

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Sejarah Wisata

Istilah atau kata turis atau dalam bahasa Inggris *tourist* pertama kali muncul dalam kamus Inggris pada tahun 1800 sedangkan kata pariwisata atau *tourism* dalam bahasa Inggris muncul pada tahun 1811 dan sampai sekitar 150 tahun setelah itu pariwisata atau turis belum dapat menarik perhatian dari ahli-ahli sejarah, maka sejarah dari turis dan pariwisata pun masih tersamarkan (Enzensberger, 1996).

Sejarah awal wisata yang penulis temukan berawal di Inggris dengan perjalanan wisata yang bernama *Grand Tour* (Gartner, 1996). *Grand Tour* (GT) merupakan sekolah terakhir (*finishing school*) untuk anak-anak kalangan bangsawan Inggris. Tujuan GT adalah pengenalan atau pembukaan dari atraksi kebudayaan di Eropa daratan, berbeda dengan tujuan utama perjalanan yang sering dilakukan pada masa tersebut (berdagang dan berziarah). Peserta GT didampingi oleh mentor dan penjaga dan diharapkan tidak hanya untuk mengobservasi seni, literatur, musik, ilmu, dan keunggulan budaya Eropa, tetapi juga kembali pulang dengan penambahan kemampuan untuk menggunakan pengetahuan yang mereka dapat selama perjalanan. Dengan berjalannya waktu GT pun berubah dari tujuan belajar dan pendidikan untuk anak-anak muda menjadi murni untuk bersenang-senang bagi semua usia. Sejarah lain tentang wisata adalah perjalanan John Murray sekitar tahun 1836 (Enzensberger, 1996) yang didokumentasikan dalam sebuah buku berjudul "Red Book". Buku tersebut memberikan penjelasan mengenai pemandangan di Belanda, Belgia dan Rhineland, juga merekomendasikan tempat-tempat yang indah dan rute-rute romantis. Fokus buku tersebut menceritakan pengalaman dalam menikmati perjalanan dan tempat-tempat yang disinggahi, dan bukan hanya tentang bepergian ke suatu tempat dengan tujuan komersial (berdagang) ataupun tujuan lain seperti berperang atau menyebarkan agama yang banyak dilakukan oleh negara, kerajaan, atau individu pada awal abad 19.

Tokoh lain dalam sejarah pariwisata dunia adalah Thomas Cook (1841), ia mengatur perjalanan antara Loughborough dan Leicester untuk anggota-anggota klubnya yang bernama Teetotalers. Empat tahun setelahnya ia mendirikan sebuah agen wisata, yang selama tiga dekade menjadi agen wisata yang mendunia (Enzensberger, 1996). Thomas Cook mengorganisir perjalanan wisata untuk kesenangan turis, menjadwalkan perjalanan, menyewa kamar hotel, memberikan program tertulis bagaimana membuat

partisipan menikmati wisata, sampai memberikan sambutan “selamat datang” kepada para wisatawan dengan suara drum dan meriam.

Membicarakan sejarah pariwisata juga tidak lengkap tanpa membicarakan sejarah perhotelan. Karena hotel menurut penulis merupakan fasilitas standar yang menjadi salah satu tolak ukur kenyamanan dalam berwisata. Hotel modern pertama yang melayani turis bernama Badische Hof di Baden pada awal abad 19 (Enzensberger, 1996). Hotel tersebut mirip dengan hotel pada masa sekarang dengan berbagai pembagian tugas dan pekerjaan seperti manajer, portir, pelayan, pelayan elevator, dan lain-lain. Hotel lain yang juga bersejarah diantaranya Grand Hotel (1850) di Paris, Hotel Ritz (1880) di Amerika. Hotel-hotel tersebut memberikan pelayanan untuk penghuninya bak seorang raja, dan memang pada awalnya banyak penghuni hotel tersebut adalah kaum bangsawan dan aristokrat yang menginginkan pelayanan yang mewah. Tak heran orang yang menggunakan fasilitas hotel sebagai penginapan mendapatkan status sosial yang tinggi (dan menjadi salah satu tujuan mereka untuk dilihat sebagai golongan “kelas atas”).

Penjelasan sejarah wisata di atas memberikan sedikit gambaran perkembangan pariwisata yang awalnya hanya sebagai perjalanan ataupun pendidikan kemudian berubah menjadi wisata murni untuk kesenangan bahkan bagi sebagian orang pariwisata dilihat sebagai salah satu lahan bisnis yang sangat menggiurkan. Perkembangan dunia wisata di berbagai negara pun semakin pesat, di Indonesia sendiri pariwisata sudah menjadi penyumbang devisa terbesar kedua.

2.2. Definisi wisata.

Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia, yang mengacu pada International Union of Office Travel Organization (IUOTO) dan World Tourism Organization (WTO), mendefinisikan wisatawan sebagai seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan ke sebuah atau beberapa negara di luar tempat tinggal biasanya atau keluar dari lingkungan tempat tinggalnya untuk periode kurang dari 12 (dua belas) bulan dan memiliki tujuan untuk melakukan berbagai aktivitas wisata (Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2006).

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata (Pendit, 1999)

Cohen (1974) menyebutkan karakteristik perjalanan wisata sebagai:

1. Bersifat sementara
2. Secara sukarela
3. *Round trip*, orang yang melakukan perjalanan ini akan kembali ke tempat tinggal mereka
4. Perjalanan yang dilakukan relatif panjang
5. Tidak berulang-ulang (*non recurrent*)
6. Tidak berkaitan dengan pekerjaan (*non instrumental*)
7. Untuk sesuatu yang baru dan perubahan (*novelty and change*)

The United States National Tourism resources Review Commision (1973), memberikan definisi spasial dari wisatawan domestik. Seseorang dianggap sebagai wisatawan domestik jika jarak yang ditempuh minimal 50 mil (80,4672 kilometer). Perjalanan yang dilakukan tidak termasuk perjalanan menuju dan dari kantor. U.S. Travel Data Center (1989) menyebutkan jarak sejauh 100 mil (160,9344 kilometer) atau lebih (Gartner, 1996).

Pada dasarnya wisatawan dibagi menjadi dua macam (Cooper, Fletcher, Gilbert, & Wanhill, 1993), yaitu:

1. Wisatawan domestik atau nusantara, orang-orang yang melakukan kegiatan wisata di negara mereka sendiri
2. Wisatawan internasional atau asing, orang-orang yang melakukan kegiatan wisata keluar dari negara mereka

Pada penelitian ini definisi wisatawan yang digunakan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata dimana mereka pergi dari lingkungan tempat tinggalnya untuk sementara waktu (lebih dari 24 jam kurang dari 1 tahun) dengan tujuan untuk menikmati daya tarik wisata dimana mereka mengeluarkan uang dan tidak melakukan kegiatan mencari nafkah di tempat tersebut dengan jarak dari tempat tinggal minimal 160 km dan atau waktu perjalanan yang dibutuhkan untuk

pulang pergi lebih dari setengah hari (12 jam) dan mereka termasuk dalam kategori wisatawan domestik/ nusantara

2.3. *Backpacker*

2.3.1. Sejarah *backpacker* atau *backpacking*

Sejarah *backpacking* lebih jauh ditelusuri dimulai pada abad 17, yaitu perjalanan *Grand Tour Grand Tour* pada abad 17 dan 18 menitikberatkan pada perjalanan dengan tema pendidikan, pembentukan karakter dan membuat individu lebih berbudaya, untuk meningkatkan status sosial (Buddhabhumbhitak, 2008). Perjalanan yang dilakukan merupakan bentuk perjalanan bebas yang dilakukan pria-pria Eropa usia muda selama satu atau dua tahun untuk mengelilingi Eropa. Di sisi lain beberapa sumber menyebutkan *tramping* (perjalanan yang berhubungan dengan pencarian pekerjaan atau mempelajari cara berdagang pada kelas pekerja di Eropa) juga dianggap sebagai awal dari *backpacking* (Buddhabhumbhitak, 2008). Setelah era tersebut catatan perjalanan yang mungkin serupa dengan *backpacking* seolah-olah tenggelam.

Fenomena yang serupa dengan *backpacking* muncul kembali di sekitar tahun 1970-an, namun pada tahun-tahun tersebut fenomena ini masih belum berkembang dan belum banyak dilakukan penelitian. Pada tahun-tahun ini orang-orang yang melakukan perjalanan wisata dengan karakteristik serupa dengan para *backpacker* disebut oleh Cohen (2003) sebagai *drifter* (wisatawan yang mencari tempat-tempat dan orang-orang yang benar-benar asli dan belum tersentuh oleh kebudayaan modern dan mengambil pengalaman dari perjalanan mereka tersebut) dan *drifter* merupakan bagian dari wisatawan non-institusional (Cohen, 1972 dalam Uriely, Yonay, dan Simchai, 2002). Karakteristik *drifter* ini disebutkan Cohen (1972) dalam O'Reilly (2006), yaitu: tidak termasuk dalam industri pariwisata, tidak mempunyai jadwal rencana perjalanan yang tetap, melakukan perjalanan dengan dana yang minim, dan mau menghadapi berbagai resiko yang mungkin datang dalam perjalanan –semua karakteristik tersebut menjadi aspek yang penting dalam *backpacking* sekarang. Penelitian mengenai fenomena yang juga mungkin serupa dengan *backpacking* mulai ada sekitar tahun 1980 walaupun belum terlalu banyak dipublikasikan, dan akhirnya fenomena tersebut berkembang

kembali (lebih pesat) di tahun 1990 sampai sekarang (Cohen, 2003). Dampak yang sangat luas pada ekonomi negara maju dan berkembang menjadi salah satu penyebab berkembangnya *backpacker* pada tahun 1990-an (Markward, 2008)

Backpacking dalam beberapa penelitian dihubungkan dengan pergerakan yang dilakukan orang-orang dengan usia muda (Buddhabhumbhitak, 2008). Pergerakan tersebut antara lain, di Jerman terdapat kelompok kaum muda yang disebut dengan '*Wander Vogel*'. Mereka berjalan menyusuri pedesaan untuk tujuan rekreasi, tinggal beberapa malam di sekolah terdekat yang satu rute dengan perjalanan mereka (Pearce, 1990). Kelompok lain yang melakukan kegiatan yang serupa adalah kelompok *hippie* yang merupakan orang-orang muda yang meninggalkan pendidikan mereka dan pergi merasakan pengalaman di dunia dengan melakukan perjalanan tanpa tujuan (Schlossman, 2002). Berkaitan dengan pergerakan kaum muda ini pada tahun 1909, dengan tujuan mengakomodasi orang-orang muda yang sedang dalam perjalanan bebas ataupun perjalanan wisata, Richard Schirrmann mendirikan Youth Hostel pertama di Jerman (Hostelling International, 2007).

Wisata *backpacking* pun semakin berkembang dan banyak dilakukan, walaupun ternyata beberapa negara seolah-olah mengucilkan mereka, seperti negara Maldives (Lyon 1997 dalam Scheyvens, 2002), Bhutan (hanya mengakui wisata-wisata paket, disebutkan Wood and House 1991 dalam Scheyvens, 2002) dan Thailand (untuk Thailand baru beberapa tahun terakhir menerima kedatangan *backpacker* setelah menyadari bahwa *backpacker* memberikan kontribusi pada ekonomi masyarakat lokal, disebutkan Gluckman, 2000 dalam Scheyvens, 2002). Sementara, dinas-dinas resmi pariwisata dan industri pariwisata beberapa negara menggambarkan *backpacker* sebagai pengeksploitasi dari industri lokal pariwisata dengan mencari tempat-tempat dan barang-barang yang murah (Scheyvens, 2002). Tetapi pernyataan terakhir tersebut disanggah oleh banyak penelitian yang menegaskan bahwa para *backpacker* justru memberikan keuntungan secara ekonomis dan sosial kepada penduduk lokal dengan membeli hasil kerajinan tangan mereka, membeli berbagai kebutuhan pada penduduk lokal, menyewa penginapan-penginapan yang dikelola penduduk sekitar, berinteraksi lebih intensif

dengan penduduk lokal (sementara agen wisata paket ataupun peserta wisata paket itu sendiri membatasinya) (Murphy, 2001; Muzaini, 2006; Scheyvens, 2002).

2.3.2. Backpacker

Istilah *backpacking* atau *backpacker* saat ini sudah tidak asing lagi, *backpacking* muncul sebagai salah satu alternatif cara melakukan perjalanan wisata dan sekarang menjadi semacam trend yang mendunia, termasuk di Indonesia. Tidaklah mengherankan jika para *backpacker* mudah ditemukan di setiap sudut bumi, dari perkampungan yang sangat terpencil di Hindu Kush sampai pusat kota London dan Paris (Richards dan Wilson, 2004 dalam Hannam dan Ateljevic, 2008). Di Indonesia sendiri terdapat sebuah komunitas *backpacker* yang diawali dengan dibuatnya *mailing-list* pada tahun 2004 dan masih aktif dan berkembang hingga saat ini. Dengan *mailing-list*, anggota komunitas *backpacker* Indonesia dapat berkomunikasi dan berbagi informasi melalui dunia maya (*internet*). Bahkan sekarang anggota komunitas *backpacker* yang ada di *mailing list* sudah mencapai 8941 orang dari berbagai latar belakang budaya, pendidikan, sosial ekonomi, dan lain-lain. *Backpacker* sendiri adalah sebuah istilah yang menggambarkan seseorang yang melakukan perjalanan wisata dengan membawa berbagai barang-barang kebutuhan selama perjalanan wisata dalam sebuah tas punggung (Buddhabhumbhitak, 2008)

Maoz (2007) dalam penelitiannya tentang motivasi *backpacker* memberikan definisi *backpacker* sebagai wisatawan mandiri yang berkunjung ke banyak tempat tujuan wisata dan mempunyai rencana perjalanan yang fleksibel. Mereka mencari pengalaman dengan mengikuti cara hidup penduduk lokal, berusaha terlihat lokal dan kunci motivasi mereka adalah bertemu banyak orang. Kegiatan rekreasi *backpacker* terfokus pada kegiatan alam, budaya atau petualangan. Mereka mempunyai anggaran yang sangat diperhitungkan penggunaannya (berkaitan dengan relatif panjangnya perjalanan mereka), mencari rute yang tidak biasa dan pengalaman yang autentik. Tidak jauh berbeda dengan Maoz, Loker-Murphy dan Pearce (1995) dalam Murphy (2001) menyebutkan *backpacker* sebagai wisatawan dengan usia muda yang sangat memperhitungkan anggaran perjalanan dengan memilih akomodasi yang tidak mahal,

menitikberatkan pada pertemuan dengan orang lain, secara mandiri mengatur perjalanan yang fleksibel, waktu berwisata lebih lama daripada wisatawan pada umumnya (tujuan wisata yang lebih banyak dan waktu perjalanan yang relatif lebih panjang dari wisata pada umumnya juga disebutkan dalam Haigh, 1995). Dalam pengertian yang lebih sederhana, Riley (1988) dalam Elsrud (2001) menyebutkan *backpacker* sebagai seseorang yang berada jauh dari rumah dalam waktu satu tahun atau lebih, walaupun beberapa *backpacker* mengatakan bahwa mereka melakukan perjalanan dalam waktu yang lebih singkat yaitu antara 6-8 bulan dan memilih akomodasi, makanan, dan tiket dengan pengeluaran yang minim atau sangat diperhitungkan (*budget travelers*). Sementara Pearce (1990) dalam Buddhahumbhitak (2008); Markward (2008) menyebutkan *backpacker* sebagai orang yang melakukan perjalanan wisata dengan anggaran dan akomodasi minim, interaktif secara sosial, melakukan perjalanan secara independen dan fleksibel, berwisata dengan jangka waktu lebih lama dari liburan umum, dan mereka memilih berpartisipasi dalam aktifitas informal. Lebih spesifik disebutkan mereka makan di rumah makan yang murah, menggunakan sarana transportasi umum, dan tidak tinggal di hotel yang mahal (Uriely, Yonay, dan Simchai, 2002).

Usia para *backpacker* lebih banyak antara 18-33 tahun. Biasanya mereka telah menyelesaikan pendidikan dan telah bekerja selama beberapa tahun sebelum melakukan perjalanan (Sørensen, 2003), mempunyai preferensi untuk melakukan jenis wisata dengan anggaran yang ketat, tetapi sebenarnya mereka mempunyai kemampuan untuk membeli paket wisata yang mahal (Pearce, 1990a dalam Niggel dan Benson, 2008). Mereka mempunyai pendidikan yang baik, relatif berada pada ekonomi atas dan melakukan perjalanan wisata untuk menemukan hal-hal baru, bertemu dengan orang baru dan mempelajari hal-hal baru, dan untuk memuaskan keingintahuan mereka (Markward, 2008) meninggalkan kemakmuran dan kekayaan, tetapi tetap dengan intensi untuk kembali pada kehidupan normal mereka (Sørensen, 2003 dalam Maoz, 2007). Banyak dari mereka melakukan yang melakukan *backpacking* sedang berada dalam persimpangan dalam hidup: baru saja lulus, menikah atau bercerai, diantara pekerjaan (Riley, 1988 dalam Sørensen, 2003). Lama perjalanan yang dilakukan pun beragam dari hanya

beberapa minggu, bulan atau terkadang sampai beberapa tahun (Uriely, Yonay dan Simchai, 2002 dalam O'Reilly, 2006).

Banyak *backpacker* yang melakukan perjalanan sendiri atau dengan beberapa orang rekan mereka sesama *backpacker* dan tidak membentuk sebuah kelompok yang bersama dalam jangka waktu yang relatif lama. Mereka bertemu secara spontan dengan *backpacker* lain dalam sebuah tempat yang memang dikhususkan untuk para *backpacker*, disana mereka menambah pertemanan, berbagi pengalaman, dan berbagi tempat (Murphy, 2001 dalam Cohen, 2003; Maoz 2007; Sørensen, 2003). Dari penjelasan tersebut terlihat bahwa mempunyai kelompok pertemanan kecil yang sering berubah menjadi karakteristik mereka (Buchanan dan Rossetto, 1997 dalam Niggel dan Benson, 2008), selain itu saat bertemu dengan *backpacker* lain hal yang sering dibicarakan adalah rute perjalanan dan pengalaman mereka (Murphy, 2001; Noy, 2003 dalam Noy, 2004).

Perbedaan yang sangat tampak antara *backpacker* dengan wisatawan paket adalah mereka mengatur sendiri perjalanan yang mereka lakukan, sedangkan wisatawan paket sudah diatur sedemikian rupa, dan karena kebebasan mengatur perjalanan tersebut mereka dapat melakukan perjalanan diluar rute-rute umum, menemukan tempat baru, dan lebih ramah terhadap lingkungan (Desforges, 1998 dalam Sørensen, 2003; Noy, 2004). Negara-negara asal *backpacker* sangat beragam, namun banyak dari mereka berasal dari Eropa dan Amerika dan sangat sedikit berasal dari Asia (Noy 2004 dan Westerhausen 2002 dalam Teo dan Leong, 2006), walaupun demikian *backpacker* Asia ini sangat memperhatikan harga atau biaya yang mereka keluarkan ketika memilih tempat untuk tinggal (Teo dan Leong, 2006).

Dari berbagai definisi dan penjelasan di atas, maka definisi *backpacker* yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang yang melakukan perjalanan wisata yang secara mandiri mengorganisasikan perjalanan mereka pada sebuah perjalanan panjang dengan banyak tujuan tempat wisata dengan rencana perjalanan yang juga fleksibel, dan mempunyai anggaran terbatas selama kegiatan wisata tersebut. Sebagai tambahan karakteristik dalam penelitian ini adalah

backpacker dengan usia antara 23-50 tahun, sudah bekerja dan telah melakukan *backpacking* paling tidak satu kali.

2.4. Motivasi

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan motivasi (psikologis) adalah usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau kelompok orang tertentu tergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang ingin dikehendakinya. Sedangkan motif merupakan sebab-sebab yang mendorong seseorang untuk berbuat. Motivasi dalam ilmu psikologi dan sosiologi mengacu pada motif emosi dan kognisi (Ajzen dan Fishbein, 1977 dalam Yoon dan Uysal, 2005) atau motif internal dan eksternal (Gnoth, 1997 dalam Yoon dan Uysal, 2005; Petri dan Govern, 2004; Kotler, 1982 dalam Correia, Valle, dan Moço, 2007). Motif internal diasosiasikan dengan dorongan, perasaan, dan insting ataupun sebagai konsep kebutuhan seperti fisiologis, sosial, egosentris, keamanan dan aktualisasi diri, ketika kebutuhan ini aktif, perilaku dilakukan untuk mengurangi kebutuhan tersebut. Beberapa teorisi juga memasukkan kebutuhan sosial dan psikologis dalam kerangka teori mereka (Lewin, 1936, 1938 dalam Petri dan Govern, 2004). Pemuasan akan kebutuhan baik fisiologis ataupun psikologis bisa dilakukan melalui pembelian dan penggunaan produk dan jasa (Berkman, Lindquist, dan Sirgy, 1997 dalam Jiao, 2003; Beerli dan Martín, 2004 dalam Correia, Valle, dan Moço, 2007) atau bisa dikatakan pemuasan kebutuhan berhubungan dengan kebutuhan itu sendiri dan tujuan pribadi (Fodness, 1994). Walaupun terdapat keputusan untuk pemuasan kebutuhan, kepuasan itu sendiri mungkin bergantung pada variabel psikologi lain, tetapi dalam kenyataannya, semua perilaku manusia termotivasi (Crompton, 1979 dalam Correia, Valle, dan Moço, 2007). Sedangkan Motif eksternal meliputi representasi mental seperti pengetahuan dan kepercayaan (Yoon dan Uysal, 2005) dan bahkan promosi (Kotler, 1982 dalam Correia, Valle, dan Moço, 2007).

Secara umum, seperti yang telah disebutkan sebelumnya teori motivasi menyatakan proses dinamis dari faktor internal psikologis (kebutuhan, keinginan dan tujuan). Motivasi didefinisikan dalam pemilihan aktifitas atau tugas yang akan dilakukan, menetapkan tingkat dari usaha yang akan dilakukan, dan

menentukan tingkat ketekunan dari pemenuhan kebutuhan (Prebensen, 2006). Motivasi demikian memiliki arah juga kekuatan (Solomon, 1992 dalam Prebensen, 2006), dan mengarahkan pada perilaku yang bertujuan. Konsep motivasi bukanlah mekanisme nyala-mati (*on-off*) tetapi merupakan aliran yang konstan yang bisa diarahkan dalam berbagai cara (Birch, Atkinson, dan Bongort, 1974 dalam Petri dan Govern, 2004), menjelaskan “kenapa” seorang individu atau kelompok berperilaku atau akan melakukan perilaku (Dann, 1981 dalam Kay, 2003), dan menjelaskan mengapa perilaku tersebut muncul dalam sebuah situasi dan tidak muncul di situasi lain (Petri dan Govern, 2004).

2.4.1. Motivasi Berwisata

Motivasi wisatawan dalam berwisata didefinisikan sebagai jaringan luas yang saling berkesinambungan antara faktor biologis dan budaya yang memberikan nilai dan arah dalam menentukan pilihan wisata, perilaku wisata dan pengalaman wisata yang ingin dirasakan (Pearce, 2005). Crompton (1979) mengatakan bahwa sangat mungkin untuk mendeskripsikan siapa, kapan, dimana, dan bagaimana dalam wisata, tetapi tidak menjawab pertanyaan “kenapa,” yang merupakan pertanyaan yang menarik dari semua perilaku wisatawan. Penelitian yang berkaitan dengan motivasi wisatawan dalam 30 tahun terakhir bertujuan mengklarifikasi “mengapa orang-orang melakukan perjalanan wisata” (Crompton, 1979; Tien, 2008). Salah satu alasan berfokus pada motivasi wisatawan karena motivasi merupakan variabel penting dalam proses pengambilan keputusan untuk berwisata (Crompton 1979; Lundberg 1971 dalam Kay, 2003).

Motivasi wisatawan dianggap sebagai dasar yang mempengaruhi perilaku wisatawan (Crompton, 1979), tujuan wisata mereka, kapan mereka berwisata, aktifitas apa yang mereka lakukan di tempat wisata tersebut (Hudson, 1999 dalam Jani, 2008) dan kepuasan mereka (Prebensen, 2006; Jani, 2008). Wisatawan pun memiliki alasan internal dan eksternal ketika memutuskan untuk berwisata (McGehee, Loker-Murphy, dan Uysal, 1996). Motivasi berwisata merefleksikan kebutuhan dan keinginan seseorang dan muncul ketika seseorang ingin memuaskan kebutuhan tersebut (Chang, 2007). Sayangnya penelitian yang ada tentang motivasi wisatawan lebih banyak berfokus pada wisata yang telah ter-

institusi dan mengabaikan wisata yang tidak ter-institusi termasuk *backpacker* (Jani, 2008)

Tinjauan dari literatur menyebutkan motivasi wisatawan dibedakan menjadi faktor pendorong (*push*) dan penarik (*pull*) (Awaritefe, 2004; Correia, Valle, dan Moço, 2007; Crompton, 1979; Jiao, 2003; Kim, Lee, & Klenosky, 2002; McGehee, Loker-Murphy, dan Uysal, 1996; Yoon dan Uysal, 2005). Faktor pendorong (*push*) adalah motivasi intrinsik sedangkan faktor penarik (*pull*) adalah sifat-sifat yang ada pada tempat wisata atau ekstrinsik (Crompton, 1979; Awaritefe, 2004). Jiao (2003) menyebutkan motivasi pendorong bersifat internal, motivasi sosio-psikologis yang mempengaruhi individu dalam berwisata, sedangkan motivasi penarik adalah motivasi yang menarik individu pada sebuah tujuan yang spesifik setelah keputusan untuk berwisata dibuat. Motivasi pendorong dianggap berguna dalam menjelaskan keinginan untuk pergi berwisata sedangkan motivasi penarik dianggap berguna dalam menjelaskan pilihan tempat wisata (Crompton, 1979). Motivasi pendorong dianggap sebagai kekuatan spesifik yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk berwisata, sementara motivasi penarik mengacu pada kekuatan yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk mengunjungi tempat wisata tertentu (Kim, Lee, dan Klenosky, 2002). Berkaitan dengan motivasi pendorong, Kippendorf (1987) dalam Yoon dan Uysal (2005) menyebutkan bahwa wisatawan termotivasi untuk “pergi dari sesuatu daripada pergi menuju sesuatu”. Sedangkan dalam faktor penarik, seperti yang telah disebutkan, adalah daya tarik dari tempat wisata dan dirasakan oleh mereka yang mempunyai kecenderungan untuk berwisata termasuk sumber daya yang dapat dirasakan, seperti pantai, fasilitas tempat wisata, dan atraksi budaya (Smith, 1983 dalam Jani, 2008). Teori tentang faktor pendorong & penarik ini menekankan pada dua tahap dalam keputusan untuk berwisata: faktor pendorong muncul lebih awal dan menyebabkan seseorang ingin berwisata, faktor penarik mempengaruhi tempat mana yang akan dikunjungi (Correia *et al*, 2006 dalam Jani (2008).

Dari berbagai penjelasan di atas terlihat bahwa motivasi pendorong lebih berhubungan dengan aspek internal atau emosional sedangkan Motivasi penarik berkaitan dengan eksternal, situasional, atau aspek koognitif.

2.4.1.1. Motivasi Pendorong (*push*)

Crompton (1979) menyebutkan tujuh motivasi pendorong dan dua motivasi penarik, berikut penjelasan tentang faktor-faktor tersebut

- 1) *Escape from a perceived mundane environment* (keluar dari lingkungan rutin dan membosankan)

Faktor ini mengacu pada motivasi seseorang yang mengalami kejenuhan dari lingkungan sehari-hari yang mulai dirasakan rutin dan membosankan. Cara mereka untuk menghadapi lingkungan tersebut adalah dengan berlibur dan mencari tempat yang secara fisik dan sosial berbeda dengan lingkungan sehari-hari

- 2) *Exploration and evaluation of self* (eksplorasi dan evaluasi diri)

Motivasi untuk berlibur dalam diri seseorang muncul karena ingin mendapatkan kesempatan untuk mengevaluasi dan menemukan sesuatu yang lebih pada diri. Evaluasi dan eksplorasi tentang diri ini tidak dapat didapatkan hanya dengan diam di rumah atau mengunjungi keluarga.

- 3) *Relaxation* (relaksasi)

Individu melakukan kegiatan wisata karena ingin melakukan relaksasi keadaan mental ataupun relaksasi keadaan fisik mereka. Relaksasi ini tidak dapat dilakukan dalam kegiatan rutin mereka sehari-hari.

- 4) *Prestige* (prestise)

Motivasi untuk berwisata muncul karena menganggap wisata merupakan sebuah simbol gaya hidup kelas atas. Dengan berwisata meningkatkan rasa hormat dan penghargaan dari orang lain.

- 5) *Regression to childhood/ nostalgic* (nostalgia)

Motivasi kegiatan muncul karena wisata memungkinkan untuk melakukan sesuatu yang tidak dapat dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan tersebut kadang kekanakan, dan lebih pada pengingatan saat remaja atau saat kecil atau nostalgia masa lalu.

- 6) *Enhancement of kinship relationship* (peningkatan hubungan kekeluargaan)

Motivasi berwisata muncul karena ingin meningkatkan hubungan kekeluargaan. Dan peningkatan hubungan kekeluargaan ini sulit dilakukan dalam keseharian mereka karena berbagai kesibukan.

7) *Facilitation of social interaction* (fasilitasi dari interaksi sosial)

Motivasi untuk wisata muncul karena wisata dianggap sebagai sarana yang memberikan kesempatan bertemu dengan orang-orang baru di berbagai tempat. Perjalanan wisata yang dilakukan pun lebih berorientasi pada orang-orang yang ditemui dibandingkan dengan tempat.

2.4.1.2. Motivasi Penarik (*pull*)

Motivasi penarik (*pull*) (disebut juga motif budaya, motif yang lebih terkait dengan tempat tujuan wisata dibandingkan dengan status sosial dan psikologis individu) terdapat dua faktor, yaitu

1) *Novelty*

Motivasi berwisata yang muncul karena adanya keingintahuan, petualangan, baru dan berbeda. Dan wisata untuk mencari tempat-tempat baru dengan petualangan baru menjadi hal yang menarik. Novel berarti bertemu dengan pengalaman baru tetapi tidak berarti pengetahuan yang baru.

2) *Education* (pendidikan)

Motivasi wisata dikarenakan adanya minat terhadap pendidikan. Termotivasi untuk mengunjungi tempat-tempat yang memberikan pengetahuan dan pendidikan. Selain itu pendidikan dirasakan sebagai cara untuk mengembangkan diri individu

Crompton (1979) menyebutkan motivasi-motivasi tersebut merupakan kombinasi yang multidimensi, tidak hanya dimaksudkan untuk satu unsur yang eksklusif yang mempengaruhi perilaku seseorang. Orang-orang pergi ke tempat wisata untuk memuaskan motif-motif yang berbeda. Hal ini memungkinkan mereka untuk pergi ke tempat wisata yang berbeda.

Sebagai tambahan penulis menyertakan lima faktor penarik lain dari Awaritefe (2004) yang memotivasi seseorang untuk mengunjungi sebuah tempat untuk berwisata, yaitu

1) *Static factor*

Faktor-faktor dari tempat wisata yang tidak bisa diubah, contoh: iklim, jarak, sejarah tempat wisata, bentangan alam, dan lain-lain

2) *Dynamic Factor*

Faktor-faktor dari tempat wisata yang bisa diubah, contoh: akomodasi termasuk makanan, hiburan, minat pribadi, atmosfer politis, tren pariwisata

3) *Current Decision*

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan untuk berwisata, contoh: strategi marketing dan harga barang dan jasa di tempat tujuan wisata

4) *Commercial*

Bisnis, contoh: pembelian karya seni, hasil kerajinan tangan

5) *Information/advertisement destination*

Rekomendasi dari teman atau kenalan baru ataupun promosi melalui media

2.4.2. Motivasi berwisata pada *Backpacker*

Telah disebutkan sebelumnya bahwa motivasi merupakan dasar dalam berperilaku seseorang. Disebutkan juga motivasi menjelaskan mengapa perilaku tertentu muncul dalam sebuah situasi dan tidak muncul dalam situasi lain. Berkaitan dengan partisipan yaitu *backpacker*, berbagai penelitian menyebutkan motivasi mereka dalam melakukan kegiatan ini. Motivasi *self-gratification* (kepuasan diri) dan kegemaran menjadi motivasi utama *backpacker* (Scheyvens, 2002). Masih berkaitan dengan pribadi atau diri seseorang, disebutkan oleh O'Reilly (2005) dalam O'Reilly (2006), dan Maoz (2007) bahwa *backpacking* sekarang sering dipresentasikan dalam pengertian kebutuhan untuk mencari diri atau pengembangan dari pengertian terhadap diri dan identitas diri. Kebebasan, kemerdekaan dan otonomi diri juga menjadi inti motivasi (Maoz, 2007). *Backpacker* mencari kebebasan dan mencintai kebebasan tersebut, mereka pun mengalami pertumbuhan dan perkembangan diri (Buddhabhumbhitak, 2008). Situasi transisi dalam hidup juga menjadi alasan seseorang melakukan *backpacking* (Graburn, 1989 dan Riley, 1988 dalam Sørensen, 2003).

Manfaat bagi diri juga didapatkan dari *backpacking* ini, di antaranya dengan bepergian dapat memperlihatkan kualitas seseorang yang dinilai menarik, meningkatkan kepercayaan diri dan posisi sosial diantara keluarga dan teman, atau dalam dunia pekerjaan (O'Reilly, 2006). *Backpacking* juga menjadi salah satu strategi untuk menjaga atau meningkatkan posisi sosial (O'Reilly, 2006),

membantu mereka menghadapi tantangan dan risiko untuk mencapai kedewasaan (Maoz, 2007), bermanfaat dalam mencari pekerjaan atau untuk mendapatkan teman baru (Elsrud, 2001). Bahkan pengembangan diri dan pencarian makna hidup merupakan manfaat *backpacking* (Ateljevic and Doorne 2000 dalam Maoz, 2007). Selain itu Cohen (2003) juga menyebutkan perjalanan yang dilakukan untuk mencari pengalaman baru dan memperluas pengetahuan mereka dan mengeksplorasi jiwa mereka selain untuk sekedar rekreasi.

Penelitian lain menyebutkan salah satu motivasi utama *backpacking* adalah membentuk identitas baru, membuat individu mendefinisikan diri mereka mengacu pada pengalaman mereka tentang dunia, dibandingkan lewat paradigma yang diberikan oleh masyarakat berhubungan dengan usia, kewarganegaraan, latar belakang, dan jenis kelamin. Dengan mendefinisikan ulang diri mereka berusaha bebas dari identitas yang dibagi bersama orang lain dan menemukan tempat untuk identitas individu yang baru (Desforges, 2000).

Selain motivasi yang berkaitan dengan diri, *backpacker* juga menekankan pada interaksi sosial (Murphy, 2001 dalam Markward, 2008) dan tema yang berkaitan dengan lingkungan (Buddhabhumbhitak, 2008; Sicroff, Alos, dan Shreshta, 2003 dalam Jani, 2008; Scheyvens, 2002; Maoz, 2007; Sørensen, 2003; Speed, 2008). Maoz (2007) menyebutkan motivasi lain *backpacker* adalah membangun pertemanan dan bahkan pertemanan ini lebih penting dibandingkan fasilitas yang mereka dapatkan di tempat penginapan mereka (Niggel dan Benson, 2008). Interaksi mereka dengan kebudayaan dan penduduk lokal pun menjadi hal yang penting bagi mereka. Disebutkan dalam Loker (1993) dalam Speed (2008) para *backpacker* sangat tekun untuk berbagi dengan cara hidup lokal dan Riley (1988) dalam Speed (2008) menyebutkan motivasi utama mereka adalah “untuk menemui orang-orang” dan bahkan beberapa diantara mereka mempelajari bahasa setempat untuk memfasilitasi motivasi mereka tersebut. Ketertarikan akan kebudayaan lokal juga sering disebutkan dalam motivasi *backpacker* dan hal ini menjadi salah satu bagian dari definisi *backpacker* itu sendiri. Bersama-sama dan menyatu dengan kebudayaan lokal menjadi penting untuk para *backpacker* dalam pengalaman perjalanan mereka (Noy 2004; Buddhabhumbhitak, 2008) dan beberapa *backpacker* menempatkan berinteraksi dengan masyarakat setempat

menjadi hal yang sangat penting (Buddhabhumbhitak, 2008) mempelajari kebudayaan lain tersebut menjadi minat para *backpacker* (Jarvis, 1994 dalam Buddhabhumbhitak, 2008). Para *backpacker* percaya bahwa mengikuti aktifitas itu memberikan interaksi yang sangat berarti bagi mereka dibandingkan dengan wisata massal (Noy 2004).

Pencarian akan sesuatu yang baru, spontanitas, risiko, kebebasan, dan banyak pilihan juga disebutkan dalam motivasi *backpacker* (Vogt, 1976 dalam Elsrud, 2001). Bentuk petualangan yang dilakukan pun keluar dari rutinitas sehari-hari mereka (Simmel, 1971 dalam Elsrud, 2001; Riley, 1988 dalam Speed, 2008). *Backpacker* mengidentifikasikan status perjalanan mereka sangat berbeda dengan wisatawan tradisional, lebih utamanya fokus pada apa yang mereka dapatkan menjadi nilai yang meliputi integritas terhadap lingkungan (Ateljevic dan Doorne, 2000 dalam Speed, 2008; Scheyvens, 2002), menikmati keaslian, dan tempat tujuan yang tidak ramai (Cohen, 1982 dalam Speed, 2008).

2.5. Wisata Pada Usia Dewasa

Dalam penelitian ini partisipan adalah yang berusia dewasa muda. Menurut Papalia, Olds dan Feldman (2004) menyebutkan usia dewasa muda berkisar antara 20-40 tahun. Disebutkan juga pada masa ini individu berada pada masa kondisi puncak kesehatan, kekuatan, energi, dan ketahanan (Papalia, Olds dan Feldman, 2004; Boyd dan Bee, 2006). Dan pada masa ini individu mulai memasuki jenjang pendidikan tinggi dengan melanjutkan program S1, S2, atau bahkan S3 tetapi beberapa dari mereka mungkin lebih memilih bekerja dan melanjutkan pendidikan tinggi di sela-sela pekerjaan. Masa-masa ini disebutkan juga sebagai masa transisi dari remaja menuju dewasa, mulai memasuki dunia pendidikan baru ataupun dunia pekerjaan, terkadang berada jauh dari rumah, mengasah kemampuan baru, mempertanyakan asumsi-asumsi, dan mencoba cara pandang baru untuk melihat dunia (Papalia, Olds, dan Feldman, 2004). Berbagai situasi baru dihadapi: pertemanan, hobi, olahraga, rumah, dan cinta, dan individu dewasa muda berusaha menghadapinya dan mencapai kepuasan atas situasi tersebut (Rayner, Joyce, Rose, Twyman, dan Clulow, 2005). Peran baru sebagai seseorang yang bekerja pun dihadapi untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dan kepuasan dalam pekerjaan

pun menjadi penting dalam kesehatan mental dan kepuasan hidup (Meeus, Dekovic, dan Iedema, 1997 dalam Boyd dan Bee, 2006).

Berkaitan dengan wisata, pada usia ini individu yang belum menikah tinggal jauh dari rumah orang tua mereka dengan lebih sedikit tanggung jawab yang mereka pikul. Mereka juga membutuhkan hubungan dengan orang lain dan juga membutuhkan hiburan untuk mengisi waktu luang dan berwisata menjadi salah satu hiburan yang dipilih (Cooper, Fletcher, Gilbert, & Wanhill, 1993). Disebutkan juga pada pasangan muda yang sudah menikah pada umumnya mempunyai pendapatan yang tinggi, hal ini memberikan mereka kecenderungan tinggi untuk pergi berwisata. Sebaliknya ketika mereka sudah mempunyai anak kecenderungan untuk berwisata menurun. Kecenderungan untuk berwisata pada pasangan yang sudah mempunyai anak ini kembali meningkat ketika anak mereka berusia 15 sampai 17 tahun. Pasangan muda yang sudah menikah juga menekankan pengembangan hubungan mereka dan kebutuhan untuk relaksasi (Goeldner & Ritchie, 2003). Pasangan yang menganggap hubungan mereka sebagai hubungan yang egaliter lebih antusias untuk berwisata dibandingkan dengan pasangan yang secara tradisional menganggap hubungan mereka (sesuai peran gender) (Madrigal dkk, 1992 dalam Pearce, 2005)

2.6. Dinamika hubungan antara motivasi pendorong dan motivasi penarik

Backpacker sebagai seorang manusia tentunya mempunyai motivasi yang mendasari pemilihan mereka untuk berwisata dan memilih tempat tujuan wisata yang akan mereka kunjungi. Dan motivasi seseorang memilih *backpacking* sebagai cara mereka berwisata menjadi menarik karena dengan *backpacking* seseorang harus mempersiapkan segala akomodasi dan transportasi sendiri, berbeda dengan kebanyakan orang yang ketika ingin berwisata mereka akan membeli paket wisata dan menikmati berbagai kemudahan yang diberikan paket wisata tanpa bersusah payah. Berbagai motivasi yang mendasari seseorang melakukan *backpacking* pun disebutkan dalam penelitian, pada umumnya para *backpacker* ini termotivasi dari dalam diri mereka sendiri, sebagai contoh mereka mencari kepuasan diri, mencari identitas diri yang baru, pengembangan diri, dan lain-lain. Dari motivasi-motivasi tersebut terlihat bahwa *backpacker* didominasi

oleh motivasi pendorong. Dan terkait dengan hubungan antara motivasi pendorong dan penarik secara teoritis, peran motivasi penarik tidak dapat dilepaskan begitu saja terutama pada orang-orang yang melakukan wisata khususnya mereka yang berwisata dengan cara *backpacking* karena peran tempat wisata sebagai faktor penarik penting dalam menentukan tempat wisata yang akan dikunjungi.

Dari berbagai penjelasan di atas dapat dipahami secara teoritis bahwa terdapat hubungan antara motivasi pendorong, motivasi penarik, dan *backpacker* pada penelitian ini. Diasumsikan bahwa terdapat hubungan antara motivasi pendorong dan motivasi penarik pada *backpacker*.

