih dari masyarakat lingkungan Tionghoa sendiri.

Pemerintah Hindia, Belanda pun tidak ketinggalan, mereka segera membangun kantor pabean di bagan Siapiapi tahun 1901. Tiga tahun kemudian Belanda memindahkan pemerintahan kontelir ke bagan Siapiapi yang semula berada di Tanah Putih. Perkembangan Bagan Siapiapi semakin pesat hingga perang dunia pertama bagan Siapiapi di kenal sebagai kota penghasil ikan terbesar di dunia setelah Peru. Pada saat itu Belanda maupun Masyarakat setempat membangun berbagai fasilitas umum yang dapat mendukung layaknya sebuah kota modern antar lain sekolah - sekolah, rumah sakit, pelabuhan, penjara, unit pengolahan air bersih, telepon, pembangkit listrik dan sebagainya.

### **3.3. Motivasi Kunjungan Wisatawan Pada Event Wisata Bakar Tongkang**

Objek wisata Bakar Tongkang merupakan objek wisata yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Bakar Tongkang ini memiliki tujuan masing-masing seperti melepaskan rasa kebosanan dari pekerjaan, menikmati atraksi-atraksi wisata dan lain sebagainya. Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Bakar Tongkang dapat dilihat pada waktu acara ritual event wisata ini berlangsung, dengan menikmati segala atraksi-atraksi wisata yang telah disediakan oleh pihak pengelola objek wisata, Dengan tujuan menarik wisatawan untuk mengunjungi objek wisata bakar tongkang. Secara tidak langsung wisatawan akan termotivasi untuk mengunjungi objek wisata bakar tongkang.

#### **3.3.1. Motif Wisatawan**

Motif merupakan keinginan dan hasrat manusia, dan sebagai pendorong untuk berbuat sesuatu, dan disamping sebagai upaya memenuhi kebutuhan, motif juga memegang peranan sangat penting dalam kehidupan manusia. Begitu juga halnya dengan wisatawan yang mengunjungi objek wisata bakar tongkang yang mempunyai motif ingin memenuhi segala kebutuhannya dari tingkat yang lebih rendah ketingkat yang lebih tinggi. Kebutuhan itu meliputi:

- a. Kebutuhan Fisiologis
- b. Kebutuhan Sosial
- c. Kebutuhan Keamanan
- d. Kebutuhan Prestise
- e. Kebutuhan akan aktualisasi diri

Tabel 3.1  
 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Motif Kunjungan Wisatawan Pada Event  
 Wisata Bakar Tongkang

No	Motif Wisatawan	Sub-indikator	Kategori Jawaban					Jumlah	Persentase (%)
			SS	S	KS	TS	STS		
X1	Kebutuhan Fisiologis	Makan dan minum	22	23	5	-	-	50	48,8 %
		Menghirup udara segar	-	-	9	19	22		
		Istirahat	-	-	9	19	22		
		Kebutuhan fisiologis lainnya	-	-	12	23	15		
X2	Kebutuhan Sosial	Kebutuhan akan kasih sayang	-	13	20	14	3	50	55 %
		Kebutuhan ingin dihargai antar sesama individu / kelompok	-	10	16	20	4		
X3	Kebutuhan Prestise	Kebutuhan akan harga diri	11	20	14	5	-	50	75,2 %
		Kebutuhan akan kepercayaan	14	20	14	2	-		
		Kebutuhan akan martabat	10	18	15	7	-		
X4	Kebutuhan Keamanan	Rasa aman dari berbagai ancaman atau tindak Kejahatan	13	20	14	3	-	50	77,2 %
X5	Kebutuhan akan Aktualisasi diri	Kebutuhan akan kepuasan	20	25	5	-	-	50	82,2 %
		Kebutuhan akan mewujudkan kemampuan /keinginan	13	23	11	3	-		

Sumber: Data olahan penelitian lapangan

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 48,8 % kebutuhan fisiologis wisatawan yang telah terpenuhi, 55 % kebutuhan sosial wisatawan yang telah terpenuhi, 75,2 % kebutuhan prestise wisatawan yang telah terpenuhi, 77,2 % kebutuhan keamanan wisatawan yang telah terpenuhi, dan 82,2 % kebutuhan akan aktualisasi diri wisatawan yang telah terpenuhi. Hal ini terlihat jelas dari tanggapan responden yang menyatakan kebutuhan akan aktualisasi diri dengan persentase 82,2 % paling tertinggi dan mereka menyatakan setuju bila kebutuhan akan aktualisasi diri mereka telah terpenuhi dengan sangat baik selama mereka mengunjungi objek wisata Bakar Tongkang. Sedangkan selebihnya kebutuhan mereka masih belum terpenuhi dengan sebaik-baiknya, Pada variabel ini kecendrungan yang didapat lebih cendrung mengarah pada tidak terpenuhinya kebutuhan fisiologis wisatawan.

### 3.3.2. Faktor Pendorong Wisatawan

Faktor Pendorong Wisatawan terbentuk karena dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal (faktor luar) yang menimbulkan keinginan untuk mengunjungi objek wisata. Faktor Pendorong Wisatawan dalam mengunjungi objek wisata Bakar Tongkang adalah karena adanya sesuatu yang mendorong wisatawan tersebut untuk mengunjungi objek wisata Bakar Tongkang. Faktor Pendorong Wisatawan meliputi:

- a. Daya Tarik Wisata

b. Fasilitas objek wisata

Tabel 3.2  
 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Faktor Pendorong Kunjungan Wisatawan  
 Pada Event Wisata Bakar Tongkang

No	Faktor Pendorong Wisatawan	Sub-indikator	Kriteria Jawaban					Jumlah	Persentase (%)
			SS	S	KS	TS	STS		
X7	Fasilitas Objek Wisata	Persembahan masyarakat tionghoa kepada dewa-dewa sebelum tongkang dibakar.	21	24	5	-	-	50	85,44 %
		Opera,tari-tari barongsai dan tari-tari khas keturunan tionghoa.	28	22	-	-	-		
		Pacu sampan kotak.	15	25	7	2	1		
		Pertunjukan musik modern lainnya.	24	23	3	-	-		
		Menikmati atraksi wisata yang memuaskan.	15	23	9	3	-		
X8	Daya Tarik Wisata	Kursi tempat menyaksikan ritual bakar tongkang.	-	3	18	21	8	50	66.7 %
		Rumah makan dan toilet.	18	24	8	-	-		
		Penginapan dan outlet- outlet yang menyediakan berbagai kerajinan khas masyarakat.	15	23	5	5	2		
		Tempat yang memberikan kepuasan tersendiri bagi wisatawan.	15	8	6	9	2		

Sumber: Data olahan penelitian lapangan

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 85,44 % kebutuhan wisatawan akan daya tarik wisata yang telah terpenuhi, dan 66,7 % kebutuhan wisatawan akan fasilitas wisata yang telah terpenuhi. Hal ini terlihat jelas dari tanggapan responden yang menyatakan kebutuhannya akan daya tarik wisata dengan persentase 85,44 % paling tertinggi dan mereka menyatakan sangat setuju dan setuju bila kebutuhannya akan daya tarik wisata telah terpenuhi dengan sangat baik selama mereka mengunjungi objek wisata Bakar Tongkang. Sedangkan untuk fasilitas objek wisata kebutuhan mereka masih belum terpenuhi dengan sebaik-baiknya, Pada variabel ini kecendrungan yang didapat lebih mengarah pada tidak terpenuhinya kebutuhan wisatawan akan fasilitas objek wisata.

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan, diantaranya:

1. Motif Wisatawan merupakan dorongan dari dalam diri manusia yang memaksa manusia untuk bertindak. Motif wisatawan juga merupakan perwujudan konkrit dari keinginan-keinginan yang harus dipenuhi oleh wisatawan. Dari hasil penelitian dapat diperoleh bahwa motif kunjungan wisatawan pada event wisata Bakar Tongkang adalah 48,8 % kebutuhan fisiologis wisatawan, 55 % kebutuhan sosial, 75,2 % kebutuhan prestise, 77,2 % kebutuhan keamanan, dan 82,2 % kebutuhan akan aktualisasi diri wisatawan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 82,2 % kebutuhan akan aktualisasi diri wisatawan yang paling tertinggi dan 48,8 % kebutuhan wisatawan yang paling terendah yaitu kebutuhan fisiologisnya. Dan mereka ingin memenuhi kebutuhan akan aktualisasi dirinya, yaitu berupa kebutuhan yang paling tinggi dari setiap orang yang harus dipenuhi selama mereka mengunjungi objek wisata Bakar Tongkang di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. Kebutuhan akan aktualisasi diri mereka meliputi kebutuhan untuk bersenang-senang, membebaskan diri dari situasi pekerjaan yang sangat menjenuhkan, dan kebutuhan aktualisasi diri lainnya.
2. Faktor pendorong wisatawan merupakan dorongan atau disebabkan oleh kondisi lingkungan yang memaksa mereka untuk melakukan perjalanan yang tujuannya untuk mengunjungi objek wisata. Dari hasil penelitian dapat diperoleh faktor pendorong kunjungan wisatawan pada event wisata Bakar Tongkang adalah 85,44 % kebutuhan wisatawan akan daya tarik wisata dan 66,7 % kebutuhan wisatawan akan fasilitas wisata. Dan dapat disimpulkan bahwa 85,44% kebutuhan wisatawan akan daya tarik wisata yang paling tertinggi dan mereka termotivasi untuk mengunjungi objek wisata Bakar Tongkang karena daya tarik wisata yang unik, dan merupakan suatu objek wisata yang cuma diadakan setahun sekali, dan dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi mereka, Selain sebagai tempat refreshing objek wisata Bakar Tongkang dapat dijadikan sebagai tempat menyaksikan atraksi budaya-budaya masyarakat tionghoa di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. Oleh sebab itu mereka termotivasi untuk mengunjungi objek wisata Bakar Tongkang.

#### 1.2. Saran

Berdasarkan dari analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pemerintah Kabupaten Rokan Hilir khususnya pengelola objek wisata harus mampu mempertahankan tingginya kunjungan wisatawan pada objek wisata Bakar Tongkang, dengan cara menambah fasilitas dan sarana wisata agar wisatawan tetap termotivasi untuk mengunjungi objek wisata Bakar Tongkang di Kabupaten Rokan Hilir.
2. Upaya pemerintah dalam mempromosikan objek wisata Bakar Tongkang melalui media internet ataupun media komunikasi lainnya seperti surat kabar, brosur, radio maupun televisi harus lebih ditingkatkan, karena itu merupakan sarana yang sangat tepat terutama bagi wisatawan mancanegara.
3. Objek wisata Bakar Tongkang di Bagan Siapiapi Kabupaten Rokan Hilir diharapkan dapat mempertahankan posisi bersaingnya dalam menarik potensi pasar wisatawan, dengan mempertahankan segala potensi wisata yang dimiliki oleh objek wisata Bakar Tongkang agar

wisatawan termotivasi untuk melakukan perjalanan wisata ke objek wisata Bakar Tongkang ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Kebudayaan & Pariwisata. 2012, *Data Jumlah Wisatawan Yang Berkunjung ke Event Wisata Bakar Tongkang*. Kabupaten Rokan Hilir.
- Gamal, Suwanto, 1997. *Dasar-dasar Pariwisata*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Gafur, Juliafitri Dj. 2008. “ *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Wisatawan Mancanegara dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Kulit Motif Wayang (Tatah Sungging)* Skripsi”. Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada.
- Kusmayadi dan Endar Sugiarto, 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kusnul Dwinyu Transmitati, 2004. “ *Motivasi Wisatawan Dalam Mengunjungi Objek Wisata Air Panas Suaman (Pawan) di pasir pengaraian Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan hulu*”. Universitas Riau.
- Mulyadi, 2004. “*Motivasi Wisatawan Dalam Mengunjungi Objek Wisata Air terjun Sipisopiso*”. Sumatra utara. Stipar
- Murphy, PE, 1985, *Tourism : A Community Approach*. London. Routletge.
- Nazir, 1999. *Metode penelitian*, Cetakan Keempat. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Oka A Yoeti, 1992. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa Offset Bandung.
- Pendit, S Nyoman. 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. PT. Pradnya Paramita. Jakarta.
- Purnamawati, Ati. 2001. *Minat Wisatawan Terhadap Obyek Wisata dan Daya Tarik Wisata dikota Bandung*. Semarang Undip.
- Rakhmat, Jalaludin, 1995, *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Rismayanti, 2004. “*Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Terhadap Penerimaan Retribusi Daerah Obyek Wisata Kabupaten Karo (Skripsi)*” Universitas Sumatra Utara.
- , 2009. Undang-Undang No 10 Tentang Kepariwisata.
- Spillane, J James. 1987. *Ekonomi Pariwisata sejarah dan Prospeknya*. Kanisius. Yogyakarta.
- Spillane, J James. 1994. *Pariwisata Indonesian Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Kanisius. Yogyakarta.
- Yoeti, Oka A.1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata* PT. Angkasa Bandung.
- Yulia, Endah Sukma Purnamasari. 2011. “*Analisis Pengaruh Bauran pemasaran Terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berlibur di kota Semarang (Skripsi)*”. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Wahab, Salah. 1996, *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta. Pradya Paramitha.