

ABSTRAK

Erna Ayunita. 110541100043. Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Wisata Camplong Di Kabupaten Sampang. Skripsi. Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura. 2017. xvi + 98 halaman + 17 lampiran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap objek wisata Camplong di Kabupaten Sampang. Subjek dalam penelitian ini adalah tiga orang wisatawan yaitu NH, LQ, HY. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara semiterstruktur. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model *Miles and Huberman* yaitu pengumpulan data, reduksi data, *display data* dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data menggunakan triangulasi waktu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap objek wisata Camplong mempunyai persepsi yang baik, dapat dilihat dari beberapa aspek adalah sebagai berikut : 1. Komponen Kognitif seperti lokasi yang strategis yang mudah dijangkau oleh wisatawan dan fasilitas yang memadai seperti hotel, masjid untuk tempat beribadah. 2. Komponen Afektif seperti suasana nyaman dengan angin yang semilir. 3. Komponen Konatif : fasilitas yang kurang seperti tempat sampah, permainan, tempat duduk di pinggir pantai, penyewaan ban dan pelampung serta pembaharuan fasilitas sarana dan prasarana misalnya tempat untuk berfoto yang kekinian contohnya *background* bentuk *love*, alat-alat mainan yang kekinian misalnya ayunan yang ada tulisan diberi warna agar lebih menarik juga para pedagang yang berjualan dibuatkan tempat agar tertata rapi.

Kata Kunci: Persepsi, Wisatawan, Objek Wisata

Daftar Pustaka: 35 (1987 – 2016)

ABSTRACT

Erna Ayunita. 110541100043. *Perception Travelers Against Attractions Camplong In Sampang. Thesis. Department of Psychology, Faculty of Cultural Social Sciences, University of Trunojoyo Madura. 2017. xvi + 98 pages + 17 appendix.*

This study aims to determine the perception of tourists to attractions Camplong in Sampang. Subjects in this study were three tourists, namely NH, LQ, HY. This study used a qualitative method with case study approach. Mechanical sampling using technique. *purposive sampling*. Data collection methods were used that semistructured interview. Data analysis techniques used in this study is a model of *Miles and Huberman* is data collecting, data reduction, *data display* and conclusion. The validity of the data using triangulation time. The results showed that the perception of tourists to attractions Camplong have a good perception, it can be seen from several aspects are as follows: 1. Cognitive Component as a strategic location that is easily accessible by tourists and adequate facilities such as hotels, mosque to worship. 2. Affective component as comfortable atmosphere with breezy winds. 3. Component Conative: inadequate facilities such as trash, ploy, seating on the beach, tire and buoy rental and renewal of facilities and infrastructures for example, a place for contemporary photographic *background* shape *heartexample*, the tools of contemporary toys eg swing No posts were given color to be attractive also traders who sell made the place so neat.

Keywords: Perception, Travelers, Attractions

Bibliography:35 (1987 - 2016)

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Judul Dalam	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan Keaslian Karya Ilmiah	iv
Halaman Persetujuan Publikasi Tugas Akhir	v
Motto	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Abstrak	x
<i>Abstract</i>	xi
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xvi
Daftar Bagan	xv
Daftar Lampiran	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Signifikansi Penelitian	13
1.3 Fokus penelitian	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Manfaat Penelitian	18

BAB II: LANDASAN TEORI

2.1 Persepsi	19
2.1.1 Pengertian Persepsi.....	19
2.1.2 Macam-macam Persepsi.....	20
2.1.3 Syarat Terjadinya Persepsi.....	20
2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	20
2.1.5 Aspek-aspek Persepsi.....	21
2.1.6 Proses Terjadinya Persepsi.....	23
2.2 Pengertian Wisatawan.....	23
2.3 Pengertian Citra Objek Wisata.....	23
2.3.1 Kriteria Objek Wisata.....	26
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembentukan Citra.....	27
2.2.3 Dimensi-dimensi Citra Objek Wisata.....	29
2.4 Camplong.....	29
2.5 Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Wisata Camplong di Kabupaten Sampanng.....	30
2.6 Kerangka Konseptual.....	32

BAB III: METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian.....	37
3.2 Data dan Sumber Data.....	37

3.2.1 Sumber Data Penelitian.....	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4 Teknik Analisa Data.....	41
3.5 Keabsahan Data.....	42
 BAB IV: HASIL PENELITIAN	
4.1 Persiapan Penelitian.....	44
4.2 Pelaksanaan Penelitian.....	46
4.3 Gambaran Lokasi Penelitian.....	49
4.3.1 Peta Lokasi Objek Wisata Camplong.....	51
4.4 Data Pribadi Subjek.....	52
4.5 Jadwal Penelitian.....	55
4.6 Deskripsi Hasil Wawancara.....	56
4.6.1 Anamnesa Subjek 1.....	56
4.6.2 Anamnesa Subjek 2.....	58
4.6.2 Anamnesa Subjek 3.....	60
4.7 Analisis Hasil Penelitian.....	62
4.7.1 Display Data Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Wisata Camplong Subjek 1.....	62
4.7.2 Display Data Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Wisata Camplong Subjek 2.....	68
4.7.3 Display Data Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Wisata Camplong Subjek 3.....	75
4.8 Keabsahan Data.....	82
4.8.1 Uji Kredibilitas.....	82
4.8.2 Uji Transferability.....	83
4.8.3 Uji Dependability.....	83
4.8.4 Uji Confirmability.....	84
 BAB V : PEMBAHASAN	
5.1 Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Wisata Camplong di Kabupaten Sampang.....	85
5.1.1 Komponen Kognitif.....	86
5.1.2 Komponen Afektif.....	87
5.1.3 Komponen Konatif.....	90
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	92
 BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	94
6.2 Saran.....	97
 DAFTAR PUSTAKA.....	 98
LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Pribadi Subjek I	52
Tabel 4.2 Data Pribadi Subjek II	53
Tabel 4.3 Data Pribadi Subjek III	54
Tabel 4.5 Jadwal Wawancara Subjek	55

\

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Konseptual	36
Bagan 4.1 <i>Conclusion</i> Subjek I.....	57
Bagan 4.2 <i>Conclusion</i> Subjek II	59
Bagan 4.3 <i>Conclusion</i> Subjek III	61
Bagan 4.4 <i>Conclusion</i> Aspek Subjek I.....	67
Bagan 4.5 <i>Conclusion</i> Aspek Subjek II	74
Bagan 4.6 <i>Conclusion</i> Aspek Subjek III.....	81
Bagan 5.1 <i>Conclusion</i> Subjek I, II, III	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Guide Interview</i>	101
Lampiran 2 Keterangan Warna	103
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Subjek I.....	104
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Subjek II	111
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Subjek III	118
Lampiran 6 Penyajian Data Subjek 1	129
Lampiran 7 Penyajian Data Subjek 2	131
Lampiran 8 Penyajian Data Subjek 3	133
Lampiran 9 Triangulasi Waktu Subjek 1	135
Lampiran 10 Triangulasi Waktu Subjek 2	140
Lampiran 11 Triangulasi Waktu Subjek 3	145
Lampiran 12 Jadwal Penelitian	150