

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Murphy (1985), Pariwisata merupakan keseluruhan dari elemen-elemen terkait (wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan maupun industri) yang merupakan akibat dari perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata, sepanjang perjalanan tersebut tidak permanen. Kata wisata (*tour*) secara harfiah dalam kamus berarti “perjalanan di mana si pelaku kembali ke tempat awalnya ; perjalanan sirkuler yang dilakukan untuk tujuan bisnis, bersenang-senang, atau pendidikan pada mana berbagai tempat yang dikunjungi dan biasanya menggunakan jadwal perjalanan yang terencana”.

Pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat yaitu *pertama*: Wisata Budaya, merupakan perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan ke tempat lain guna mempelajari keadaan rakyat, adat, seni, maupun budaya mereka. *Kedua* : Wisata Maritim atau Bahari, jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olah raga di air. *Ketiga*: Wisata Cagar Alam, yang biasanya dilakukan oleh pecinta alam. *Keempat*: Wisata Konvensi, yakni wisata yang berhubungan dengan politik. *Kelima*: Wisata Pertanian (Agrowisata). *Keenam*: Wisata Buru. *Ketujuh*: Wisata Ziarah, merupakan jenis wisata yang banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat.

Di Indonesia, selain beragam destinasi wisata alam yang indah dan beragam, ada satu jenis wisata lain yang tak kalah menarik untuk menghadirkan pengalaman berbeda dalam berpariwisata yaitu Wisata Religi atau bisa disebut juga dengan Wisata Ziarah. Jenis wisata ini biasanya dilakukan dengan cara mengunjungi makam para Wali, Sunan, tokoh-tokoh dalam agama, maupun makam para Kiai, yang biasanya dilakukan pada saat liburan maupun hari-hari besar agama. Semuanya bisa kita saksikan di tempat-tempat wisata religi di berbagai daerah, dan secara umum tempat wisata religi tersebut adanya

merupakan pengaruh dari agama Islam itu sendiri, dan biasanya objek wisata religi yang mereka kunjungi yaitu misalnya seperti masjid, keraton serta nisan dan makam.

Ada sekian banyak destinasi wisata religi yang tersebar di kota-kota besar maupun di pelosok-pelosok Indonesia yang biasanya dikunjungi wisatawan, dan yang biasa mereka kunjungi yaitu biasanya makam-makam para sunan atau pejuang Islam, maupun makam para kiai-kiai besar, yang di antaranya; Makam Sunan Gunung Jati (Cirebon), Makam Sunan Kalijaga (Demak), Makam Sunan Kudus (Kudus), Makam Sunan Drajat (Lamongan), Makam Sunan Giri dan Makam Syekh Maulana Malik Ibrahim (Gresik), Makam Sunan Ampel (Surabaya), Makam Sunan Bonang (Tuban), dan Makam Sunan Muria (Jepara), Makam KH. Abdurrahman Wahid dan Makam KH. Hasyim Asy'ari (Jombang).

Begitu pula halnya di Madura, Ada beraneka macam objek wisata religi yang ada di pulau Garam ini. Wisata religi yang ada di pulau ini tidak jauh berbeda dengan objek wisata religi yang ada di kota-kota lainnya yang ada di Indonesia. Tempat-tempat wisata religi di pulau Madura yang biasanya dikunjungi oleh wisatawan antara lain yaitu: makam Syaikhona Kholil di kecamatan Kota kabupaten Bangkalan, Batu Ampar di Desa Proppo Barat Pamekasan, Asta Tinggi di dataran tinggi bukit Kebon Agung Sumenep, Syekh Yusuf di Talango, Sunan Cendana di Kwanyar Bangkalan, dan makam Aermata atau Rato Ebu yang merupakan kompleks makam para pembesar kerajaan di Bangkalan, yang merupakan objek wisata religi yang mana di lokasi tersebut yang telah dipilih oleh penulis sebagai tempat untuk melakukan penelitian ini.

Aermata atau makam Rato Ebu merupakan objek Wisata Religi yang terletak di desa Buduran kecamatan Arosbaya kabupaten Bangkalan, untuk mengunjungi objek wisata religi ini memerlukan jarak tempuh sekitar 25 km ke arah utara kota Bangkalan. Dan makam Rato Ebu ini merupakan makam seorang wanita mulia bernama Syarifah Ambami, yang merupakan keturunan Sunan Giri dan isteri pangeran Cakraningrat I yang pada waktu itu merupakan bupati Madura Barat pada tahun 1496 – 1569 Masehi (Anom 1996:147).

Sejarah Singkat Makam Rato Ebu:

Konon seperti yang telah diceritakan oleh juru kunci makam Rato Ebu dan menurut cerita yang mengalir di dalam masyarakat, sejarah makam Rato Ebu ini mengisahkan tentang kanjeng ratu ibu yang bernama Syarifah Ambami dengan pangeran Cakraningrat I. Dikisahkan, bahwasannya kanjeng Ratu Ibu dipersunting oleh pangeran Cakraningrat I, yang merupakan anak angkat Sultan Agung Mataram. Dan sejak terjadinya perang Mataram pada tahun 1624 Masehi, Madura dikuasai oleh Sultan Agung, lalu ia menginginkan agar pangeran Cakraningrat I memerintah Madura secara keseluruhan, kemudian titah Raja pun dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab. Meskipun Madura menjadi kekuasaannya, namun Pangeran Cakraningrat I jarang sekali tinggal di Madura. dikarenakan Raja Mataram, Sultan Agung, masih membutuhkan tenaganya memimpin kerajaannya di tanah Jawa sehingga pangeran Cakraningrat I sering tinggal di kerajaan tanah Jawa. Dan Ratu Syarifah pun lebih banyak tinggal di Keraton Sampang sendirian tanpa didampingi sang suami. Untuk mengisi waktu kosongnya sang Ratu Ibu lebih banyak menghabiskan waktunya untuk bertapa di suatu bukit di desa Buduran di lokasi makam Rato Ebu saat ini. selama dalam pertapaannya sang Ratu Ibu memohon kepada Tuhan yang Maha Kuasa agar kelak keturunannya yang laki-laki bisa menjadi pucuk pimpinan pemerintahan di Madura. Dan kemudian di suatu hari dalam pertapaannya beliau bermimpi bertemu dengan Nabi Khidir .yang konon mimpi tersebut adalah merupakan pertanda bahwa semua keinginannya akan terkabulkan. Ketika merasa pertapaannya sudah cukup, Ratu Ibu pun kembali ke Keraton. Tidak lama kemudian pangeran Cakraningrat I datang dari bertugas di kerajaan Mataram. Ratu Ibu pun menyambut kedatangan suaminya dengan senang hati, lalu sang Ratu ibu menceritakan semua yang dialaminya selama bertapa, termasuk adanya petunjuk bahwa permohonannya agar turunannya kelak memimpin pemerintahan di Madura dikabulkan, diceritakannya secara runtun. Mendengar penuturan sang Ratu Ibu sang Raja Cakraningrat I pun marah, Ia kecewa dengan pernyataan isterinya. Lalu sang Pangeran bertanya: “mengapa kamu cuma memohon untuk keturunanmu yang laki-laki, seharusnya turunan kita selamanya harus memerintah di Madura sampai ketujuh turunan!”, tegur Pangeran Cakraningrat kepada sang Ratu Ibu, sang Ratu

Ibu pun kemudian hanya bisa menundukkan kepala. Kemudian sepeninggal suaminya ke Mataram, sang Ratu Ibu kembali ke desa Buduran untuk bertapa. Dan dalam pertapaan yang kedua ini sang Ratu Ibu kembali memohon kepada Tuhan yang Maha Kuasa agar harapan suaminya bisa dikabulkan. Ia terus memohon sambil menangis. Dan ini dilakukannya terus menerus hingga sang Ratu Ibu meninggal di pertapaannya dalam keadaan menangis. Kemudian di tempat pertapaan itulah beliau dimakamkan.

(Purwadi, 2006:10) menjelaskan bahwa Wali yang dimaknakan sebagai pemimpin agama Islam, diyakini sebagai orang yang memiliki kelebihan dibandingkan masyarakat biasa, bahkan sesudah meninggal pun kharisma para Wali tersebut masih dapat dirasakan oleh masyarakat Islam di Indonesia, karena penyebaran agama Islam di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari peran para Wali. Dan makam kanjeng ratu Syarifah Ambami atau makam Ratu Ebu merupakan salahsatu objek wisata ziarah yang cukup banyak digemari kalangan wisatawan, hal ini dapat disaksikan dari banyaknya pengunjung yang datang berkunjung ke makam RatuEbu, yang diperkirakan jumlahnya mencapai sekitar 22.080 orang setiap bulannya. Hal ini menandakan bahwa kharisma para Wali di makam Ratu Ebu ini masih sangat dihormati oleh banyak kalangan masyarakat.

Cukup banyak wisatawan, baik itu yang berasal dari dalam pulau maupun yang berasal dari luar pulau Madura yang datang untuk berkunjung dan berziarah ke makam sang kanjeng ratu Syarifah Ambami, meskipun sebagian besar dari mereka mengeluhkan akan banyaknya pengemis-pengemis makam yang meminta-minta kepada pengunjung di komplek sekitar makam maupun yang mengeluhkan tentang kurang baiknya pengelolaan lokasi wisata religi tersebut, sehingga nantinya akan berdampak pada perkembangan objek wisata religi Aermata tersebut. Dan selain melakukan ziarah, para penguinjung biasanya datang untuk membeli air yang berasal dari mata air yang berada di sekitar makam. Yang konon air ini katanya mempunyai banyak khasiat, yang mana salah satu khasiat dari air ini yaitu konon apabila air ini diminum dapat menyembuhkan segala macam penyakit.

Namun sebagian dari pengunjung ada yang mengeluhkan tentang kurangnya kepedulian pengelola maupun masyarakat sekitar yang peduli akan kenyamanan para pengunjung dan upaya untuk mengembangkan objek wisata religi ini, hal ini terbukti, dan sebut saja salah satu contohnya yaitu ; dengan dibiarkannya pengemis-pengemis yang berkeliaran di sekitar objek wisata yang meminta-minta kepada pengunjung sehingga dapat mengganggu kenyamanan wisatawan. Salah seorang wisatawan pernah mengeluhkan tentang keberadaan pengemis-pengemis tersebut, ketika peneliti melakukan wawancara pre-survey kepada salah satu pengunjung tersebut, pengunjung tersebut mengeluhkan ketidak sukannya terhadap keberadaan pengemis di sekitar makam tersebut, “ngeselin mas. kadang ngomel-ngomel sendiri kalau tidak dikasih.” ungkap Dhiva Kartika (23) salah satu pengunjung yang berasal dari Bangkalan pada penulis saat melakukan wawancara pre-survey pada hari minggu 11 Desember 2016.

Bapak Sukyan (57), salah satu pengelola wisata makam Rato Ebu ini juga tidak menyetujui dengan banyaknya pengemis yang meminta-minta pada pengunjung, namun beliau menuturkan kepada penulis, tidak dapat berbuat banyak, hal itu dikarenakan para pengemis yang meminta-minta tersebut tetap bersikukuh pada kebiasaan mereka, meskipun pihak pengelola telah melaporkannya kepada bapak kepala desa di desa Buduran dan kemudian mendatangkan Petugas Satuan Polisi Pamong Praja (SALPOL PP) untuk menangkap mereka dan memberikan mereka pembinaan, namun para pengemis tersebut tak kunjung jera. “bikin malu dik.” Tutar seorang pria paruh baya tersebut. “kami sebagai pengelola di sini juga sampai tidak tahu lagi cara melarangnya, mereka juga tetap ngotot tetap meminta-minta meskipun dulu bapak Kades pernah mendatangkan petugas untuk menangkap mereka dan membuat mereka jera, tapi nyatanya sampai sekarang mereka masih saja meminta-minta pada pengunjung yang datang ke sini”. Lanjut pengelola wisata Makam Rato Ebu tersebut.

Dewasa ini seiring dengan perkembangan teknologi, kegiatan pariwisata semakin mudah dilakukan dengan banyaknya referensi-referensi tempat wisata yang kita inginkan dapat kita cari di internet, kegiatan berwisata pun kini menjadi

semakin mudah dengan semakin canggihnya perangkat seluler dan adanya Telepon Pintar atau *Smartphone*, dengan beragam fitur yang ada didalamnya kita jadi semakin mudah melakukan suatu wisata dengan adanya fitur *GPS (Global Positioning System)*. Kita dapat mengunjungi tempat apa saja yang ingin kita kunjungi tanpa harus takut akan tersesat.

Opini Publik merupakan salah satu kekuatan sosial yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menentukan kehidupan sehari-hari suatu bangsa. Opini Publik juga merupakan penghubung antara kehidupan sosial dan kehidupan politik manusia, juga merupakan bidang antara kehidupan sebagai makhluk sosial dan warga negara suatu bangsa. Selain itu, opini publik banyak digunakan media massa maupun kaum politis dan pemerintah untuk memperoleh dukungan masyarakat terhadap program-programnya. (Olii, 2007:2)

Namun terhadap penjelasan opini di atas, bukan terkait pada pemerintah akan tetapi suatu Objek Pariwisata yang bertujuan untuk menarik wisatawan sebanyak mungkin. Dari penjelasan opini di atas jelas bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengukur opini wisatawan yang berkunjung ke wisata makam Rato Ebu. Terutama dampak yang akan timbul dikarenakan kurang baiknya pengelolaan dan dukungan masyarakat sekitar untuk memajukan objek wisata religi ini

Sejauh ini di beberapa objek wisata dan khususnya di makam Rato Ebu sering sekali kita melihat kurang baiknya pengelolaan dan dukungan masyarakat sekitar objek wisata, yang ditandai dengan kurang baiknya fasilitas untuk memenuhi kebutuhan pengunjung maupun kurangnya pelayanan dari pengelola kepada wisatawan saat berkunjung ke objek wisata tersebut, dan banyaknya gangguan dari luar, misalnya seperti banyaknya pengemis yang meminta-minta pada pengunjung Sehingga ini akan menjadi suatu masalah yang serius dalam pengembangan sebuah objek wisata dapat mengganggu kenyamanan wisatawan.

Bagus (2010) berandapat bahwa Masyarakat dalam lingkungan suatu objek wisata sangatlah penting dalam kehidupan suatu objek wisata karena mereka memiliki kultur yang dapat menjadi daya tarik wisata. Maka atas dasar tersebut, perlu adanya penelitian yang mendalam terkait bagaimana opini publik terhadap

pengelolaan suatu objek wisata, sehingga kedepannya opini publik yang dihasilkan mampu mewakili kalangan wisatawan dan membuka pikiran para pengemis, masyarakat sekitar maupun pemerintah, guna mempertahankan jumlah pengunjung serta mengembangkan suatu objek wisata.

1.2 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus, terarah dan tidak meluas, maka penulis membatasi penelitian pada satu objek wisata yaitu hanya pada satu objek wisata religi yaitu wisata religi Aermata di desa Buduran kecamatan Arosbaya. Pemilihan objek wisata ini sebagai suatu objek penelitian dikarenakan objek wisata religi ini cenderung begitu-begitu saja dan tidak ada perkembangan yang begitu signifikan dari tahun ke tahun.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Bagaimana opini wisatawan terhadap pengelolaan objek wisata religi di makam Rato Ebu Arosbaya.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang sudah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Untuk mengetahui opini wisatawan yang berkunjung ke makam Rato Ebu Arosbaya terhadap pengelolaan objek wisata religi tersebut.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- **Secara teoritis**

1. Sebagai media pembelajaran bagi mahasiswa dalam memahami fenomena tentang pengelolaan di suatu objek wisata.
2. Dapat mengetahui secara langsung dan mempraktekkan mata kuliah riset opini publik.
3. Sebagai media pembelajaran bagi masyarakat khususnya mahasiswa dalam melakukan riset terkait tema yang serupa atau yang bersangkutan.
4. Menambah wawasan dan pengetahuan dalam riset opini publik dan dunia pariwisata di Indonesia khususnya di Madura.

- **Secara praktis**

1. Memberikan masukan dan pemahaman pada pengelola maupun masyarakat yang ada di lokasi wisata khususnya di Aermata Arosbaya tentang seberapa besar respon dan opini wisatawan terhadap pengelolaan wisata religi tersebut.
2. Memberikan pemahaman kepada masyarakat sekitar objek wisata, bahwasannya dengan buruknya pengelolaan objek wisata tersebut dapat menghambat perkembangan suatu objek wisata.
3. Dapat menerapkan ilmu Riset Opini Publik secara langsung yang didapatkan selama masa perkuliahan.
4. Melatih kepekaan dalam menangkap realitas yang terjadi di masyarakat.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan riset opini publik sebagai kajian utamanya, sehingga menjadikan penelitian tersebut dijadikan sebagai referensi bagi penulis untuk melakukan penelitian. Beberapa penelitian tersebut antara lain:

1. Teguh Hidayatul Rahmat (2009)

Penelitian yang dilakukan Teguh Hidayatul Rahmat pada tahun 2009 berjudul Opini Masyarakat Urban Terhadap Pemulung di Kota Sidoarjo, tujuan dilakukannya penelitian tersebut adalah untuk mengetahui opini masyarakat urban terhadap pemulung di kota Sidoarjo.

Dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif penulis menghasilkan data penelitian yang menunjukkan keseluruhan aspek, secara umum responden dalam penelitian tersebut pada kategori positif. Hal tersebut dikarenakan 70% masyarakat Sidoarjo mendukung pemulung dan 20% masyarakat Sidoarjo menolak pemulung, sedangkan 10% masyarakat Sidoarjo, netral dengan adanya pemulung. Sehingga opini masyarakat Sidoarjo terhadap pemulung adalah positif.

2. Upik Purnama Sari (2011)

Penelitian yang dilakukan Upik Purnama Sari pada tahun 2011 berjudul “Opini Pelajar SMP di Surabaya Terhadap Program Ajang Pencarian Bakat di Televisi (Studi Deskriptif Opini Pelajar SMP di Surabaya Terhadap Program Ajang ‘Indonesia Mencari Bakat’ di TRANS TV)”. Tujuan dilakukan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui opini pelajar SMP di Surabaya terhadap tayangan ajang pencarian bakat di TRANS TV

Penelitian tersebut menggunakan analisis deskriptif kuantitatif yang hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa opini pelajar SMP di Surabaya

terhadap tayangan IMB di TRANS TV, yaitu respon rata-rata beropini positif, yang berarti bahwa kebanyakan darii pelajar SMP merasa senang dan menerima dengan baik program tayangan tersebut.

2.2 Opini Publik

Banyaknya aliran tentang pengertian opini publik yang berbeda-beda mengakibatkan banyak pengertian tentang opini yang berbeda pula, oleh karena itu penting untuk menyamakan persepsi dalam membahas tentang pengertian opini publik. Untuk itu perlu kiranya kita mengetahui terlebih dahulu definisi atau pengertian opini publik. Di bawah ini akan dijelaskan beberapa definisi tentang opini publik oleh beberapa ahli.

Menurut Nimmo (2006) opini publik merupakan proses yang menggabungkan pikiran, perasaan, dan usul yang diungkapkan oleh warga negara secara pribadi terhadap pilihan kebijakan yang dibuat pejabat pemerintah yang bertanggung jawab atas dicapainya ketertiban sosial dalam situasi yang mengandung konflik, perbantahan, dan perselisihan pendapat tentang apa yang akan dilakukan dan bagaimana melakukannya.

A. Lawrence Lowell berargumentasi bahwa Opini Publik ditegakkan atas pandangan umum rakyat tentang tujuan yang diinginkan dari pemerintah serta penerimaan umum mengenai alat yang tepat untuk mencapai tujuan itu. Sedangkan Robert Nisbet menyuarakan pengamatan yang sama dalam membedakan opini publik dari opini rakyat. Nisbet berkata, “Bukan rakyat menurut jumlah angkanya, bukan mayoritas, juga bukan hanya minoritas manapun yang mewakili opini publik jika individu-individu yang terlibat tidak membentuk suatu jenis komunitas atas dasar memiliki tujuan, maksud, dan aturan prosedur bersama.

Dari pelbagai pendapat mengenai pengertian opini publik di atas dapat disimpulkan bahwa adanya suatu situasi yang mengandung konflik, perbantahan maupun perselisihan dibutuhkan proses penggabungan pikiran, perasaan dan usul oleh warga negara yang mengalami konflik tersebut kepada pemerintah yang bertanggung jawab sehingga dapat diperoleh ketertiban sosial dengan kebijakan

yang dipilih oleh pemerintah tersebut melalui opini publik, guna menegakkan pandangan umum masyarakat tentang tujuan yang diinginkan dari pemerintah.

2.2.1 Ruang Lingkup Opini

Opini adalah respon yang diberikan komunikan kepada komunikator yang sebelumnya memberikan stimulus berupa pertanyaan. Jika membahas topik tentang opini, seringkali hal ini berkaitan dengan opini publik. Pengertian dari opini adalah pendapat seseorang atau individu. Jika opini tersebut merupakan opini individu maka tidak akan menjadi permasalahan. Jika opini tersebut menjadi opini publik dan menyangkut orang banyak dan berkaitan dengan kepentingan orang banyak maka akan timbul permasalahan. (Effendi, 1990:45)

2.2.2 Ciri-ciri Opini Publik

Astrid (1975) dalam bukunya “pendapat umum” menyatakan opini publik bersifat umum dan disampaikan oleh kelompok (sosial) secara kolektif dan tidak permanen. Istilah “publik” mengacu ke kelompok manusia yang berkumpul secara spontan dengan syarat-syarat:

1. Menghadapi persoalan tertentu
2. Berbeda opini mengenai persoalan tertentu dan berusaha mengatasinya
3. Mencari jalan keluar melalui diskusi. Di sini publik belum terbentuk dan belum terorganisir. Karena setiap publik memiliki persoalan menuntut perhatian maka dengan sendirinya terbentuk banyak publik

2.2.3 Unsur-unsur Opini Publik

Ada beberapa unsur opini menurut Sunarjo (1997), yang tidak bisa dilewatkan di antaranya sebagai berikut:

1. Kepercayaan (belief) adalah kepercayaan terhadap sesuatu. Kepercayaan adalah sistem penyimpanan yang berisi pengalaman kita di masa lalu meliputi pikiran, ingatan, dan interpretasi terhadap sesuatu.

2. Sikap (attitude) sikap yang dirasakan oleh seseorang. Meliputi komponen cognitive, affective, behavior.
 - a. Komponen cognitive (nalar) berkaitan dengan penalaran seseorang untuk mencerna dan menilai informasi yang diterima.
 - b. Komponen affective (perasaan) berkaitan dengan apa yang dirasakan seseorang seperti rasa senang, suka, sayang, takut, benci, bangga sampai bosan terhadap sesuatu.
 - c. Komponen behavior (tingkah laku) berkaitan dengan perilaku seseorang atau tindakan seseorang seperti berjalan, setuju, menolak dan sebagainya.
3. Persepsi (perception) adalah pengalaman tentang sebuah objek atau peristiwa yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dengan menyimpulkan sebuah informasi sehingga mendapat kesimpulan dari informasi tersebut. Ada empat faktor yang mempengaruhi persepsi:
 - a. Latar belakang budaya

Persepsi berkaitan dengan budaya di mana jika ada sekelompok orang memiliki latar budaya yang sama maka bukan tidak mungkin mereka memiliki persepsi yang sama.
 - b. Pengalaman masa lalu

Dengan adanya pengalaman masa lalu jika menafsirkan sebuah objek akan ada perbandingan dengan objek yang lain tidak berdasarkan dugaan semata ataupun pengalaman yang mirip dengan objek tersebut.
 - c. Nilai-nilai yang dianut

Komponen evaluatif didasari kepercayaan seseorang, mencakup fungsi, kebaikan, dan estetika.

d. Berita-berita yang berkembang

Berita yang dulu pernah ada kemudian diinterpretasikan dari individu atau kelompok hal tersebut yang menyebabkan lahirnya persepsi.

2.2.3 Pengukuran Opini

Opini itu sendiri tidak memiliki tingkatan atau strata, namun mempunyai arah (effendi,1990), antara lain:

1. Opini positif, jika opini yang ditampilkan secara eksplisit mendukung objek opini (individu memberikan pernyataan setuju).
2. Opini netral, apabila opini yang ditampilkan tidak memihak atau jika individu memberikan pernyataan ragu-ragu
3. Opini negatif, jika opini yang ditampilkan secara eksplisit atau secara implisit menolak atau mencela objek opini (individu cenderung memberikan pernyataan tidak setuju).

2.2.4 Faktor yang Mempengaruhi Opini Publik

Menurut Bernard Hennessy (1990) dalam buku pendapat umum mengemukakan 5 faktor munculnya pendapat umum (opini publik), yakni:

1. Adanya isi (*Presence of an issue*), harus terdapat konsensus yang didefinisikan sebagai situasi kontemporer yang mungkin tidak terdapat kesepakatan, paling tidak unsur kontroversi terkandung di dalamnya dan juga isu mengandung konflik kontemporer
2. Ciri publik (*Nature of Publics*), harus ada kelompok yang dikenal dan berkepentingan dengan persoalan itu
3. Pilihan yang sulit (*Complex of Preference*), mengacu pada totalitas opini para anggota masyarakat tentang suatu isu
4. Suatu pernyataan/opini (*Expression of Opinion*), berbagai pernyataan bertumpuk sekitar isu

5. Jumlah orang terlibat (*Number of Person involved*), opini publik adalah besarnya (*size*) masyarakat yang menaruh perhatian terhadap isu.

2.2.5 Pembentukan Opini

Menurut Santoso Sastropoetro (1990) yang mengutip George Carslake Thomson, jika publik menghadapi isu maka timbul perbedaan opini karena timbulnya:

- a. Perbedaan pandangan terhadap fakta.
- b. Perbedaan perkiraan tentang cara-cara terbaik untuk mencapai tujuan.
- c. Perbedaan motif yang serupa guna mencapai tujuan.

Dalam hubungannya dengan penilaian terhadap suatu opini publik, perlu diperhitungkan empat pokok, yaitu:

- a. Difusi, yaitu apakah opini yang timbul merupakan suara terbanyak, akibat adanya kepentingan golongan.
- b. *Persitence*, yaitu kepastian atau ketetapan tentang masa berlangsungnya isu karena di samping opini pun perlu diperhitungkan
- c. Intensitas, yaitu ketajaman terhadap isu
- d. *Resonableness*, atau pertimbangan-pertimbangan yang tepat dan beralasan (Helena Ollie:2007/54).

2.2.5 Karakteristik Opini Publik

Menurut Helena Ollie (2007:46-50), Opini Publik merupakan suatu pengumpulan cerita yang diciptakan proses komunikasi. Adanya perbedaan penafsiran menyebabkan terjadinya pergeseran-pergeseran dalam opini publik di antara peserta komunikasi. Perubahannya dalam opini publik adalah dinamika komunikasi sedangkan substansi opini publik tidak berubah karena ketika proses pembentukan opini publik berlangsung, pengalaman dari peserta komunikasi itu telah terjadi.

Ada beberapa karakter dalam opini publik yaitu sebagai berikut:

- a. Dalam opini publik terdapat isi, arah, dan identitas mengenai opini publik. Ciri-ciri ini menyangkut opini publik tentang tokoh politik (bisanya para tokoh politik sering menciptakan opini untuk mendukung programnya)
- b. Opini publik menimbulkan terjadinya kontroversi suatu wacana di masyarakat. Misalkan ada sesuatu wacana yang tidak disepakati oleh masyarakat menyeluruh.
- c. Opini publik mempunyai volume berdasarkan kenyataan bahwa kontroversi itu menyentuh semua orang yang merasakan konsekuensi langsung dan tidak langsung (misalkan seperti orang yang tidak terlibat dalam sebuah masalah tetapi mendapat konsekuensi dari permasalahan tersebut).
- d. Opini publik bersifat tetap. Karena opini publik dapat disampaikan melalui angka-angka.

2.2.6 Faktor Yang Mempengaruhi Opini Publik

Redi Panuju (2002), menegaskan dalam pergeseran yang terjadi ada beberapa faktor yang mempengaruhi opini publik, yaitu:

1. Faktor Psikologis

Tidak adanya kesamaan antara individu yang satu dengan yang lainnya, ada hanya kemiripan yang memiliki banyak perbedaan. Perbedaan-perbedaan atas individu bisa meliputi hobi, kepentingan, pengalaman, selera, dan kerangka berpikir, sehingga setiap individu berbeda dalam bentuk dan cara merespon terhadap stimulus atau rangsangan yang menghampirinya.

2. Faktor Sosiologis

Ada anggapan bahwa Opini Publik terlihat dalam interaksi sosial, misalnya pada:

- a. Saat mewakili citra superioritas, yaitu barang siapa menguasai opini publik maka ia akan mengendalikan orang lain. Apa yang disebut menguasai tidaklah tepat, sebab opini publik bukanlah barang tetapi karena Opini Publik bersifat dinamis maka keberpihakan pada kelompok atau individu yang memiliki keterdekatan hubungan.
- b. Opini Publik mewakili suatu kejadian, sehingga individu merasa keberadaannya dalam opini publik serta keterlibatannya sebagai bagian anggota masyarakat.
- c. Opini Publik berhubungan dengan citra, rencana dan operasi. Kenneth R. Boulding (1969), mengutarakan citra, rencana dan operasi merupakan matriks dari tahapan-tahapan kegiatan dalam situasi yang selalu berubah.
- d. Opini Publik disesuaikan dengan kemauan banyak orang. Untuk itu banyak orang berlomba memanfaatkan Opini Publik sebagai argumentasi atas alasan memutuskan sesuatu.
- e. Opini Publik identik dengan hegemoni ideologi kelompok atau pemerintah ingin tetap berkuasa, maka mereka harus mampu menjadikan ideologi kekuasaan menjadi dominan dalam opini publik.

3. Faktor Budaya

Budaya mempunyai pengertian yang beraneka ragam, budaya diartikan sebagai seperangkat nilai yang dipergunakan untuk mengelola kehidupan manusia, memelihara hidupnya, menjaga diri dari gangguan internal maupun eksternal serta mengembangkannya. Para budayawan di Indonesia sempat menggagas nilai-nilai yang seharusnya dikembangkan oleh bangsa Indonesia ke depan. Mereka membedakan budaya Jawa dan Batak, untungnya dalam masyarakat kita masing-masing kelompok

budaya dibekali nilai-nilai toleransi sehingga perbedaan hanya terkumpul dalam Opini Publik, tetapi tidak meledak dalam konflik terbuka.

Dalam bukunya Redy Panuju (2002) James Lull, menerangkan teori “*meme*” atau *memetics* yang dikembangkan sebelumnya oleh Richard Brodie (1996). Menurut Brodie, *meme* adalah suatu unit informasi yang tersimpan di benak seseorang yang mempengaruhi kejadian di lingkungan sedemikian rupa sehingga tertular di benak orang lain.

4. Faktor media massa

Menurut Redi Panuju mengutip Meyer, interaksi antara media dengan institusi masyarakat menghasilkan produk isi media. Oleh audiens, isi media diubah menjadi gugusan-gugusan makna. Hasil dari proses penyandian pesan itu, menurut Meyer sangat ditentukan oleh norma-norma yang berlaku dalam masyarakatnya, pengalaman yang lalu, kepribadian dan selektifitas dan penafsiran.

2.3 Studi KAP (*Knowledge, Attitude, and Practice*)

Seperti dikutip dari tesis A. Wicaksono (2012), studi dengan berbasis terhadap KAP sering kali digunakan di dunia selama 40 tahun terakhir, antara lain oleh Bank Dunia, Organisasi di Amerika Serikat, dan beberapa organisasi baik pemerintah maupun non pemerintah dalam ruang lingkup pengembangan masyarakat, edukasi, serta kesehatan masyarakat dan lingkungan (Crini dan Jullien;2009). Studi KAP berkonsentrasi pada pengetahuan, sikap dan praktik pada topik tertentu umumnya digunakan sebelum atau sesudah dilakukannya intervensi sehingga dapat mengukur keefektifan intervensi tersebut.

Survey KAP lebih banyak dirancang untuk area, budaya dan topik tertentu karena studi ini terfokus pada penilaian masyarakat secara alamiah. Studi KAP memperlihatkan bagaimana seseorang atau kelompok masyarakat yakin terhadap sesuatu yang spesifik, apa yang mereka ketahui dan bagaimana mereka berperilaku. Kadang kali mereka mengubah pengetahuan mereka pada topik

tertentu sehingga berpengaruh pada sikap yang mereka yakini benar dan praktik yang mereka lakukan sebagai hasil dari intervensi (Naylor;2010)

Studi KAP mengukur tingkat pengetahuan, sikap dan praktik pada sebuah komunitas. Hal ini juga dapat mengetahui tingkat pendidikan dari sebuah komunitas tersebut (Kaliyaperumal, 2004). Survey KAP merupakan studi yang representative pada populasi spesifik untuk mengumpulkan apa yang mereka ketahui, yakini dan lakukan (WHO, 2008). Studi ini menjelaskan tentang pengetahuan dan sikap responden mengenai topik tertentu dan bagaimana mereka mempraktikkan.

Sikap merupakan keyakinan mengenai biosekuriti yang menjadi landasan ide seseorang dan praktik merupakan cara untuk mendemonstrasikan pengetahuan dan sikap melalui perilaku. Dengan mengerti mengenai tingkat pengetahuan, sikap dan praktik maka akan meningkatkan efisiensi program penyuluhan dan pelatihan pada masyarakat (Kaliyaperumal, 2004).

Pada kebanyakan survey KAP, data dikoleksi secara lisan melalui wawancara menggunakan kuesioner yang terstruktur. Data tersebut kemudian dianalisa baik secara kuantitatif maupun kualitatif tergantung dari objek dan desain kajian. Survey KAP ini dapat dirancang secara spesifik untuk mengumpulkan informasi mengenai praktik dan keyakinan mengenai praktik kesehatan yang terkait di dalamnya (Crini dan Jullien, 2009).

Studi KAP dapat mengidentifikasi faktor-faktor dan resiko yang mempengaruhi perilaku kebanyakan orang, alasan mengenai sikap dan cara serta alasan mereka dalam bertindak. Survey KAP juga dapat mengetahui proses komunikasi dan sumber yang menjadi kunci untuk melakukan aktifitas pencegahan dan pengendalian penyakit.

Menurut WHO (2008), survey KAP dapat digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan, masalah dan rintangan dalam penyampaian program yang merupakan solusi untuk mengubah kualitas dan aksesibilitas pelayanan publik. Survey ini juga dapat dirancang untuk mengeksplorasi seluruh

penyelenggaraan pengendalian penyakit oleh pemerintah, universitas maupun organisasi non-pemerintah. (Wicaksono, 2012).

2.4 Wisatawan dan Pariwisata

Pariwisata berkembang karena adanya gerakan manusia di dalam mencari sesuatu yang belum diketahuinya, menjelajahi wilayah yang baru. Mencari perubahan suasana, atau untuk mendapat perjalanan baru (Robinson, 1976; Murphy, 1985). Pariwisata adalah keseluruhan dari elemen-elemen terkait (wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, maupun industri) yang merupakan akibat dari perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata, sepanjang perjalanan tersebut tidak permanen.

Ada beberapa komponen pokok yang secara umum disepakati di dalam memberikan batasan mengenai pariwisata yaitu:

- a. *traveler*, yaitu orang yang melakukan perjalanan antar dua atau lebih lokalitas.
- b. *Visitor*, yaitu orang yang melakukan perjalanan ke daerah yang bukan merupakan tempat tinggalnya, kurang dari 12 bulan, dan tujuan perjalanannya bukanlah untuk terlibat dalam kegiatan untuk mencari nafkah, pendapatan, atau penghidupan di tempat tujuan.
- c. *Tourist*, yaitu bagian dari visitor yang menghabiskan waktu paling tidak satu malam di daerah yang dikunjungi (WTO, 1995)

Semua definisi yang dikemukakan tentang pariwisata, meskipun berbeda dalam penekanan, selalu mengandung beberapa ciri pokok, yaitu:

- a. Adanya unsur travel (perjalanan), yaitu pergerakan manusia dari satu tempat ke tempat lainnya
- b. Adanya unsur 'tinggal sementara' di tempat yang bukan merupakan tempat tinggal yang biasanya
- d. Tujuan utama dari pergerakan manusia tersebut bukan untuk mencari penghidupan/pekerjaan di tempat yang dituju (Richardson and Fluker, 2004: 5)

Selanjutnya Mathieson and wall (1982) mengatakan bahwa mencakup tiga element utama, yaitu:

1. *a dynamic element*, yaitu travel ke suatu destinasi wisata
2. *a static element*, yaitu singgah di daerah tujuan
3. *a consequential element*, atau akibat dari dua hal diatas (khususnya pada masyarakat lokal), yang meliputi dampak ekonomi, sosial dan fisik dari adanya kontak dengan wisatawan.

2.4.1 Ciri-ciri Pariwisata

John Urry (1990) menyebutkan bahwa pariwisata mempunyai ciri-ciri seperti di bawah ini:

1. Pariwisata adalah aktivitas bersantai atau aktivitas waktu luang. Perjalanan wisata bukanlah suatu ‘kewajiban’, dan umumnya dilakukan pada saat seseorang bebas dari pekerjaan yang wajib dilakukan, yaitu pada saat mereka cuti atau libur
2. Hubungan-hubungan pariwisata terjadi karena adanya pergerakan manusia. Pergerakan ini terkait dengan dimensi ruang dan waktu. Gerakan dan kunjungan yang bersifat sementara mempunyai sifat yang berbeda dengan perpindahan penduduk secara permanen.
3. Dilihat dari sisi wisatawan, pariwisata adalah aktivitas yang dilakukan pada tempat dan waktu yang ‘tidak normal’. Tetapi ‘ketidak normalan’ ini hanya bersifat sementara, dan pelaku mempunyai keinginan yang pasti untuk kembali ke situasi ‘normal’ atau ke habitat asalnya.
4. Tempat dan atraksi yang dinikmati oleh wisatawan adalah tempat atau peristiwa yang tidak langsung berhubungan dengan pekerjaan atau kehidupan wisatawan.
5. Cukup banyak proporsi dari penduduk masyarakat modern terlibat dalam kegiatan pariwisata, sehingga pariwisata telah menjadi wahana sosialisasi baru.

6. Destinasi wisata yang dikunjungi acapkali dipilih berdasarkan khayalan atau fantas, atau karena citra (*image*) destinasi yang bersangkutan. Fantasi dan citra ini terbentuk dan terpelihara bukan saja melalui aktivitas kepariwisataan (promosi), melainkan yang tidak kalah pentingnya adalah melalui kegiatan non pariwisata, seperti karya akademis, pertemuan akademis (seminar, lokakarya), dan media massa.
7. Perjalanan wisata adalah sesuatu yang bersifat ‘tidak biasa’. Pengalaman yang diharapkan adalah pengalaman yang ‘lain dari biasanya’, atau sesuatu yang baru. Kualitas perjalanan wisata salah satunya ditentukan oleh kuantitas dan kualitas pengalaman baru ini.
8. Peran simbol dan penanda sangat besar di dalam keberhasilan sebuah destinasi wisata.
9. Setiap destinasi wisata selalu mengalami pembaharuan dan penambahan produk-produk baru, yang umumnya dilakukan oleh para profesional (kalangan usaha pariwisata). Pengembangan produk baru ini mempunyai implikasi yang sangat luas terhadap kebudayaan, karena munculnya pro-kontra terhadap berbagai modifikasi kebudayaan dalam *pseudo-traditional art*. Pengembangan produk-produk baru tersebut umumnya dilakukan oleh para profesional (khususnya kalangan swasta) dalam pariwisata.

2.4.2 Faktor Pendorong dan Penarik

Keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh kuatnya faktor-faktor pendorong dan faktor-faktor penarik. Faktor pendorong dan penarik ini sesungguhnya merupakan faktor internal dan eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan . Ryan (1991), dari kajian literaturnya menemukan berbagai faktor pendorong bagi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata seperti di bawah ini:

1. *Escape*. Ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan menjemukan, atau kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari.
2. *Relaxation*. Keinginan untuk rekuoerasi/penyegaran, yang juga berhubungan dengan motivasi untuk *escape* diatas.

3. *Play*. Ingin menikmati kegembiraan, melalui berbagai permainan. Yang merupakan pemunculan kembali sifat kekanak-kanakan, dan melepaskan diri sejenak dari berbagai urusan yang serius.
4. *Strengthening family bonds*. Ingin mempererat hubungan kekerabatan, khususnya dalam konteks VFR (Visiting Friends and Relations). Keakraban hubungan kekerabatan ini juga terjadi diantara anggota keluarga yang melakukan perjalanan bersama-sama, karena kebersamaan sangat sulit diperoleh dalam suasana kerja sehari-hari di negara industri.
5. *Prestige*. Untuk menunjukkan gengsi, dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, yang juga merupakan dorongan untuk meningkatkan status atau derajat sosial.
6. *Sosial interactionn*. Untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat, atau dengan masyarakat lokal yang dikunjungi.
7. *Romance*. Keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang bisa memberikan suasana romantis.
8. *Educational oportunity*. Keinginan untuk melihat sesuatu yang baru. Mempelajari orang lain atau daerah lain, atau mengetahui kebudayaan etnis lain. Ini merupakan pendorong yang dominan di dalam pariwisata.

2.4.3 Jenis-jenis Pariwisata

Menurut Pendit (1994), Pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Jenis-jenis pariwisata tersebut adalah sebagai berikut:

1. Wisata Budaya

Yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat mereka, budaya dan seni mereka, cara hidup mereka. Seiring perjalanan serupa ini disatukan dengan kesempatan-kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan-kegiatan budaya, seperti eksposisi seni atau kegiatan yang bermotif kesejarahan dan sebagainya.

2. Wisata Maritim atau Bahari

Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga di air, lebih-lebih di danau, pantai, teluk, atau laut, seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, belapan mendayung, melihat-lihat taman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan di daerah-daerah atau negara-negara maritim.

3. Wisata Cagar Alam (Taman Konservasi)

Untuk jenis wisata ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah, pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.

4. Wisata Konvensi

Merupakan jenis wisata yang dekat dengan politik. Berbagai negara pada dewasa ini membangun wisata konvensi ini dengan menyediakan fasilitas bangunan dengan ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya baik yang bersifat nasional maupun internasional.

5. Wisata Pertanian (Agrowisata)

Sebagai halnya wisata industri, wisata pertanian ini adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan ladang pembibitan dan sebagainya. Di mana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun melihat-lihat sekeliling sambil menikmati segarnya tanaman beraneka warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur-mayur dan palawija di sekitar perkebunan yang dikunjungi.

6. Wisata Buru

Jenis ini banyak dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen atau biro perjalanan. Wisata buru ini diatur dalam bentuk safari buru ke daerah atau hutan yang telah ditetapkan oleh pemerintah negara yang bersangkutan, seperti berbagai negeri di Afrika untuk berburu gajah, singa, ziraf dan sebagainya.

7. Wisata Ziarah

Jenis wisata ini sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat, dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata ziarah banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin yang diagungkan.

2.5 Pengelolaan Pariwisata

Pengelolaan Pariwisata haruslah pengelolaan yang berkelanjutan untuk menjadikan objek wisata tersebut sebagai daya tarik bagi wisatawan. Menurut Dutton dan Hall (1989) dalam peraturan menteri Kebudayaan dan Pariwisata, mengungkapkan; pengelolaan berkelanjutan adalah pengelolaan yang dapat memenuhi kebutuhan dan aspirasi manusia saat ini, tanpa mengorbankan potensi pemenuhan kebutuhan dan aspirasi manusia di masa mendatang.

Objek dan daya tarik wisata umumnya terdiri atas hayati dan non hayati, di mana masing-masing memerlukan pengelolaan sesuai dengan kualitas dan kuantitasnya, pengelolaan objek dan daya tarik wisata harus memperhitungkan berbagai sumber daya wisatanya secara berdayaguna, agar tercapainya sasaran yang diinginkan.

Dan dalam pengembangan wisata religi, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan oleh pengelola, yaitu:

1. Pembentukan forum rembuk masyarakat setempat untuk membahas pengembangan daya tarik wisata religi tematis keagamaan atau ziarah

muslim secara tepat dengan memperhatikan potensi kekayaan budaya lokal yang ada.

2. Perlu perlengkapan berupa pembuatan induk pengembangan Rencana Tata Bangunan dan Lingkungan (RTBL) dan dibahas secara lintas sektoral yaitu saling menghormati, saling percaya, saling bertanggung jawab , dan saling memperoleh manfaat.
3. Perlu dikembangkan pula “*Collavorative Management*” antara instansi-instansi yang berkepentingan (lintas sektor) dengan maksud untuk tetap menjaga kelestarian sejarah dan budaya yang ada. Adapun lintas sektor yang dimaksud yaitu: saling menghormati, saling percaya, saling bertanggung jawab, saling memperoleh manfaat (Suryono, 2004: 11-12)

2.5.1 Prinsip-prinsip Dasar Pengelolaan Pariwisata

Pengelolaan pariwisata haruslah mengacu pada prinsip-prinsip pengelolaan yang menekankan nilai-nilai kelestarian lingkungan lingkungan alam, komunitas, dan nilai sosial yang memungkinkan wisatawan menikmati kegiatan wisatanya serta bermanfaat bagi kesejahteraan komunitas lokal.

Menurut Cox (1985) dalam Dowling dan fennel, menyatakan. Pengelolaan pariwisata harus memperhatikan prinsip-prinsip berikut:

1. Pembangunan dan pengembangan pariwisata haruslah didasarkan pada kearifan lokal dan *special local sense* yang merefleksikan keunikan peninggalan budaya dan keunikan lingkungan
2. Preservasi, proteksi, dan peningkatan kualitas kualitas sumber daya yang menjadi basis pengembangan kawasan pariwisata
3. Pengembangan atraksi wisata tambahan yang mengakar pada khasanah budaya lokal
4. Pelayanan kepada wisatawan yang berbasis keunikan budaya dan lingkungan lokal
5. Memberikan dukungan dan legitimasi pada pembangunan dan pengembangan pariwisata jika terbukti memberikan manfaat positif, tetapi sebaliknya mengendalikan dan menghentikan aktifitas pariwisata tersebut

jika melampaui ambang batas lingkungan alam atau akseptabilitas sosial walaupun di sisi lain mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.

2.5.2 Prinsip-prinsip Penyelenggaraan Pariwisata

Dalam upaya meminimalisasi berbagai dampak negatif dan mengoptimalkan dampak positif pariwisata, lahirlah pemikiran untuk mengembangkan pariwisata yang lebih berpihak pada masyarakat di sekitar objek wisata, yang kemudian dikenal dengan istilah pariwisata berbasis komunitas /masyarakat atau bisa disebut juga dengan istilah *Community Based Tourism* (CBT). Di Indonesia penerapan CBT tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pada Bab 3 Pasal 5 yaitu Prinsip Penyelenggaraan Kepariwisataan. Di mana prinsip penyelenggaraan kepariwisataan adalah sebagai berikut:

1. Menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan.
2. Menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal.
3. Memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas
4. Memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup.
5. Memberdayakan masyarakat setempat
6. Menjamin keterpaduan antar sektor, antar daerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antar pemangku kepentingan.

Dengan demikian, Undang-Undang telah mengamanatkan bahwa pengembangan pariwisata indonesia harus mempertimbangkan kepentingan masyarakat

2.5.3 Kendala Dalam Pengelolaan Pariwisata

Berdasarkan hasil observasi terhadap pengelolaan kawasan wisata di objek wisata religi Aermata ibu dalam upaya peningkatan kualitas objek wisata dan jumlah pengunjung. Ada beberapa kendala yang perlu diidentifikasi dan dianalisis yaitu meliputi:

1. Belum efektifnya regulasi dalam rangka efektifitas pengembangan dan pengendalian pembangunan pariwisata. Berkenaan dengan itu otonomisasi daerah dalam pelaksanaan pembangunan dituntut adanya peraturan terhadap fungsi pelaksanaan secara optimal pada pengembangan kebudayaan dan pariwisata.
2. Kurangnya sarana dan prasarana pariwisata. Adanya sarana dan prasarana yang representatif pada kawasan site wisata merupakan daya tarik tertentu untuk dikunjungi wisatawan.
3. Tidak adanya koordinasi dan keterpaduan program antar stakeholder maupun sektor terkait. Peran serta keterlibatan stakeholders dalam pengembangan kebudayaan dan pariwisata masih sangat kurang, terutama dalam pengembangan suatu kawasan.
4. Kurangnya kualitas dan kuantitas sumber daya manusia pariwisata yang professional dan berkemampuan tinggi. Kurangnya kualitas human resources yang belum sesuai dengan apa yang diharapkan yakni *the right man and the right place*. Pelaku pariwisata sangat kurang jumlahnya dan kualitasnya tidak sesuai dengan sumber daya.
5. Belum optimalnya pengembangan pengelolaan dan pelestarian objek dan daya tarik wisata dan kebudayaan daerah. Perlunya pengembangan dan pelestarian kawasan destinasi, seperti untuk kawasan objek wisata budaya dan sejarah sebagai daerah destinasi dan objek pariwisata unggulan.
6. Belum optimalnya jaringan hubungan kemitraan yang berbasis kerakyatan. Diperlukan penanganan yang professional dari stakeholders keterlibatan stakeholders dalam usaha pengembangan pariwisata yang diarahkan kepada adanya kebersamaan (*mutuality*) pola pikir bersinergi dalam membangun pariwisata daerah.

2.5.4 Strategi Pengembangan Potensi Kepariwisata

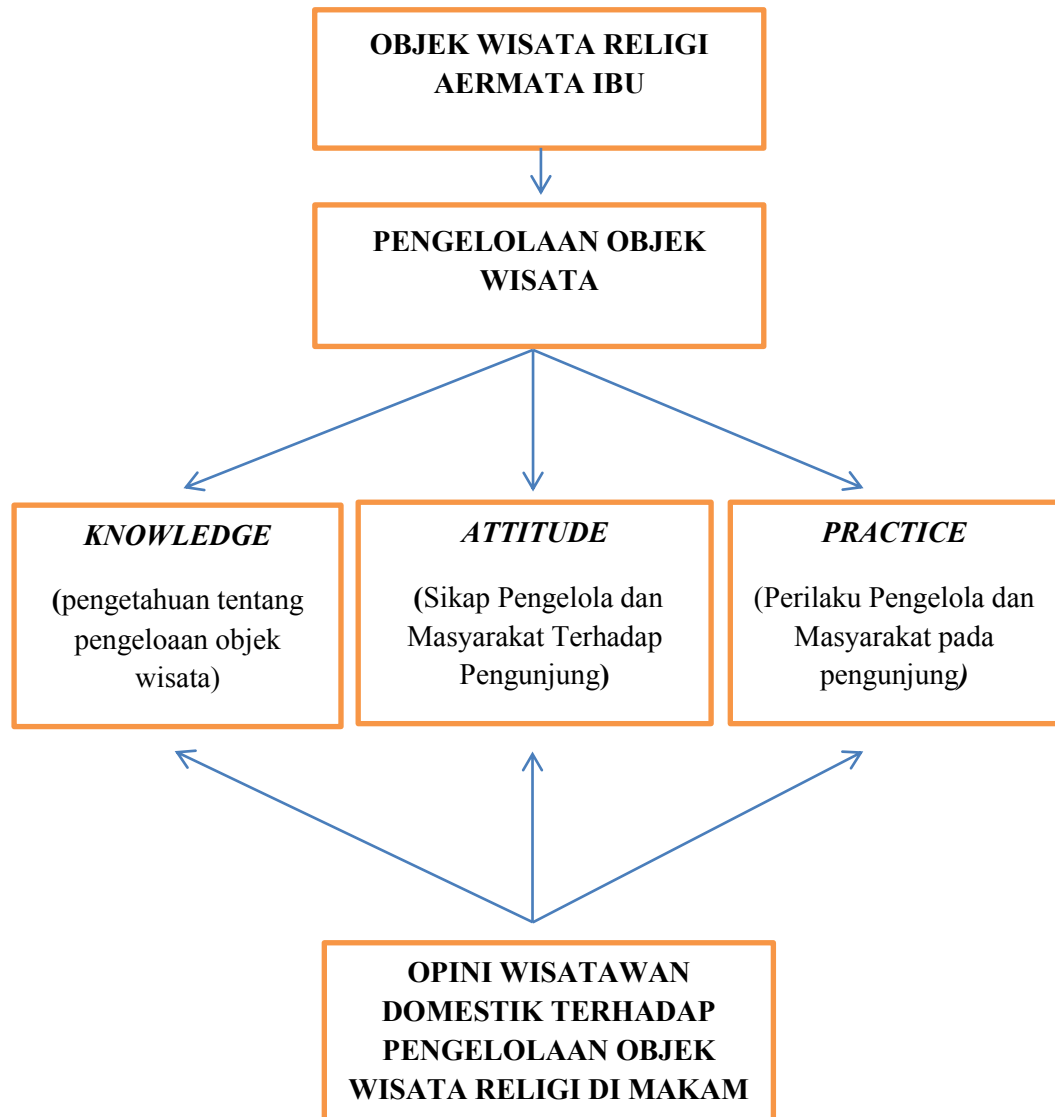
Strategi pengembangan Kawasan Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) meliputi:

1. Aspek Regulasi. Penguatan Instrumen kebijakan dan penguatan sistem regulasi pariwisata dalam pemanfaatan dan pengembangan fungsi kawasan untuk mendukung potensi pariwisata. Kelemahan yang mendasar pada birokrasi tidak lain adalah kelemahan dalam sistem koordinasi. Pada pemerintahan sekarang ini, banyak kebijakan lintas sektoral yang terbengkalai karena masalah birokrasi. Jika hendak mengatasi masalah itu, kita perlu membangun sistem koordinasi yang diwajibkan UU agar sektor terkait memberikan dukungan kuat terhadap kebijakan dan program untuk pencapaian tujuan dan sasaran pariwisata serta efektif untuk menyelesaikan masalah-masalah yang ada.
2. Aspek Manajemen Pembangunan Sarana Prasarana ODTW yang menunjang dan mencakup pengembangan infrastruktur kawasan wilayah pariwisata. Peningkatan dukungan sarana prasarana serta infrastruktur pendukungnya guna menunjang aksesibilitas objek dan atau kawasan yang telah ada. Adanya sarana dan prasarana yang representatif pada kawasan site wisata merupakan daya tarik tertentu untuk dikunjungi wisatawan
3. Aspek Manajemen Kelembagaan meliputi pemanfaatan dan peningkatan kapasitas institusi, mekanisme yang dapat mengatur berbagai kepentingan secara operasional serta koordinasi agar memiliki efisiensi tinggi. Meningkatkan kapabilitas dan efektifitas institusi kelembagaan terhadap fungsi dan peran dalam pembangunan pariwisata ditinjau dari aspek keterpaduan koordinasi dan interaksi yang sinergis antar stakeholder terkait.
4. Aspek SDM. Menggalang kapabilitas dan kemampuan SDM profesional serta mempunyai etos kerja yang tinggi dan senantiasa mengikuti dan meningkatkan penguasaan IPTEK dalam pengelolaan kawasan pariwisata. Kurangnya kualitas dan kuantitas sumber daya manusia pariwisata yang profesional dan berkemampuan tinggi dirasakan sampai saat ini, yang

mana human resources ini belum sesuai dengan apa yang diharapkan yakni the right man and the right place. Pelaku pariwisata sangat kurang jumlahnya dan kualitasnya tidak sesuai dengan sumber daya yang ada di dinas maupun di lapangan. Oleh karena itu diperlukan pendidikan dan pelatihan yang berkaitan dengan pengembangan Kebudayaan dan Pariwisata.

5. Aspek Manajemen Pemasaran dan promosi. Promosi adalah strategi pokok dalam pemasaran suatu industri wisata. Peran serta organisasi – organisasikepariwisataan mutlak diperlukan melalui program promosi wisata. Tindakan promosi harus berdasarkan pada analisis terhadap situasi dan permintaan pasar terkini. Ini berarti bahwa promosi yang dilakukan harus berdasarkan hasil analisis data penelitian tentang segmentasi pasar pariwisata, bukan merupakan pendapat dan perasaan penguasa atau pemegang yang memandang perlu atau tidaknya diadakan promosi.
6. Aspek Manajemen pengelolaan yang meliputi aspek fisik lingkungan, dan sosial ekonomi dari ODTW dengan profesionalisme dan pola pengelolaan ODTW yang siap mendukung kegiatan usaha pariwisata dan mampu memanfaatkan potensi ODTW secara lestari. Pembangunan, pemeliharaan dan peningkatan produktifitas pengelolaan potensi kawasan wisata (ODTW) yang potensial serta alternatif usaha pariwisata yang kreatif dan inovatif.

2.6 Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti (Ardial, 2014:262)

Purwanto (2008:44) menjelaskan secara historis, penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang awalnya digunakan alam. Metode itu mempengaruhi metode penelitian sosial dengan memahami kebenaran dari perilaku yang dapat diobservasi. Realitas dipahami sebagai sesuatu yang kebenaran final dan objektif. Kebenaran adalah yang tampak oleh indera. Realitas bersifat teratur, objektif dan terukur. Oleh karena itu dalam penelitian sosial, metode penelitian kuantitatif dikenal sebagai penelitian perilaku (*behavioral research*).

Menurut penelitian kuantitatif, kebenaran haruslah objektif, bebas dari prasangka penafsiran (*Valuefree*), tunggal, universal perspektif peneliti dan mereka yang diteliti ditempatkan sebagai objek, artifisial, positif, terbuka diuji, tampak dalam perilaku, terukur dan dapat diverifikasi. Sependapat dengan itu menurut Comte dalam Soekanto, (1997:444) Ilmu haruslah positif, memusatkan perhatian pada gejala yang nyata dan konkret tanpa halangan dan pertimbangan lainnya. Dalam penelitian kuantitatif, untuk mendapatkan objektivitas pengamatan itu maka pengumpulan data dilakukan menggunakan alat ukur atau instrumen penelitian (Purwanto, 2008:238)

3.2 Metode Survei Opini Publik

Metode survei adalah penelitian yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta tentang gejala-gejala atas permasalahan yang timbul. Dengan survei, menurut Faisal (2003:23), peneliti hendak menggambarkan karakteristik tertentu

dari suatu populasi, apakah berkenaan dengan sikap, tingkah laku, ataukah aspek sosial lainnya; variabel yang ditelaah disejajarkan dengan karakteristik yang menjadi fokus perhatian survei tersebut. karena dimaksudkan untuk menggambarkan karakteristik tertentu dari populasi, maka individu atau kelompok yang diteliti haruslah dapat mewakili populasi (representatif).

Survey dilakukan dengan melakukan pengamatan untuk mendapatkan keterangan-keterangan yang jelas terhadap suatu masalah tertentu dalam suatu penelitian. Penelitian dilakukan secara meluas dan berusaha mencari hasil yang segera dapat digunakan untuk suatu tindakan yang sifatnya deskriptif yaitu melukiskan hal-hal yang mengandung fakta yang fungsinya merumuskan dan melukiskan apa yang terjadi.

Penelitian survey merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pernyataan terstruktur atau sistematis yang sama kepada banyak orang sebagai sampel, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis. Pertanyaan yang terstruktur atau sistematis disebut kuesioner.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pertanyaan tertutup agar memudahkan sampel atau responden dalam menjawab dan mudah dianalisis oleh peneliti.

3.3 Definisi Konseptual

Definisi konseptual dari penelitian ini opini wisatawan makam Rato Ebu Arosbaya terhadap Pengemis yang meminta-minta pada Pengunjung, antara lain;

1) Opini Publik

Opini Publik adalah suatu jumlah dari pendapat individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan atas sebuah isu. Pembentukan Opini Publik dibentuk oleh publik yang selektif. Dalam penelitian Opini Publik ada tiga komponen yang mempengaruhi, diantaranya Pengetahuan (*Knowlegde*), Sikap (*Attitude*), dan Perilaku (*Practice*).

2) Makam Rato Ebu

Makam Rato Ebu di Arosbaya dipilih sebagai lokasi penelitian karena di kawasan pariwisata tersebut yang menurut peneliti pengelolaan objek wisatanya kurang baik dan jika dibandingkan dengan kawasan pariwisata lain yang ada di pulau Madura, di kawasan pariwisata religi Rato Ebu ini belum ada perkembangan yang begitu signifikan dalam upaya mengembangkan objek wisata religi, sehingga peneliti merasa lokasi wisata ini cocok untuk dijadikan suatu objek penelitian.

3) Wisatawan

Wisatawan adalah seseorang yang melakukan kegiatan wisata ke suatu tempat yang diinginkannya dengan tujuan untuk mengisi waktu luang, berlibur, mencari suasana baru, maupun untuk mengetahui suatu kebudayaan etnis lain.

Setiap bulannya Wisatawan yang berkunjung ke makam Rato Ebu sekitar 22.080 orang pengunjung yang datang untuk berpariwisata dan berziarah ke makam Rato Ebu.

4) Pengelolaan Pariwisata

Pengelolaan Pariwisata yaitu suatu hal yang seharusnya dilakukan oleh pihak yang memegang kepentingan di dalam suatu objek pariwisata guna untuk menjadikan objek wisata tersebut sebagai daya tarik bagi wisatawan. Hal tersebut bisa dilakukan dengan cara melakukan pengembangan dan pembaruan objek wisata religi itu sendiri yang dilakukan secara kerjasama oleh pihak pengelola, pemerintah setempat, maupun masyarakat sekitar.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996, Pengelolaan dan Pengusahaan objek dan daya tarik wisata meliputi:

1. Pembangunan sarana dan prasarana pelengkap beserta fasilitas pelayanan bagi wisatawan.
2. Pengelolaan objek dan daya tarik wisata termasuk sarana dan prasarana yang ada.

3. Penyediaan sarana dan fasilitas bagi masyarakat sekitar untuk berperan serta dalam kegiatan pengusahaan objek dan daya tarik wisata yang bersangkutan.

3.4 Kerangka Operasional

Kerangka operasional dari penelitian ini adalah:

1. Opini Publik
2. Wisatawan
3. Pengelolaan objek wisata
4. Makam Rato Ebu

3.5 Lokasi Penelitian

1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian Ini akan dilaksanakan pada bulan Mei 2017 sampai bulan Juni 2017 bertempat di kawasan wisata religi Aermata, desa Buduran kecamatan Arosbaya kabupaten Bangkalan.

2. Objek Penelitian

- **Pengelolaan objek wisata**

Pengelolaan objek wisata di kawasan wisata religi Aermata yang terletak di Desa Buduran Kecamatan Arosbaya Kabupaten Bangkalan Madura bisa dikatakan kurang begitu baik, hal ini bisa dilihat dari lambatnya perkembangan objek wisata religi tersebut. Hal ini bisa ditenggarai oleh buruknya pengelolaan oleh pengelola maupun kurangnya dukungan oleh pemerintah maupun masyarakat di sekitar objek wisata.

3.6 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiono (1997:59) mengatakan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sedangkan menurut hadjar (1996:133), populasi adalah kelompok besar individu yang mempunyai karakteristik umum yang sama.

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata makam Rato Ebu, sedangkan populasi sasaran dari penelitian ini adalah wisatawan yang mempunyai klasifikasi yang sesuai dengan tujuan penelitian yaitu:

- Pengunjung yang sudah berumur di atas 15 tahun
- Pengunjung yang bukan dari penduduk sekitar makam

Untuk memudahkan pemilahan data, peneliti menggunakan populasi jumlah pengunjung yang tercatat di buku tamu yang terdata periode : 29 September 2016 sampai 04 Oktober 2016 yaitu berjumlah 184 (hanya yang mengisi buku tamu) dan dalam satu rombongan bus yang misalnya berjumlah 30 orang, yang mengisi tamu hanya 1 orang jadi perkiraan jumlah pengunjung perminggunya sekitar $184 \times 30 = 5.520$ orang. Jika diperkirakan jumlah pengunjung dalam sebulannya sekitar $5.520 \times 4 \text{ minggu} = 22.080$ orang setiap bulannya.

2. Sampel

Menurut Soenarto (1987: 2), sampel adalah suatu bagian yang dipilih dengan cara tertentu untuk mewakili keseluruhan kelompok populasi. Kesamaan ciri sampel dengan populasi induknya menyebabkan sampel merupakan representasi populasi. Dengan kata lain, sampel yang diambil dari populasi bukan semata-mata sebagian dari populasi, tetapi haruslah representatif. Supaya sampel representatif maka sampel diambil sebagian dari populasi dengan cara tertentu yang dapat dipertanggung jawabkan.

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan prosedur pengambilan sampel secara acak atau random dikenal juga sebagai sampling peluang. Sampling peluang menurut sugiono (1997: 61) yaitu teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Penulis menggunakan prosedur pengambilan sampel ini dikarenakan pengunjung yang berkunjung ke objek pariwisata religi ini tidak menentu dan pengunjungnya selalu berubah-ubah, jadi prosedur ini dianggap cocok dikarenakan karakter dari pengambilan sampel ini yaitu setiap anggota memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel karena pengambilannya dilakukan secara acak.

a) Tingkat Kesalahan (*Sampling Error*)

Kesalahan sampling tidak dapat dihindari apabila penelitian dilakukan hanya atas sampel. Namun demikian, kesimpulan hasil penelitian sampel masih dapat diterima apabila tingkat kesalahannya masih dalam taraf yang dapat ditoleransi (*bound of error*). Maka dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan Tingkat Kesalahan (*sampling error*) sebesar 5%.

b) Tingkat Kepercayaan

Bila diinginkan tingkat kesalahan yang kecil atau tingkat kepercayaan yang besar maka dibutuhkan sampel yang jumlahnya besar. Tingkat kepercayaan ini nantinya yang akan menggambarkan seberapa besar hasil dari sampel yang berlaku untuk populasi. Dan dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95%

Dalam penelitian ini dalam menghitung ukuran sampel peneliti menggunakan Rumus sederhana Yamane (1967:99), dalam rumus ini menghitung ukuran sampel didasarkan pada pendugaan proporsi populasi. Misalnya, beberapa persen dari populasi menonton televisi, beberapa persen tidak. Rumus yamane ini syarat penggunaannya populasinya harus melebihi 500.

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d = jumlah signifikansi yang diinginkan (5% + 0,01)

Jumlah populasi pengunjung makam Rato Ebu = 22.080

Jika menggunakan Rumus di atas, jumlah sampel yang akan diambil oleh peneliti yaitu sebesar :

$$n = \frac{22.080}{(22.080)(0,5)^2 + 1} = \frac{22.080}{(22.080 \times 0,5 + 1)} = 378 \text{ sampel}$$

Selain menggunakan rumus di atas, untuk mengetahui jumlah sampel, peneliti menggunakan *Sample Size Calculator*. Yaitu alat yang berguna untuk menentukan jumlah sampel secara akurat. Dan cara penggunaannya adalah sebagai berikut:

Masuk ke situs www.surveysystem.com, kemudian pilih dan klik pada menu *research aids* kemudian pilih *sample size calculator* maka akan muncul tabel seperti gambar di bawah:

Determine Sample Size

Confidence Level: ☒ 95% ☐ 99%

Confidence Interval:

Population:

Sample size needed:

Kemudian tentukan tingkat kepercayaan yang diinginkan pada kolom *confidence level* , lalu kolom *confidence interval* untuk memasukkan jumlah tingkat kesalahan seperti kolom di atas 5, berarti tingkat kesalahannya (*sampling error*) 5%. Kemudian masukkan jumlah populasi pada kolom *population*. Setelah semua kolom terisi kemudian klik tombol *calculate* maka secara otomatis jumlah sampel yang dibutuhkan secara otomatis akan muncul di kolom *sample size needed*.

Dari perhitungan yang dilakukan oleh peneliti melalui *sample size calculator* yaitu telah diperoleh 378 sampel yang kemudian akan dibulatkan menjadi 400 untuk memudahkan pembagian sampel. Peneliti menentukan sampel yang akan diambil adalah mulai dari pengunjung yang sudah berusia di atas 15 tahun. Yaitu mulai dari kalangan remaja hingga dewasa.

3.7 Pengumpulan Data

1) Data Tunggal

Data tunggal adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian. Definisi data yang sebenarnya adalah satu koleksi fakta-fakta atau sekumpulan nilai numerik. Data sebenarnya mirip dengan definisi informasi, hanya saja informasi lebih lebih ditonjolkan segi pelayanan, sedangkan data lebih menonjolkan aspek materi (Bungin, 2005:119).

2) Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian, baik dari hasil wawancara maupun dari kuesioner. Dalam hal ini data primer merupakan hasil jawaban responden atas kuesioner yang telah disediakan peneliti.

3) Data Sekunder

Data sekunder berasal dari data primer yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar dan sebagainya sehingga menjadi lebih informatif bagi pihak lain.

4) Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian komunikasi, ada beberapa teknik pengumpulan data menurut Ardial (2014:367) yaitu:

a. Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari si peneliti terhadap objek penelitiannya, misalnya dalam melakukan eksperimen. Instrumen yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan maupun panduan pengamatan.

b. Wawancara

Wawancara adalah salah satu dari sekian teknik pengumpulan data yang pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung dengan diwawancarai, dan dapat juga secara tidak langsung. Misalnya, memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain. Instrumen yang digunakan dapat berupa pedoman wawancara atau *checklist*.

c. Kuesioner (Angket)

Menurut Umar (2002) kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan terhadap responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

3.8 Pengujian Validitas dan Reabilitas Instrumen

Menurut Bungin (2001), Validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana data yang ditampung pada suatu kuesioner akan mengukur apa yang diukur. Sedangkan Reabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama. Sebuah alat ukur dikatakan memiliki tingkat reabilitas yang tinggi apabila alat ukur tersebut memberikan hasil yang sama meskipun telah digunakan berkali-kali.

Dalam pengujian validitas dan reabilitas instrumen peneliti dalam penelitian ini akan menggunakan IBM SPSS Statistics 20 For Windows.

3.9 Metode Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tabel frekuensi yang digunakan untuk memberikan gambaran data yang diperoleh dari hasil jawaban yang telah diisi oleh responden pada kuesioner. Sebelum mengolah data, peneliti terlebih dahulu mengoreksi data yang telah terkumpul untuk kemudian dilakukan pengkodean. Proses pengkodean dilakukan untuk mempermudah dalam proses analisis data, pengkodean data selanjutnya dimasukkan dalam bentuk tabulasi yang kemudian dapat dianalisis secara kuantitatif.

Dengan bantuan IBM SPSS 20 For Windows data dikategorikan dalam bentuk tabel frekuensi yang kemudian diinterpretasikan sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas tentang Opini Wisatawan Terhadap Pengelolaan Objek Wisata Religi Di Makam Rato Ebu Arosbaya.