



Research Title - Judul Penelitian

Author (Penulis 1 (**Bukan Mahasiswa**))^{1*}, Times New Roman 12², Penulis¹, Penulis¹
[email1](#) , [email2](#) , [email3](#) , [email4](#)

¹Nama Universitas, Negara (University/ Affiliation Name, Country)

²Nama Universitas, Negara

Article Info

Submitted 5 April 2023

Revised 20 September 2023

Accepted 1 October 2023

Keywords:

Digital Museum;

Learning Experience;

Kata Kunci:

Museum Digital;

Pengalaman Belajar;

Abstract (no more than 200 words)

Write abstract in good English. Use Times New Roman 11 Italic with one spacing between lines, justified, consists of: brief background of the article (optional), purpose (contains objectives of the article or research questions), method (delivers data collection of the research or how the topic idea is elaborated), results or discussion, and implication of the paper. The number of word should be between 150-200 words.

Abstrak (tidak lebih dari 200 kata)

Abstrak berisi: latar belakang singkat dari artikel (opsional), tujuan (rumusan masalah atau pertanyaan penelitian), metode (teknik pengumpulan dan analisis data atau cara bagaimana ide dalam artikel ini disusun), temuan penelitian atau diskusi, dan implikasi artikel. Abstrak ditulis dalam bahasa Indonesia menggunakan *Times New Roman* 11 dengan 1 spasi, rata kanan, Jumlah kata dalam abstrak 150-200 kata.

D.O.I : dikosongkan

PENDAHULUAN - INTRODUCTION

Template ini disusun untuk membantu penulis dalam menyiapkan naskahnya. Format dalam templat ini adalah bentuk naskah yang diharapkan oleh editor. Untuk menggunakan templat ini: simpan (*Save As*) file ini dan ganti nama file menjadi “nama anda, judul artikel”.

Naskah artikel merupakan artikel yang disusun dari hasil penelitian ilmiah, studi literatur, atau refleksi penerapan konsep dilapangan. Rentang panjang manuskrip adalah 5.000-9.000 kata, tanpa *numbering* dan *bulleting*. Ukuran kertas format A4 (210 x 297 mm); dengan margin: bawah 3 cm, atas 3 cm, kiri 3 cm, dan kanan 3 cm.

Isi pendahuluan mengungkapkan latar belakang artikel, lingkup penelitian

atau literatur terkait sebelumnya, perbedaan antara artikel terkait dengan penelitian dan/ atau literatur sebelumnya yang memunculkan kebaruan artikel, tujuan penulisan, harapan yang ingin dicapai dari tulisan, manfaat ilmiah dari tulisan, dan gambaran singkat metode yang digunakan.

Tulisan bab atau bagian “PENDAHULUAN” menggunakan Times New Roman 12 tebal, huruf kapital dengan spasi atas dan bawah 6pt. Isi pendahuluan menggunakan Times New Roman 12 normal, margin kiri dan kanan lurus dengan spasi atas dan bawah 0 pt. Tulisan keseluruhan dalam bentuk paragraf tanpa *numbering*, dan *bulleting*.

Tabel 1. Data Hasil Survey Pra Penelitian Pemilihan Jenis Wisata

No	Pertanyaan	Pilihan 1 (%)	Pilihan 2 (%)	Pilihan 3 (%)	Hasil Dominan
1	Jenis Kelamin	Laki-laki (52,8%)	Perempuan (48,2%)	-	Laki-laki
2	Usia	15-25 Tahun (100%)	-	-	Usia 15-25 Tahun
3	Status Pekerjaan		Mahasiswa (100%)		Mahasiswa
4	Pilihan <i>Refreshing</i>	Mengunjungi Café (30,6%)	<i>Travelling</i> (55,6%)	Olahraga (13,8%)	<i>Travelling</i>
5	Pilihan Jenis Wisata	Wiata Budaya (8,6%)	Wisata Alam (34,3%)	Wisata Minat Khusus (57,1%)	Wisata Minat Khusus
6	Pilihan Destinasi Wisata	Bukit Jayagiri (62,9%)	Braga City Walk (22,9%)	Saung angklong Udjo (14,3%)	Bukit Jayagiri

Sumber : Olahan peneliti 2017

Berdasarkan Tabel 1, jenis wisata yang paling banyak diminati oleh wisatawan muda, dan antusiasme para responden lebih memilih bekunjung ke destinasi wisata minat khusus dibanding jenis destinasi wisata yang lainnya.

TINJAUAN PUSTAKA – LITERATURE REVIEW

Sub Bagian Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka berisi pembahasan mengenai literatur-literatur ilmiah yang terkait dengan topik dan konteks penelitian atau bahasan yang sedang dilakukan. Pada bagian ini, peneliti membandingkan, mengontraskan, dan memposisikan

kedudukan masing-masing penelitian yang dikaji melalui pengaitan dengan masalah yang sedang dikaji. Berdasarkan kajian tersebut, peneliti menjelaskan posisi/ pendiriannya disertai dengan alasan-alasan yang logis. Bagian ini dimaksudkan untuk menampilkan "mengapa dan bagaimana" teori dan hasil penelitian para pakar terdahulu diterapkan oleh penulis dalam konstruksi berpikirnya, misalnya dalam merumuskan asumsi-asumsi penelitiannya.

Judul bab atau bagian “TINJAUAN PUSTAKA” menggunakan Times New Roman 12 tebal, huruf kapital dengan spasi atas dan bawah 6pt. Sementara judul sub-bab atau sub-bagian menggunakan Times New Roman 12 tebal. Isi tinjauan

pustaka menggunakan Times New Roman 12 normal, margin kiri dan kanan lurus dengan spasi atas dan bawah 0 pt. Tulisan keseluruhan dalam bentuk paragraf tanpa *numbering*, dan *bulleting*.

Contoh

Faktor Motivasi Wisata (Sub Judul)

Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan “*trigger*” dari proses perjalanan wisata. Menurut Ryan (dalam Pitana, 2005, hlm.67) terdapat beberapa faktor pendorong (*Push Factor*) seseorang dalam melakukan perjalanan wisata, faktor tersebut adalah:

1. *Escape*, ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasa menjemukan, atau kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari
2. *Relaxation*, keinginan untuk mendapatkan penyegaran yang juga berhubungan dengan motivasi untuk *escape* di atas
3. *Play*, ingin menikmati kegembiraan melalui berbagai permainan yang merupakan pemunculan kembali dari sifat kekanak-kanakan, dan melepaskan diri dari berbagai urusan yang serius
4. *Strengthening family bonds*, ingin mempererat hubungan kekerabatan. Hubungan kekerabatan ini 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 dan derajat sosial
6. *Social interaction*, untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat dan masyarakat lokal yang dikunjungi
7. *Educational opportunity*, atau keinginan untuk melihat sesuatu yang baru, mempelajari orang lain atau daerah lain

atau untuk mengetahui kebudayaan etnis lain.

8. *Self-fulfilment*, keinginan untuk menemukan diri sendiri karena diri sendiri biasanya ditemukan pada saat kita menemukan daerah lain yang baru
9. *Romance*, keinginan untuk bertemu seseorang yang bisa memberikan suasana romantic, atau untuk memenuhi kebutuhan seksual.
10. *Wish fulfillment*, keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi yang lama dicita-citakannya sampai mengorbankan diri dengan cara berhemat agar bisa melakukan perjalanan.
11. *Financial Security*, kemampuan *financial* masyarakat.
12. *Leisure Time*, menggunakan waktu senggang yang dimiliki

Sementara menurut Wibisono terdapat beberapa faktor penarik (*Pull Factor*) yang merupakan *destination specific attributes*. Berbagai faktor penarik yang seharusnya dimiliki oleh daerah tujuan wisata untuk menjadi destinasi pilihan adalah yang memenuhi “*needs dan wants*” yaitu:

1. Cuaca / Iklim Destinasi.
2. Transportasi, Akses.
3. Atraksi Pariwisata.
4. *Amenities*
5. Adanya keterlibatan lembaga pariwisata
6. Lingkungan hidup yang alami juga yang buatan

Wisatawan Muda

Wisatawan usia remaja atau muda merupakan wisatawan yang potensial dan kelak dapat menjadi pangsa pasar yang besar. Menurut Ismayanti (2010, hlm. 53) wisatawan usia remaja atau muda ini termasuk kedalam wisatawan yang diklasifikasikan dalam karakteristik sosio-demografis berdasarkan umur dengan ciri-ciri sebagai berikut:

1. Melakukan kegiatan wisata untuk melakukan interaksi sosial pada lingkungan
2. Melakukan kegiatan wisata secara berkelompok dan terorganisir

3. Menyukai tantangan dalam kegiatan wisata
4. Melihat *prestige* ketika melakukan kegiatan wisata
5. Memiliki keterbatasan waktu
6. Ingin mengenal daerah wisata secara mendalam
7. Tingkat permintaan pelayanan tinggi

Sedangkan jika diklasifikasikan kedalam usia berdasarkan ciri-ciri wisatawan diatas, yang disebut wisatawan usia remaja atau muda adalah wisatawan yang berusia remaja dan anak muda atau berdasarkan departemen kesehatan dinyatakan pada usia 12 sampai 25 tahun.

Wisata Minat Khusus Petualangan (*Adventure Special Interest Tourism*)

Menurut Medlik (1993, hlm. 154) wisata minat khusus merupakan sebuah istilah umum berlibur bagi wisatawan yang memiliki minat yang khusus, seperti seni, pendidikan, kegemaran, olah raga dan kegiatan alam terbuka. Hal ini merupakan salah satu segmentasi pasar pariwisata yang berkembang pesat sekarang ini, dengan dibantu dengan banyaknya penyedia fasilitas yang benar-benar ahli di bidang ini.

Dapat dikatakan wisata minat khusus merupakan segmentasi dari pariwisata yang berusaha untuk menyediakan kebutuhan dari wisatawan tersebut. Dengan demikian wisata minat khusus dapat diartikan sebagai wisata yang menyediakan fasilitas pendukung bagi wisatawan yang memiliki ketertarikan khusus seperti seni, olahraga, pendidikan, kegemaran, dan kegiatan alam terbuka.

Menurut Anindita (2010) bahwa Wisata minat khusus petualangan dapat didefinisikan sebagai bentuk perjalanan wisata yang dilakukan di suatu lokasi yang memiliki atribut fisik yang menekankan unsur tantangan, rekreatif, dan pencapaian keinginan seorang wisatawan melalui keterlibatan/ interaksi dengan unsur alam.

Wisatawan yang terlibat dalam wisata minat khusus dibagi menjadi 2 antara lain:

1. Kelompok Ringan (*Soft Adventure*)

Kelompok yang melihat keterlibatan dirinya lebih merupakan keinginan untuk

mencoba aktivitas baru, sehingga tingkat tantangan yang dialami cenderung pada tingkat ringan sampai rata-rata.

2. Kelompok Berat (*Hard Adventure*)

Kelompok yang memandang keikutsertaannya dalam kegiatan wisata minat khusus petualangan lebih merupakan sebagai tujuan atau motivasi utama, sehingga cenderung terlibat lebih aktif dan serius pada kegiatan yg diikuti. Kelompok ini cenderung mencari produk yg menawarkan tantangan di atas rata-rata.

Berdasarkan pengertian diatas maka pengertian wisata minat khusus petualangan adalah suatu ketertarikan seseorang yang berkaitan dengan hobi dimana wisatawan akan datang ke obyek wisata yang memiliki atribut fisik yang menantang.

METODE – RESEARCH METHOD

Bagian ini merupakan bagian artikel yang menjelaskan prosedural, yakni bagian yang memberikan penjelasan dan deskripsi bagaimana penulis merancang alur penelitian atau kajiannya, mulai dari pendekatan yang diterapkan, instrumen yang digunakan, tahapan pengumpulan data yang dilakukan, hingga langkah-langkah analisis atau interpretasi yang dijalankan. Bila artikel yang akan diterbitkan merupakan artikel hasil penelitian, maka bagian metode ini sekurang-kurangnya menjelaskan tentang jumlah dan karakteristik partisipan, dasar pertimbangan pemilihannya serta cara menentukan besaran partisipan atau narasumber (sampel bila dalam penelitian kuantitatif), penyusunan serta penjelasan terkait instrument penelitian, prosedur penelitian (memaparkan secara kronologis langkah-langkah penelitian yang dilakukan) dan metode dalam melakukan analisis data. Untuk jenis penelitian kuantitatif, perlu dijelaskan metode dan jenis analisis statistik yang digunakan, sementara untuk penelitian kualitatif, peneliti perlu menjelaskan mengenai rencana atau langkah-langkah dalam melakukan analisis mulai dari

identifikasi, kategorisasi, kodifikasi, reduksi, pemetaan pola, dan sintesis dari hasil pelaksanaan rangkaian analisis data. Pada beberapa kasus yang dianggap sensitif, peneliti berkewajiban menjelaskan pertimbangan etik dari penelitian tersebut.

Contoh

Berdasarkan rumusan masalah yang diteliti maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis faktor. Menurut Santoso (2006) proses dari analisis faktor yakni menemukan hubungan antar variabel yang mandiri satu sama lain, dan pada akhirnya dapat dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah awal. Dapat kita simpulkan bahwa tujuan analisis faktor adalah melakukan identifikasi hubungan antar variabel (*data summarization*) dan membuat kelompok variabel baru untuk menggantikan variabel tertentu (*data reduction*) (Santoso, 2006).

Proses yang dilakukan dalam penelitian analisis faktor ini adalah menentukan indikator variabel yang akan di analisis, menguji validitas dan reliabilitas variabel, menguji variabel yang telah valid dan reliabel dengan metode *Bartlett's test of sphericity* serta pengukuran *MSA*, selanjutnya adalah *factoring*, rotasi faktor, interpretasi faktor yang terbentuk, dan komparasi hasil temuan faktor baru dengan faktor yang ada dalam penelitian sebelumnya. Penelitian ini menggunakan SPSS 23.0 sebagai alat bantu pengolahan data. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 200 orang dengan menggunakan *metode purposive sampling* dengan rumus slovin. Penentuan indikator-indikator variable didasarkan pada faktor pendorong motivasi wisatawan menurut Ryan (dalam Pitana dan Gayatri 2005, hlm. 67), dan faktor penarik motivasi wisatawan menurut Wibisono.

Indikator dalam penelitian ini dapat dilihat di tabel operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 2. Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala	No. Item
Faktor pendorong motivasi wisatawan	<i>Escape</i>	● Perbedaan rutinitas sehari-hari	Ordinal	1
		● Perbedaan lingkungan dan suasana di tempat tinggal dengan lingkungan di kawasan wisata	Ordinal	2
	<i>Relaxation</i>	● Dapat bersantai dengan suasana baru	Ordinal	3
		● dapat merelaksasi tubuh dari kejenuhan rutinitas sehari-hari	Ordinal	4
	<i>Play</i>	● Melakukan kunjungan untuk bermain	Ordinal	5
		● Melakukan kunjungan untuk mendapatkan kesenangan	Ordinal	6
	<i>Strengthening Family Bonds</i>	● Melakukan kunjungan dengan tujuan mengunjungi sanak saudara	Ordinal	7
		● Kawasan yang dikunjungi memiliki kenangan bersama keluarga	Ordinal	8
	<i>Prestige</i>	● Berkunjung ke kawasan untuk meningkatkan status sosial	Ordinal	9
		● Kawasan yang dikunjungi memiliki <i>image</i> mewah dan bergengsi	Ordinal	10
	<i>Social Interaction</i>	● Bisa melakukan berbagai interaksi sosial di kawasan	Ordinal	11
		● Berkunjung ke kawasan bersama teman-teman	Ordinal	12
	<i>Educational</i>	● Kawasan memiliki atraksi dan fasilitas yang mendukung untuk wisata edukasi	Ordinal	13
		● Memiliki tujuan berkunjung untuk melakukan penelitian	Ordinal	14
	<i>Self-Fulfillmet</i>	● Berkunjung untuk mengetahui perilaku masyarakat	Ordinal	15
		● Berkunjung untuk mengetahui perilaku wisatawan	Ordinal	16

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala	No. Item
	<i>Wish-Fulfillment</i>	● Kawasan merupakan tempat yang sudah lama ingin dikunjungi	Ordinal	17
		● Memiliki harapan untuk melakukan aktivitas wisata	Ordinal	18
	<i>Financial security</i>	● Tingkat dorongan keungan untuk melakukan rekreasi	Ordinal	19
		● Adanya finansial yang cukup dialokasikan untuk rekeasi	Ordinal	20
	<i>Leisure time</i>	● Tersedianya waktu luang	Ordinal	21
		● Adanya musim liburan	Ordinal	22
Faktor penarik motivasi wisatawan	Cuaca / Iklim	● Perbedaan musim destinasi asal dengan destinasi yang akan dikunjungi	Ordinal	23
		● Cuaca/iklim khas yang ada didestinas yang akan dikunjungi	Ordinal	24
	Destinasi	● Transportasi yang mendukung untuk menuju lokasi	Ordinal	25
		● Biaya yang harus dikeluarkan untuk melakukan perjalanan	Ordinal	26
	Transportasi, Akses	● Keindahan alam	Ordinal	27
		● Perbedaan adat dan budaya	Ordinal	28
	<i>Attraction</i>	● Kondisi infrastruktur mendukung untuk melakukan kegiatan wisata	Ordinal	29
		● Kelengkapan sarana prasarana	Ordinal	30
	Aspek kelembagaan	● Adanya lembaga pariwisata yang akan mendukung sebuah destinasi layak untuk dikunjungi.	Ordinal	31
		● Ketersediaan fasilitas pendukung seperti bank, rumah sakit, <i>restaurant</i> atau <i>café</i>	Ordinal	32
Lingkungan hidup yang alami juga yang buatan	● Adanya kawasan alami yang mendukung wisata minat khusus	Ordinal	33	
	● Adanya kawasan buatan yang mendukung wisata minat khusus	Ordinal	34	

Sumber : Olahan peneliti 2018

HASIL DAN PEMBAHASAN – *RESULT AND DISCUSSION*

Isi hasil dan pembahasan mengungkapkan temuan dan/ atau pembahasan topik artikel. Jika artikel berjenis *research paper*, maka hasil penelitian berisikan data lapangan yang diperoleh melalui angket, survei, dokumen, interview, observasi dan teknik pengumpulan data lainnya. Hasil temuan penelitian kemudian dianalisis dan diinterpretasi hingga menemukan sintesis atau teori tertentu. Jika artikel berjenis *conceptual paper*, bagian ini berisikan diskusi pemikiran antara hasil kajian atau pemikiran penulis dengan referensi atau literatur sebelumnya. Sitasi dan pengutipan menggunakan **APA style 7th Edition** dan menggunakan *software* manajemen referensi. Dewan Editor merekomendasikan penggunaan manajemen referensi **Mendeley**

untuk penulisan artikel yang akan diterbitkan pada JITHOR.

Peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 200 Responden yang merupakan mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia yang tergabung dalam UKM-UKM Pecinta Alam. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner kepada 200 orang responden didapatkan rekapitulasi karakteristik wisatawan sebagai berikut.

Uji *KMO* dan *Bartlett* dilakukan untuk menunjukkan korelasi antar faktor secara keseluruhan. Tabel 4 menunjukkan nilai *KMO* sebesar 0.849 (lebih besar dari 0.5) menunjukkan sampel sudah cukup. Angka signifikansi adalah 0 (nol) lebih kecil dari 0.5 menunjukkan tiap variabel yang ada dapat dianalisis lebih lanjut.

Selanjutnya adalah penyaringan variabel dengan mengeliminasi faktor yang memiliki nilai *MSA* kurang dari 0.5. tabel

MSA Anti-Image Correlation adalah sebagai berikut:

Tabel X. Nilai MSA Tabel Anti-Image Correlation

No	Variabel	Nilai MSA
1	Keluar dari rutinitas sehari-hari	859
2	Mencari suasana baru	870
3	Bersantai dan merelaksasi tubuh	873
4	Menyegarkan pikiran dan tenaga	816
5	Bermain di tempat wisata	813
6	Melakukan aktivitas yang menyenangkan	879
7	Berwisata untuk bertemu keluarga	785
8	Bernostalgia dengan keluarga	788
9	Untuk meningkatkan status social	599
10	Citra atau <i>image</i> yang berkelas yang didapat karena mengunjungi tempat tersebut	602
11	Untuk berinteraksi social	845
12	Kebersamaan dengan sahabat	901
13	Mencari Pengetahuan baru di destinasi wisata	866
14	Mencari Referensi untuk suatu hal/untuk penelitian	828
15	Mengetahui perilaku warga local	765
16	Mencari tahu perilaku wisatawan	737
17	Mencapai Keinginan untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut	822
18	Memenuhi harapan untuk sekedar berwisata	825
19	Adanya kelebihan dana atau tabungan	827
20	Ada dana khusus untuk berwisata	832
21	Adanya waktu luang	777
22	Adanya Long holiday	761
23	Iklim yang berbeda dengan daerah asal	832

No	Variabel	Nilai MSA
24	Ciri khas cuaca kawasan	871
25	Kemudahan akses transportasi	875
26	Harga/tarif transportasi yang murah	892
27	<u>Daya tarik utama</u> obyek wisata	884
28	keunikan adat dan budaya obyek wisata	888
29	Keberagaman aktivitas (berfoto, mengamati keindahan lokasi, melakukan aktivitas menantang adrenalin, dan <i>refresh</i> diri)	894
30	Ketersediaan fasilitas (Restoran, Toko Cinderamata, Toilet dan kamar mandi)	899
31	Promosi Destinasi yang dilakukan oleh pemerintah dalam program <i>wonderfull</i> Indonesia	937
32	Ketersediaan fasilitas pendukung (seperti Bank, rumah sakit, <i>restaurant</i> atau <i>café</i>)	895
33	Keindahan Lingkungan hidup yang alami	932
34	Keunikan Lingkungan hidup buatan	933

Sumber : *Pengolahan Data SPSS 23.0, 2018*

Hasil yang ditunjukkan dalam tabel 5 menunjukkan semua faktor yang ada di tabel 5 dapat dianalisis lebih lanjut karena semua nilai *MSA* > 0,5. Selanjutnya dilakukan analisis *communalities* untuk menunjukkan seberapa besar faktor-faktor yang ada dapat dijelaskan. Berikut adalah tabel *Communalities*:

Tabel 6. Tabel Communalities

	Initial	Extraction
Keluar dari rutinitas sehari-hari	1.000	.600
Mencari suasana baru	1.000	.697
Bersantai dan merelaksasi tubuh	1.000	.747
Menyegarkan pikiran dan tenaga	1.000	.746
Bermain di tempat wisata	1.000	.518
Melakukan aktivitas yang menyenangkan	1.000	.550
Berwisata untuk bertemu keluarga	1.000	.714
Bernostalgia dengan keluarga	1.000	.669
Untuk meningkatkan status social	1.000	.817

	Initial	Extraction
Citra atau <i>image</i> yang berkelas yang didapat karena mengunjungi tempat tersebut	1.000	.788
Untuk berinteraksi sosial	1.000	.564
Kebersamaan dengan sahabat	1.000	.694
Mencari Pengetahuan baru di destinasi wisata	1.000	.571
Mencari Referensi untuk suatu hal/untuk penelitian	1.000	.702
Mengetahui perilaku warga local	1.000	.721
Mencari tahu perilaku wisatawan	1.000	.733
Mencapai Keinginan untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut	1.000	.770
Memenuhi harapan untuk sekedar berwisata	1.000	.639
Adanya kelebihan dana atau tabungan	1.000	.687
Ada dana khusus untuk berwisata	1.000	.625
Adanya waktu luang	1.000	.783
Adanya <i>Long holiday</i>	1.000	.773
Iklim yang berbeda dengan daerah asal	1.000	.581
Ciri khas cuaca kawasan	1.000	.715
Kemudahan akses transportasi	1.000	.734
Harga/tarif transportasi yang murah	1.000	.695
Daya tarik utama obyek wisata	1.000	.659
keunikan adat dan budaya obyek wisata	1.000	.713
Keberagaman aktivitas (berfoto, mengamati keindahan lokasi, melakukan aktivitas menantang adrenalin, dan merefresh diri)	1.000	.675
Ketersediaan fasilitas (Restoran, Toko Cinderamata, Toilet dan kamar mandi)	1.000	.728
Promosi Destinasi yang dilakukan oleh pemerintah dalam program <i>wonderfull Indonesia</i>	1.000	.698
Ketersediaan fasilitas pendukung (seperti Bank, rumah sakit, <i>restaurant</i> atau <i>café</i>)	1.000	.701
Keindahan Lingkungan hidup yang alami	1.000	.574
Keunikan Lingkungan hidup buatan	1.000	.591

Extraction Method: *Principal Component Analysis*.

Sumber : *Pengolahan Data SPSS 23.0, 2018*

Hasil dari tabel tersebut yang memiliki peranan dimensi terbesar adalah variabel meningkatkan status sosial (0,817) dan yang terkecil adalah Bermain di tempat wisata

(0,518). Hal ini disimpulkan karena semakin besar nilai dari communalities maka semakin besar karakteristik variabel asal yang dapat diwakili oleh faktor yang terbentuk.

Setelah analisis *communalities* selesai maka proses penelitian dilanjutkan ke langkah berikutnya yaitu analisis *Total Variance Explained*. Analisis ini menunjukkan besarnya persentase keragaman total yang mampu diterangkan oleh keragaman faktor yang terbentuk. Hanya faktor yang memiliki nilai *Eigenvalues* lebih besar sama dengan 1 yang dapat dipertahankan. Berikut adalah tabel *Total Variance Explained*:

Pada proses sebelumnya, masih terdapat keraguan karena nilai korelasi masih diragukan maka, dilanjutkan dengan proses analisis selanjutnya yaitu rotasi faktor, berikut merupakan hasil rotasi faktor. Dari tabel 7 di atas, pada hasil rotasi dapat diketahui nilai masing-masing indikator dikelompokkan ke dalam tujuh faktor baru dengan melihat nilai korelasi terbesar dari suatu faktor, akan masuk ke dalam faktor tersebut. Berikut merupakan hasil analisis rotasi faktor dari tabel *Rotated Component Matrix* yaitu:

1. Faktor satu: *Financial security*, Cuaca Iklim Destinasi, Transportasi (Akses), *Amenities*, Aspek kelembagaan, Lingkungan hidup yang alami juga yang buatan
2. Faktor dua: *Relaxation*, *Escape*, *Play*, *Attraction*
3. Faktor tiga: *Prestige*, *Strengthening Family Bonds*
4. Faktor empat: *Leisure time*
5. Faktor lima: *Educational*, *Self-Fulfillment*
6. Faktor enam: *Wish-Fulfillment*
7. Faktor tujuh: *Social Interaction*

Ketujuh kelompok faktor tersebut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan muda dalam mengunjungi destinasi wisata minat khusus. Untuk menunjukkan apakah faktor yang terbentuk sudah tidak memiliki korelasi lagi

satu sama lain. Berikut adalah hasil dari *Component Transformation Matrix*.

Tabel 8. Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6	7
1	.692	.579	.035	.251	.087	.289	.177
2	.468	-.567	.640	.012	.193	-.101	-.044
3	-.316	.335	.371	-.434	.645	.114	.181
4	-.437	.049	.363	.803	.048	.155	.059
5	.077	-.380	-.561	.236	.661	.191	.079
6	.024	.012	-.060	.105	.008	-.634	.764
7	.074	.291	-.039	.191	.316	-.656	-.584

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Sumber: Pengolahan Data SPSS 23.0, 2018

Dari tabel 8 *Component Transformation Matrix* di atas, dapat dilihat bahwa nilai-nilai korelasi yang terdapat pada diagonal utama berkisar dan diatas 0,5 yaitu 0,692; 0,640; 0,645; 0,803; 0,661; 0,764; 0,316. Hal ini menunjukkan bahwa ketujuh faktor yang terbentuk sudah tepat karena memiliki korelasi yang tinggi pada diagonal utamanya. Berikut adalah penamaan tujuh faktor baru yang terbentuk :



Gambar 1. Faktor Baru yang terbentuk

Sumber: Hasil Olahan penulis 2018

Berdasarkan gambar 1, diketahui bahwa terbentuk tujuh faktor baru yang memotivasi wisatawan muda dalam melakukan aktivitas wisata minat khusus, yaitu :

1. Faktor Satu, dinamakan faktor pendukung berwisata yang di dalamnya terdapat variabel seperti *Financial security*, Cuaca/Iklim Destinasi, Transportasi (Akses), *Amenities*, Aspek kelembagaan, Lingkungan hidup yang alami juga yang

buatan. Faktor ini memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 10,017.

2. Faktor dua, dinamakan faktor *Novelty* yang di dalamnya terdapat variabel seperti *Relaxation*, *Escape*, *Play*, *Attraction*. Faktor ini memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 3,963.
3. Faktor tiga, dinamakan faktor *Ego and family Enhancement* yang di dalamnya terdapat variabel seperti *Prestige*, *Strengthening Family Bonds*. Faktor ini memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 3,497.
4. Faktor empat, dinamakan faktor *Leisure Time* yang di dalamnya terdapat variabel *Leisure time*. Faktor ini memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,979.
5. Faktor lima, dinamakan faktor aktualisasi diri yang di dalamnya terdapat variabel seperti *educational* dan *self-fulfilment*. Faktor ini memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,597.
6. Faktor enam, dinamakan faktor *Wish-Fulfillment* yang di dalamnya terdapat variabel *Wish-Fulfillment*. Faktor ini memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,092.
7. Faktor tujuh, dinamakan faktor interaksi sosial yang di dalamnya terdapat variabel *Social interaction*. Faktor ini memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,028.

Berdasarkan hasil analisis faktor yang peneliti lakukan dari berbagai penelitian terdahulu terdapat 34 indikator penilaian motivasi berkunjung wisatawan muda dalam melakukan aktivitas wisata minat khusus. Dari ke 34 indikator yang telah peneliti analisis menghasilkan tujuh faktor baru. Dari hasil analisis tersebut maka faktor-faktor baru yang muncul akan dikomparasikan dengan faktor awal yang telah diteliti. Sehingga, dari hasil komparasi tersebut akan terlihat adakah perbedaan dan persamaan faktor yang muncul dengan faktor awal yang telah diteliti.

Pada dasarnya, faktor-faktor awal setelah dianalisis hasilnya melebur kedalam faktor-faktor baru. Perbedaan yang muncul setelah faktor baru tersebut dikemukakan ternyata sudah mewakili beberapa faktor

dari beberapa penelitian terdahulu yang berbeda. Faktor baru yang ditemukan peneliti dapat digunakan dalam beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kaitan dengan proses analisis faktor untuk mengetahui motivasi wisatawan muda dalam berkunjung ke suatu destinasi wisata tanpa memerlukan analisis dari banyak faktor. Intinya, faktor baru yang telah ditemukan lebih efisien untuk digunakan sebagai aspek penilaian dalam mengetahui motivasi wisatawan muda untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata khususnya destinasi wisata minat khusus.

KESIMPULAN - CONCLUSION

Penutup berisi ringkasan dari hasil diskusi dan pembahasan topik untuk *conceptual paper* dan *professional paper*, dan jawaban dari rumusan masalah atau pertanyaan penelitian tujuan penulisan pada *research paper*. Pada bagian ini juga dijelaskan implikasi penelitian dilapangan dan kemungkinan pengembangan serta saran untuk penelitian selanjutnya.

Contoh

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan analisis faktor, terdapat tujuh faktor baru yang merupakan faktor motivasi wisatawan muda dalam melakukan wisata minat khusus. Faktor-faktor yang telah dihasilkan tersebut kemudian dikomparasikan atau dibandingkan dengan faktor awal dan juga dari penelitian-penelitian lainnya. Faktor tersebut dinamakan Faktor Pendukung Berwisata, Faktor *Novelty*, Faktor *Ego and family Enhancement*, Faktor *Leisure time*, Faktor aktualisasi diri, Faktor *Wish-Fulfillment* dan Faktor Interaksi Sosial. Dari faktor-faktor tersebut, faktor motivasi yang paling mendominasi adalah faktor pendukung berwisata dengan nilai *eigenvalue* sebesar 10,017.

UCAPAN TERIMAKASIH ACKNOWLEDGEMENT (IF ANY)

Apabila ada Lembaga atau institusi yang membiayai riset dapat dicantumkan secara jelas baik versi Bahasa maupun inggrisnya

DAFTAR PUSTAKA – REFERENCES (Minimum of 10 journal articles and 10 books review, formatted in APA 7th style) (Minimal 10 literatur dan 10 artikel jurnal)

- Anindita (2010). *Basics of Environmental Studies: Customized Strictly As Per The Requirements of The Be Syllabus at Gujarat Technological University*. Jakarta : Gramedia
- Dolnicar, S., Lazarevski, K. & Yanamandram, V. (2012). *Quality-of-life and travel motivations: integrating the two concepts in the Grevillea Model*. In M. Uysal, R. R. Perdue & M. Joseph. Sirgy (Eds.), *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research: Enhancing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities* (pp. 293-308). London: Springer.
- Hsu, T. K., Tsai, Y. F., & Wu, H. H. (2009). The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan. *Tourism Management*, 30(2), pp. 288–297.
- Ismayanti.2010. *Pengantar pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana.
- Jang, S., Bai, B., Hu, C., & Wu, C-M. E. (2009). Affect, travel motivation, and travel intention: A senior market. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33(1), 51–73.
- Kementrian Pariwisata. (2014). *Statistik Profil Wisatawan Nusantara*. [Online]. Diakses dari: <http://www.kemenpar.go.id>
- Kim, S., & Prideaux, B. (2005). Marketing Implications Arising From a Comparative Study of International Pleasure Tourist Motivations And

- Other Travel-Related Characteristics of Visitors To Korea. *Tourism Management*, 26(3), 347–357.
- Medlik, S and A. Lockwood (eds), (1993). *Tourism and Hospitality in the 21st Century*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Pitana, I Gede & Gayatri, Putu G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Richard & Wilson (2000). *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*. diedit oleh Marina Novelli. Routledge, 288 halaman
- Santoso, Singgih. 2006. *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI: Menggunakan SPSS untuk Statistik Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Wibisono, Jeffrey. (2013). *Motivasi Berwisata dan Faktor Penariknya*. [Online]. Tersedia di: <http://www.jeffreywibisono.com> [diakses 20 November 2017]
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An Examination of The Effects of Motivation And Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model. *Tourism Management*, 26, 45-56.