

Yogyakarta Dalam Perspektif Destinasi *Backpacking Travel*

Pitaya

Departemen Bahasa Seni dan Manajemen Budaya, Fakultas Sekolah Vokasi,
Universitas Gadjah Mada
pitaya_p@ugm.ac.id

ABSTRACT

Yogyakarta has been famous for domestic and international tourist as designated tourism destination since the tourism industry grew in Indonesia circa 1960's. Yogyakarta has almost all what the tourist needs and wants. There is no wonder because the tourism destination covers culture, nature, and man made attractions. Along the historical event of tourism in this area, Yogyakarta become more attractive for many kinds of typical tourist, for the group inclusive tour (GIT), and also for free independent tourist (FIT) or in the current days more popular identified as backpackers. It is very interesting to learn much more about the phenomena, about the dynamic transformation from the cultural tourism destination to the destination for backpacking travel. The tourism components of a destination are certainly very influential in such changing situations. This research aim is to investigate the position and potentials of Yogyakarta from the perspective of backpacking travel. The methods using in this studies is compromising both quantitative and qualitative scheme, whereas quantitative data supported qualitative conclusions using qualitative descriptive analyzis. The quantitative data based on the Yogyakarta Tourism Office data and the qualitative data gathered from the 272 questionnaires filled and completed by the backpackers who visiting Yogyakarta and shares about their trip experiences. The result show that for the backpackers, Yogyakarta is "one stop shopping destination". It is easy to access, easy to explore, consists of many attractions, the nature is challenging, the native people very welcome to the foreigners and above all; for the backpackers as the budget travelers, the traveling cost in this destination is considered cheap and high quality.

Keywords: Yogyakarta, Backpacker, Backpacking Travel

ABSTRAK

Yogyakarta telah lama dikenal sebagai destinasi wisata yang sangat menarik bagi wisatawan nusantara dan mancanegara sejak industri pariwisata mulai berkembang di Indonesia sekitar tahun 1960an. Yogyakarta memiliki hampir semua yang dibutuhkan dan diinginkan oleh wisatawan. Hal ini tentu tidak mengherankan karena atraksi wisatanya yang sangat lengkap, mencakup budaya, alam, dan daya tarik buatan manusia. Seiring dengan peristiwa sejarah pariwisata di daerah ini, Yogyakarta semakin diminati oleh berbagai jenis wisatawan, baik dalam katagori *group inclusive tour* (GIT), maupun *free independent tourist* (FIT) atau yang saat ini lebih populer diidentikkan dengan *backpacker*. Suatu hal yang sangat menarik untuk dapat mempelajari lebih jauh tentang fenomena tersebut, dimana terjadi transformasi dinamis dari destinasi wisata budaya ke destinasi *backpacking travel*. Komponen-komponen pariwisata suatu destinasi tentu sangat berpengaruh dalam situasi perubahan seperti itu. Sehingga kajian ini bertujuan untuk mengetahui posisi dan potensi kota Yogyakarta dari perspektif *backpacking travel*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengkompromikan skema kuantitatif dan kualitatif. Adapun data kuantitatif mendukung kesimpulan kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Data kuantitatif berdasarkan data statistik Dinas Pariwisata Yogyakarta dan data kualitatif dikumpulkan dari 272 kuesioner yang diisi dan dilengkapi oleh para *backpacker* yang berkunjung ke Yogyakarta dan berbagi pengalaman tentang perjalanannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi para *backpacker*, Yogyakarta merupakan “one stop shopping destination”. Aksesnya mudah, areanya terbuka untuk dieksplorasi, memilikidari banyak jenis atraksi, alam yang menantang, masyarakat lokal sangat terbuka dengan para wisatawan asing dan yang terpenting; bagi *backpacker* sebagai *budget traveller*, biaya perjalanan wisata di destinasi ini tergolong murah dan berkualitas.

Kata kunci : Yogyakarta, Backpacker, Backpacking Travel

PENDAHULUAN

Yogyakarta sebagai daerah tujuan wisata telah terkenal sejak industri pariwisata berkembang di Indonesia pada awal dasawarsa 1960-an. Sepanjang sejarahnya nama destinasi ini selalu terkait dengan statusnya sebagai daerah istimewa yang sangat lekat dengan budaya masyarakat Jawa-nya yang tetap terpelihara dengan baik. Sebagai contoh adalah Kraton Yogyakarta yang hingga saat ini masih dipandang sebagai salah satu pusat kebudayaan Jawa yang juga memiliki banyak fungsi ; simbol peradaban Jawa yang adiluhung, pusat pemerintahan secara tradisional karena sultan yang bertahta secara otomatis ditetapkan sebagai gubernur, dan juga sebagai objek daya tarik wisata karena tempat ini terbuka bagi wisatawan untuk datang berkunjung, baik nusantara maupun mancanegara.

Perkembangan pariwisata di Yogyakarta senantiasa bergerak ke arah positif. Hal ini ditunjukkan dengan fakta bahwa destinasi ini selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan, baik nusantara maupun mancanegara yang jumlahnya seringkali mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Di sisi lain, data juga menunjukkan bahwa atraksi wisata yang ada juga bertambah, industri kreatif bermunculan, jasa wisata semakin berkembang. Demikian pula dengan usaha-usaha penunjang kegiatan kepariwisataan seperti biro perjalanan, akomodasi, transportasi, tempat kuliner, dan amenities-amenitas lainnya.

Sebagai destinasi wisata terkemuka yang beradaptasi dengan dinamika globalisasi, Yogyakarta tumbuh tidak lagi sekedar sebagai daerah tujuan wisata bagi wisatawan kategori *Group Inclusive Tour* (GIT) yang selama beberapa dasawarsa mendominasi jumlah kunjungan wisatawan ke Yogyakarta. Akan tetapi saat ini, Yogyakarta juga semakin diramaikan oleh

para wisatawan kategori *Free Independent Tourist* (FIT) yang populer disebut *backpacker*. Sebagai pelaku perjalanan wisata yang memiliki karakteristik yang cukup unik, para *backpacker* ini turut memberikan warna dalam pergerakan pariwisata Yogyakarta yang semakin dinamis.

Yogyakarta dalam perspektif destinasi *backpacking travel* memuat banyak aspek terutama komponen 4A (atraksi, aksesibilitas, akomodasi, *ancillary*) yang tidak mungkin terlepas dari keberadaan suatu destinasi wisata. Komponen-komponen ini dapat dipakai untuk menilai potensi Yogyakarta sebagai destinasi *backpacking travel* yang prospektif di masa kini dan masa depan.



Gambar 1. Wisatawan *Backpacker* di Jl. Kaliurang
Sumber : Dokumentasi Peneliti 2015



Gambar 2. Interaksi Wisatawan *Backpacker* dengan Masyarakat Lokal di Jl. Malioboro
Sumber : Dokumentasi Peneliti 2013



Gambar 3. Pergerakan Wisatawan *Backpacker* di Bandara Adisucipto Yogyakarta
Sumber : Dokumentasi Peneliti 2017

TINJAUAN LITERATUR

“Global tourism is characterized by constant change. New forms of tourism and various types of tourist movements are emerging, while the number of tourists is constantly increasing and now it surpasses one billion. What considerably contributes to the increase in tourist traffic is low-budget travel. Backpacking is such form of travel” (Majstorovic et al, 2013: 145).

Backpacking travel adalah format (baru) dalam melakukan perjalanan wisata, demikian pendapat para ahli seperti yang dikemukakan oleh Riley (1988: 317), O'Reilly (2006: 998), Adkins and Grant (2007: 188), Uriely et al (2002: 534) dan Cohen (2003: 95). Meskipun secara historis *backpacking travel*, perjalanan yang ditandai dengan membawa barang bawaan di punggung telah dilakukan oleh manusia sejak berabad-abad silam dan dikenal di semua jenis peradaban di dunia. *Backpacking travel* dalam konteks pariwisata baru berkembang

pesat selepas Perang Vietnam berakhir pada tahun 1976 dimana Amerika Latin dan Asia Tenggara menjadi destinasi favorit para *backpacker*.

Definisi *Backpacker*, istilah untuk menyebut para pelaku *backpacking travel* dapat ditinjau dengan berbagai macam perspektif. Misalnya, Loker-Murphy dan Pearce (1995: 830-831) mendefinisikan *backpacker* sebagai *traveler* yang ingin bertemu orang berbeda selama perjalanannya, lebih memilih akomodasi berbiaya rendah dan bermalam untuk waktu yang lama, memiliki rencana perjalanan fleksibel yang diatur secara mandiri, dan menikmati partisipasi dalam kegiatan sukarela. Sorensen (2003: 851) menggambarkan *backpacker* sebagai pelancong yang melakukan perjalanan multi-tujuan, mengatur perjalanan mereka dalam perjalanan mereka sendiri, memiliki jadwal perjalanan yang fleksibel dan bermalam untuk waktu yang lama. Maoz & Bekerman (2010: 426) memberikan definisi *backpacker* sebagai para wisatawan yang relatif berusia muda dan berkumpul dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama. Pada akhirnya fenomena *backpacker* sebagai metafora mobilitas dalam konteks modern adalah gaya hidup dan perjalanan, dan juga ekspresi identitas. Hal Ini merupakan metafora pariwisata modern, dan bahkan metafora dari generasi muda modern (Majstorovic et al, 2013: 147).

Sebagai suatu gaya hidup dan ekspresi identitas, *backpacking travel* dalam perkembangannya telah mengubah banyak sekali persepsi perjalanan wisata. Mulai dari penyusunan *itinerary*, *booking* tiket transportasi, akomodasi, dan atraksi hingga skema perjalanan yang hampir semuanya dilakukan secara mandiri oleh wisatawan. Kondisi ini secara otomatis meminimalkan peran biro perjalanan wisata konvensional di dalam setiap perjalanan wisata yang dilakukan oleh para *backpacker*. Akan tetapi

di sisi lain justru mendorong tumbuhnya usaha-usaha jasa yang mendukung pergerakan wisatawan *backpacker* seperti tersedianya akomodasi berbiaya rendah, paket-paket wisata lokal, warung-warung makan dengan harga terjangkau dan tanpa pajak yang dioperasikan oleh masyarakat setempat. Fenomena ini berkembang bahkan di destinasi-destinasi wisata terkenal di dunia, dimana didalamnya juga berkembang pusat-pusat konsentrasi wisatawan *backpacker* ; seperti Khaosan Road di Bangkok, Jalan Sabang di Kualalumpur, hingga wilayah Jalan Malioboro dan sekitarnya (daerah Jalan-Jalan Sosrowijayan, Prawirotaman, Patangpuluhan) di Yogyakarta.

Sorenson (2008: 4-5) dalam “Making A Living In The World Of Tourism Livelihoods In Backpacker Tourism In Urban Indonesia” meneliti tentang kehidupan para pekerja yang berada dalam lingkungan para *backpacker* di wilayah Sosrowijayan Yogyakarta dengan tujuan untuk menginvestigasi dan mendalami makna dan arti hidup dalam kondisi biaya rendah, *backpacker* serta sektor pariwisata di wilayah inti Kota Yogyakarta. Kajian yang dilakukan Sorenson telah memberikan kontribusi dalam lebih memahami persoalan pariwisata di “negara dunia ketiga”.

Maritha (2010) dalam “Profil Pengeluaran Wisatawan Asing ala *Backpacker* di Yogyakarta” mengangkat masalah yang berkaitan dengan pola pengeluaran yang dilakukan oleh para *backpacker* internasional selama mereka melakukan perjalanan wisata di Yogyakarta. Tujuan penelitian ini antara lain adalah 1) Untuk mengetahui karakteristik sosio demografik *backpacker* di Yogyakarta, 2) Untuk mengetahui karakteristik transportasi dan perjalanan *backpacker* di Yogyakarta, 3) Untuk mengetahui sumber informasi yang digunakan para *backpacker* yang ada di Yogyakarta untuk merencanakan

perjalanannya, dan 4) Untuk mengetahui pola pengeluaran para *backpacker* di Yogyakarta.

Berkaitan dengan sumber informasi seperti yang disampaikan oleh Maritha (2010: 80) bahwa 36% *backpacker* asing yang berkunjung ke Yogyakarta mengetahui informasi wisata di Yogyakarta melalui internet. Albana (2014: 4) dalam “Media Sosial Sebagai Sarana Informasi Pariwisata Kota Yogyakarta (Studi Kasus *Backpacker* di Prawirotaman)” berusaha menggali lagi peran media sosial yang paling berperan dalam menarik kedatangan *backpacker* ke Yogyakarta.

Jika Maritha (2010) dan Albana (2014) mengambil sampel *backpacker* mancanegara maka Sari (2013) dalam “Pengaruh Terpaan Informasi melalui Internet tentang Pariwisata terhadap Motivasi Komunitas Penggemar *Traveling* Berkunjung ke Yogyakarta (Studi Eksplanatif pada Website www.jogjatrip.com di Kalangan Anggota Komunitas *Backpacker* Malang Raya)” mengambil sampel *backpacker* nusantara. Sebagai kesimpulan, dari penelitian-penelitian tersebut Yogyakarta sebagai destinasi wisata telah menjadi tujuan *backpacking travel*, baik oleh wisatawan nusantara maupun mancanegara. Selain itu, terdapat penelitian oleh Lusandiana (2014) “Menolak Wisata, Menjadi Warga Dunia? Analisis Identitas *Backpaker* Sebagai Subjek Wisata Alternatif”. Penelitian ini mengangkat masalah yang berkaitan dengan 1) Apa saja yang mendorong para *backpacker* melakukan perjalanan?, 2) Bagaimana mobilitas dan keseharian *backpacker* membentuk identitas mereka?, 3) Sejauh mana ruang yang diciptakan oleh *backpacker* ini menjadi ruang transformasi serta emansipasi subjek dan sekitar?. Penelitian ini bertujuan untuk menggali budaya keseharian para *backpacker* dan kemudian menjelaskan proses identifikasi diri mereka. Berdasarkan hal tersebut,

penelitian ini berusaha menunjukkan dan mengeksplisitkan wacana dominan yang mendasari gaya hidup *backpacker* untuk menunjukkan jalan agar wisata beserta persoalannya terlampaui.

Masih berkaitan dengan gaya hidup para *backpacker*, penelitian yang dilakukan oleh Febriyani (2015) dalam “Proses Tafakur Anggota Komunitas *Backpacker* di Yogyakarta” menyampaikan hal yang unik karena meninjau perilaku *backpacking travel* dari sisi agama dan kepercayaan tertentu (Islam). Dalam hal ini, proses tafakur yang dilakukan oleh anggota komunitas *backpacker* pada saat aktivitas traveling, gambaran individu sebelum dan setelah melakukan proses tafakur dan faktor-faktor yang mendukung proses tafakur yang dilakukan oleh anggota komunitas *backpacker* dibahas sebagai kajian spesifik.

Kajian-kajian mengenai *backpacking travel* yang telah banyak dilakukan umumnya belum bisa menjawab tantangan-tantangan pokok dalam menghadapi masa depan pariwisata Yogyakarta yang semakin dinamis. Apalagi jika dikaitkan dengan isu persaingan bisnis pariwisata yang semakin kompetitif. Karena bagaimanapun, sebagai destinasi wisata, Yogyakarta juga harus bersaing dengan destinasi-destinasi lainnya baik di dalam maupun di luar negeri untuk dapat memperoleh manfaat paling besar dari kegiatan pariwisata dan sebisa mungkin meminimalkan dampak negatifnya. Oleh karena itu perlu dilihat bagaimana persepsi wisatawan *backpacker* terhadap potensi Yogyakarta sebagai destinasi *backpacking travel* sehingga dapat dirumuskan strategi pengembangan yang lebih terarah, terorganisir dan terukur agar segmen wisatawan *backpacker* mampu lebih berkontribusi secara positif terhadap pertumbuhan sektor pariwisata di Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Dalam kajian ini metode yang dipakai adalah perpaduan antara metode kuantitatif dan metode kualitatif. Dimana data kuantitatif mendukung data kualitatif. Data kuantitatif yang berupa data primer diperoleh dari observasi di lapangan sedangkan yang bersifat sekunder diperoleh dari data statistik kepariwisataan Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun data kualitatif dihimpun dari sebaran kuesioner yang di isi dan dilengkapi oleh para pelaku perjalanan wisata ala *backpacker* yang berkunjung ke Yogyakarta sebagai sampel penelitian. Wisatawan *backpacker* yang dimaksud disini tidak dibedakan antara wisatawan *backpacker* nusantara maupun mancanegara.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2006: 91). Dikarenakan para *backpacker* adalah wisatawan dengan mobilitas tinggi maka diasumsikan bahwa jumlah populasi (N) tidak terhingga (∞) dengan taraf kesalahan 10 persen maka jumlah sampel (n) yang diambil adalah sebesar 272 orang. Adapun sebaran kuesioner tersebut dilakukan di kantong-kantong *backpacker* yang ada di Yogyakarta yaitu kawasan Jl. Prawirodaman, Jl. Parangtritis, dan Jl. Malioboro.

Pada tahap pertama dilakukan kajian dokumentasi terhadap literatur, foto, dokumen pemerintah, berita di media cetak maupun elektronik, naskah akademik, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan eksistensi wisatawan *backpacker* di Yogyakarta. Pada tahap kedua kuesioner diberikan kepada para wisatawan *backpacker* agar dapat diisi dan dilengkapi sesuai data riil di lapangan berdasarkan persepsi dan pengalaman mereka selama melakukan perjalanan wisata di Yogyakarta. Pada tahap ketiga data dianalisis dengan program excel untuk memperoleh sebaran persentase terbesar hingga terkecil terkait persepsi

wisatawan terhadap komponen-komponen pariwisata (4A) di destinasi wisata Yogyakarta. Hasil persentase terbesar merupakan panduan untuk menentukan posisi persepsi positif atau negatif dari wisatawan *backpacker* terkait komponen 4A yang menjadi data kualitatif.

Data yang berhasil dihimpun akan ditabulasi dan menjadi salah satu komponen dalam melakukan analisis deskriptif kualitatif. Metode deskriptif dipilih karena penelitian yang dilakukan adalah berkaitan dengan peristiwa-peristiwa yang sedang berlangsung dan berkenaan dengan kondisi masa sekarang. Nazir (2011: 52) menyampaikan bahwa metode deskriptif adalah metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu subjek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran atau pun kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Dengan demikian metode deskriptif analitis merupakan metode yang bertujuan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap suatu objek penelitian yang diteliti melalui sampel atau data yang telah terkumpul dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Terkait dengan analisis deskriptif, Sugiyono (2015: 254) memberikan penjelasan sebagai statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Analisis deskriptif ini digunakan untuk menjelaskan atau menggambarkan fakta yang terjadi pada variabel yang diteliti dalam potensi destinasi Yogyakarta yaitu terkait dengan komponen 4A (atraksi, aksesibilitas, akomodasi, *ancillary*) yang dikaji secara kualitatif dimana Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2010: 4)

mengemukakan bahwa penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif bertumpu pada latar belakang alamiah secara holistik, memposisikan manusia sebagai alat penelitian, melakukan analisis data secara induktif, lebih mementingkan proses daripada hasil penelitian yang dilakukan dan selanjutnya disepakati oleh peneliti dan subjek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Yogyakarta Sebagai Destinasi *Backpacking Travel*

Dipandang dari aspek pariwisata Yogyakarta merupakan sedikit dari destinasi wisata utama di Indonesia yang memiliki atraksi serta fasilitas penunjang yang sangat lengkap dan memadai. Yogyakarta memiliki 215 objek daya tarik wisata yang terdiri dari objek wisata budaya, alam, maupun buatan. Jumlah akomodasi di wilayah ini tidak kurang dari 163 hotel berbintang dengan 15.817 kamar, dan 610 hotel non bintang dengan 10.083 kamar, belum termasuk di dalamnya adalah jumlah pondok wisata, desa/kampung wisata serta akomodasi lain yang setara (Dinas Pariwisata DIY, 2019: xvii-xxi).

Aspek Aksesibilitas



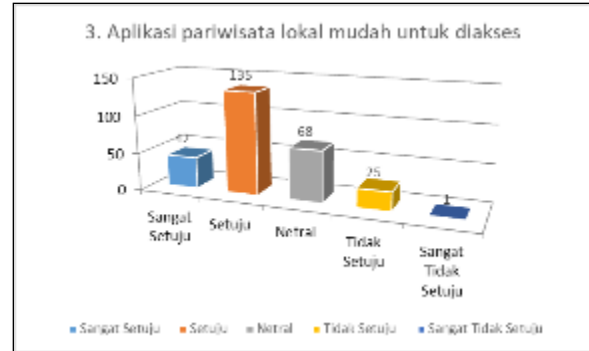
Gambar 4. Diagram Persepsi Tentang Kemudahan Akses Destinasi Pariwisata Yogyakarta
Sumber: Analisis Peneliti, 2019

Para wisatawan *backpacker* berpendapat bahwa Yogyakarta merupakan destinasi yang mudah untuk diakses, yaitu; setuju (55%), sangat setuju (22%), netral (19%), tidak setuju (4%), dan sangat tidak setuju (0%). Data ini menunjukkan bahwa bagi wisatawan *backpacker* destinasi pariwisata Yogyakarta merupakan destinasi yang mudah dijangkau karena hampir semua daya tarik wisata yang ada di wilayah Yogyakarta bisa di tempuh dengan kendaraan darat dan waktu tempuh maksimal adalah 2,5 jam untuk atraksi yang paling jauh. Sehingga akan memudahkan wisatawan *backpacker* untuk menyusun *itinerary* perjalanan wisata.



Gambar 5. Diagram Persepsi Tentang Akses Informasi Destinasi Pariwisata Yogyakarta
Sumber: Analisis Peneliti 2019

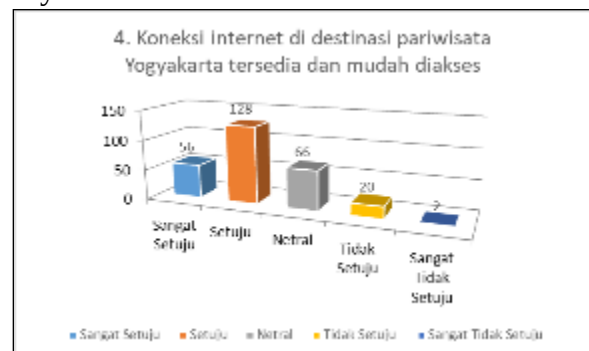
Para wisatawan *backpacker* berpendapat bahwa informasi tentang destinasi pariwisata di Yogyakarta mudah di akses, mayoritas menjawab setuju (51%), sangat setuju (27%), netral (16%), tidak setuju (6%), dan sangat tidak setuju (0%). Data ini menunjukkan bahwa informasi tentang pariwisata di Yogyakarta mudah untuk diakses karena hampir semua daya tarik wisata dapat ditemukan di mesin pencari (google, yahoo, dll.), serta ditunjang dengan katagori informasi yang sah, terkini, dan dapat dipertanggung-jawabkan seperti halnya informasi-informasi yang terdapat di *web* resmi milik dinas pariwisata provinsi, kota/kabupaten, dan pengelola-pengelola atraksi wisata.



Gambar 6. Diagram Persepsi Tentang Akses Aplikasi Pariwisata Lokal

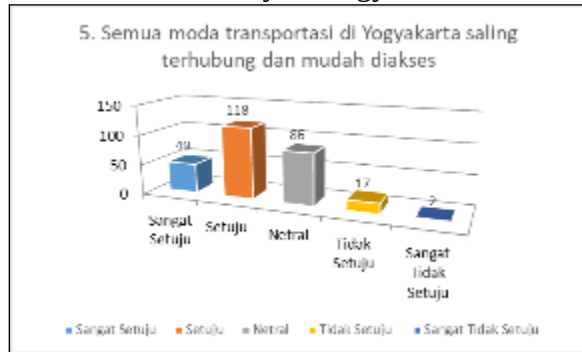
Sumber: Analisis Peneliti 2019

Para wisatawan *backpacker* berpendapat bahwa aplikasi pariwisata lokal di Yogyakarta mudah untuk di akses. Mayoritas menjawab setuju (50%), sangat setuju (16%), netral (25%), tidak setuju (9%), dan sangat tidak setuju (0%). Data ini menunjukkan bahwa berbagai macam aplikasi daring yang memuat informasi pariwisata Yogyakarta yang dapat beroperasi di sistem android, windows, maupun ios seperti Yogyakarta: Travel guide, Jogja Guide, Yogyakarta-Travel & Explore, Yogyakarta Tourism map, Peta Museum Yogyakarta, dan lain-lain mudah di akses oleh wisatawan *backpacker* dan sangat membantu mereka dalam mengeksplorasi daya tarik wisata di destinasi ini.



Gambar 7. Diagram Persepsi Tentang Akses Internet di Destinasi Wisata Yogyakarta
Sumber: Analisis Peneliti 2019

Para wisatawan *backpacker* berpendapat bahwa koneksi internet di destinasi wisata Yogyakarta tersedia dan mudah di akses. Mayoritas menjawab setuju (47%), sangat setuju (21%), netral (24%), tidak setuju (7%), dan sangat tidak setuju (1%). Data ini menunjukkan bahwa koneksi internet di destinasi wisata Yogyakarta tersedia dan akses sinyalnya dalam katagori baik. Hal ini sesuai dengan fakta bahwa untuk mendapatkan akses internet berupa kartu dan kuota data di Yogyakarta dapat diperoleh dengan sangat mudah dan hampir semua provider jasa telekomunikasi seperti Telkomsel, Indosat, XL, Smartfren dan 3 sudah memiliki jaringan dengan *coverage area* di seluruh wilayah Yogyakarta.



Gambar 8. Diagram Persepsi Tentang Akses Moda Transportasi di Destinasi Wisata Yogyakarta
Sumber: Analisis Peneliti 2019

Aspek Akomodasi

Para wisatawan *backpacker* berpendapat bahwa semua moda transportasi di destinasi wisata Yogyakarta saling terhubung dan mudah untuk di akses. Mayoritas menjawab setuju (43%), netral (32%), sangat setuju (18%), tidak setuju (6%), dan sangat tidak setuju (1%). Data ini menunjukkan bahwa moda transportasi yang ada di Yogyakarta sudah memiliki konektivitas yang cukup baik. Bandara Adisucipto sebagai gerbang utama masuknya para wisatawan *backpacker* telah terintegrasi dengan layanan jalur kereta api, bus trans Jogja, taksi regular, dan taksi daring. Demikian juga dengan stasiun kereta api

Tugu dan Lempuyangan serta terminal bus sudah memiliki jalur masing-masing yang bisa terhubung dengan lokasi moda transportasi lainnya yang dapat diakses oleh wisatawan *backpacker* dengan mudah.



Gambar 9. Diagram Persepsi Tentang Kondisi Transportasi Lokal di Destinasi Wisata Yogyakarta
Sumber: Analisis Peneliti 2019

Para wisatawan *backpacker* berpendapat bahwa transportasi lokal di Yogyakarta dalam kondisi baik dan mudah ditemukan. Mayoritas menjawab setuju (46%), netral (26%), sangat setuju (22%), tidak setuju (6%), dan sangat tidak setuju (0%). Data ini menunjukkan bahwa transportasi lokal di Yogyakarta dapat mendukung mobilitas para wisatawan *backpacker* dengan baik, karena tersedia dalam bentuk yang bervariasi, jumlah yang cukup banyak, dan mampu menempuh semua jalur yang menuju lokasi-lokasi atraksi wisata.



Gambar 10. Diagram Persepsi Tentang Kondisi Akomodasi Berbiaya Rendah di Destinasi Wisata Yogyakarta
Sumber: Analisis Peneliti 2019

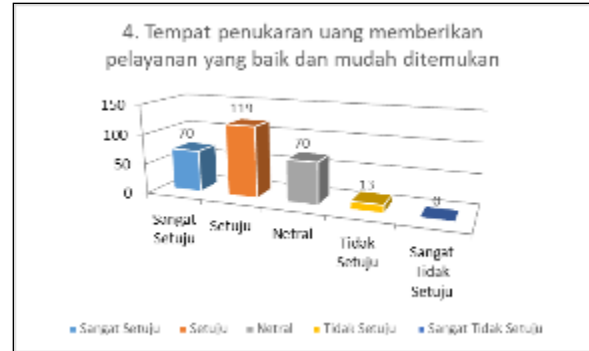
Para wisatawan *backpacker* berpendapat bahwa akomodasi berbiaya rendah di Yogyakarta dalam kondisi baik dan mudah ditemukan. Mayoritas menjawab setuju (50%), sangat setuju (35%), netral (14%), tidak setuju (1%), dan sangat tidak setuju (0%). Data ini menunjukkan bahwa model akomodasi yang sesuai untuk para wisatawan *backpacker* tersedia dalam jumlah yang memadai dengan kondisi yang cukup baik. Sedangkan variasi bentuknya beraneka macam, mulai dari hotel non bintang hingga hostel, B&B, dormitori dan sejenisnya dengan tarif per malam dari Rp. 80.000,- hingga Rp. 400.000,-.



Gambar 11. Diagram Persepsi Tentang Kondisi Menu Internasional dan Lokal di Destinasi Wisata Yogyakarta

Sumber : Analisis Peneliti 2019

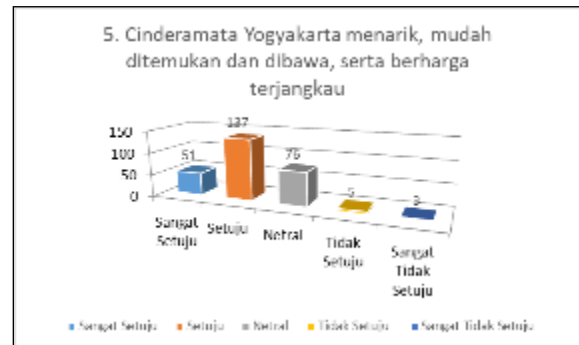
Para wisatawan *backpacker* berpendapat bahwa menu makanan internasional dan lokal dalam kondisi baik dan mudah ditemukan. Mayoritas menjawab setuju (45%), sangat setuju (33%), netral (17%), tidak setuju (4%), dan sangat tidak setuju (1%). Data ini menunjukkan bahwa kuliner yang ada di Yogyakarta sangat bervariasi, kondisinya cukup baik, tersedia dalam jumlah yang memadai, dan sangat mudah ditemukan sehingga setiap wisatawan *backpacker* yang datang berkunjung ke Yogyakarta tidak perlu khawatir terkait dengan menu makanan yang tersedia.



Gambar 12. Diagram Persepsi Tentang Situasi Tempat Penukaran Uang di Destinasi Wisata Yogyakarta

Sumber : Analisis Peneliti 2019

Para wisatawan *backpacker* berpendapat bahwa tempat penukaran uang (*money changer*) memberikan pelayanan yang baik dan mudah ditemukan. Mayoritas *backpacker* menjawab setuju (44%), netral (26%), sangat setuju (25%), tidak setuju (5%), dan sangat tidak setuju (0%). Data ini menunjukkan bahwa keberadaan *money changer* di Yogyakarta mudah ditemukan dan memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan *backpacker*. *Money changer* ini mudah ditemukan di daerah kantong wisatawan *backpacker* seperti di area Jl. Malioboro Yogyakarta.

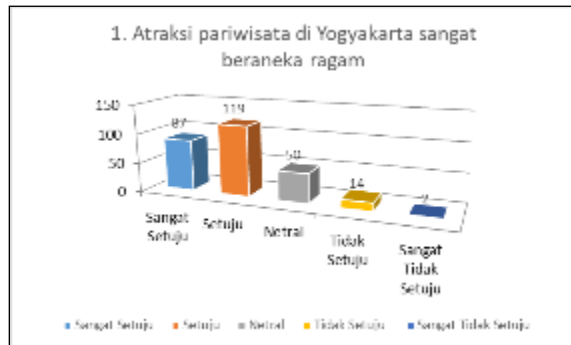


Gambar 13. Diagram Persepsi Tentang Karakteristik Cenderamata di Destinasi Wisata Yogyakarta

Sumber: Analisis Peneliti 2019

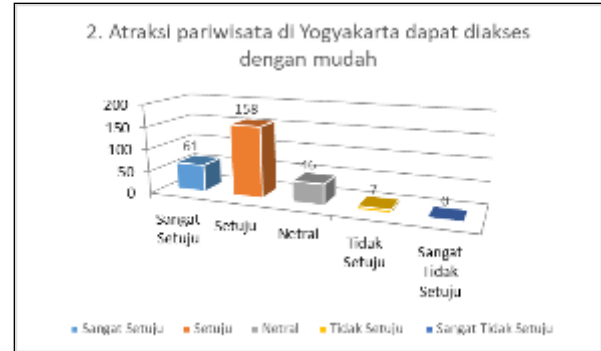
Para wisatawan *backpacker* berpendapat bahwa cinderamata dari Yogyakarta bentuknya menarik, mudah ditemukan, mudah dibawa serta berharga terjangkau. Mayoritas *backpacker* menjawab setuju (50%), netral (28%), sangat setuju (19%), tidak setuju (2%), dan sangat tidak setuju (1%). Data ini menunjukkan bahwa cinderamata khas Yogyakarta memiliki daya tarik yang cukup besar bagi wisatawan *backpacker* untuk dibeli sesuai dengan daya beli mereka masing-masing.

Aspek Atraksi



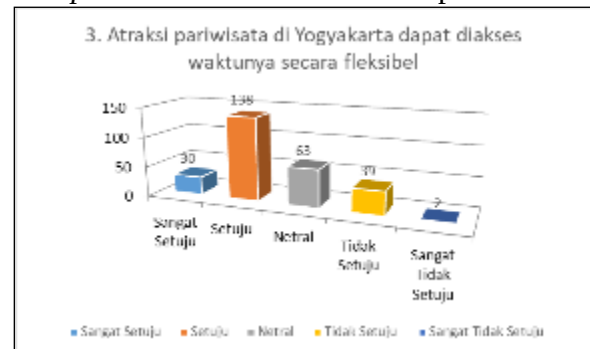
Gambar 14. Diagram Persepsi Tentang Keanekaragaman Atraksi di Destinasi Wisata Yogyakarta
Sumber : Analisis Peneliti 2019

Pendapat para wisatawan *backpacker* tentang keaneka-ragaman atraksi wisata di Yogyakarta. Mayoritas *backpacker* menjawab setuju (44%), sangat setuju (32%), netral (18%), tidak setuju (5%), dan sangat tidak setuju (1%). Data ini menunjukkan bahwa atraksi wisata di Yogyakarta memang sangat beragam sehingga mampu menarik kedatangan wisatawan *backpacker* nusantara dan mancanegara untuk berkunjung. Yogyakarta total memiliki 131 objek wisata (Dinas pariwisata DIY, 2017: xxii).



Gambar 15. Diagram Persepsi Tentang Akses Atraksi di Destinasi Wisata Yogyakarta
Sumber : Analisis Peneliti 2019

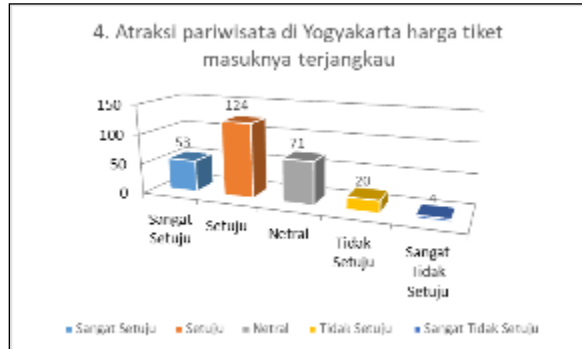
Pendapat wisatawan *backpacker* tentang kemudahan akses atraksi wisata di Yogyakarta. Mayoritas *backpacker* menjawab setuju (58%), sangat setuju (22%), netral (17%), tidak setuju (3%), dan sangat tidak setuju (0%). Data ini menunjukkan bahwa akses menuju atraksi-atraksi wisata yang ada di Yogyakarta sangat mudah. Tidak ada satupun atraksi wisata Yogyakarta yang tidak dapat ditempuh dengan kendaraan darat dari pusat kota Yogyakarta sebagai kantong para *backpacker* membuat destinasi wisata ini memberikan banyak kemudahan bagi para *backpacker* untuk melakukan eksplorasi.



Gambar 16. Diagram Persepsi Tentang Fleksibilitas Akses Atraksi di Destinasi Wisata Yogyakarta
Sumber : Analisis Peneliti 2019

Pendapat para wisatawan *backpacker* tentang fleksibilitas akses terhadap atraksi wisata di Yogyakarta. Mayoritas *backpacker* menjawab setuju (51%), netral (23%), tidak setuju (14%), sangat setuju (11%), dan sangat tidak setuju (1%). Data ini menunjukkan

bahwa waktu untuk mengakses atraksi-atraksi wisata di Yogyakarta cukup fleksibel, hal ini salah satunya disebabkan karena banyak atraksi wisata yang lokasinya berdekatan. Sehingga memungkinkan para wisatawan *backpacker* untuk mengunjungi lebih dari satu atraksi dalam waktu satu hari.



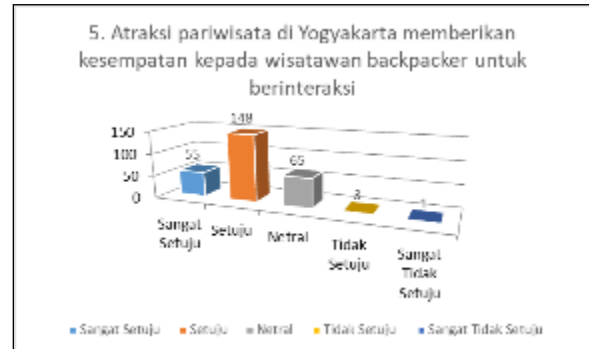
Gambar 17. Diagram Persepsi Tentang Kondisi Harga Tiket Atraksi di Destinasi Wisata Yogyakarta
Sumber : Analisis Peneliti 2019

Pendapat para wisatawan *backpacker* tentang terjangkau harga tiket masuk atraksi wisata di Yogyakarta. Mayoritas *backpacker* menjawab setuju (46%), netral (26%), sangat setuju (20%), tidak setuju (7%), dan sangat tidak setuju (1%). Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar atraksi wisata yang ada di Yogyakarta menerapkan harga tiket masuk yang cukup terjangkau bagi wisatawan *backpacker*. Meskipun untuk beberapa atraksi wisata, harga tiket masuk diberlakukan berbeda untuk wisatawan *backpacker* nusantara dan mancanegara.

Beberapa objek wisata yang menerapkan harga tiket berbeda antara lain adalah :

1. Candi Borobudur
2. Candi Prambanan
3. Candi Ratu Boko
4. Kraton Yogyakarta
5. Istana Air Tamansari
6. Museum Sonobudoyo
7. Museum Benteng Vredeburg
8. Museum Perjuangan
9. Museum Affandi
10. Monumen Jogja Kembali

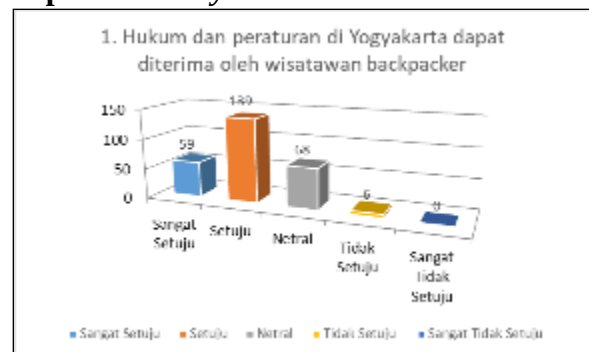
11. Taman Nasional Gunung Merapi
12. Museum Ulen Sentalu



Gambar 18. Diagram Persepsi Tentang Akses Interaksi Wisatawan Backpacker di Destinasi Wisata Yogyakarta
Sumber : Analisis Peneliti 2019

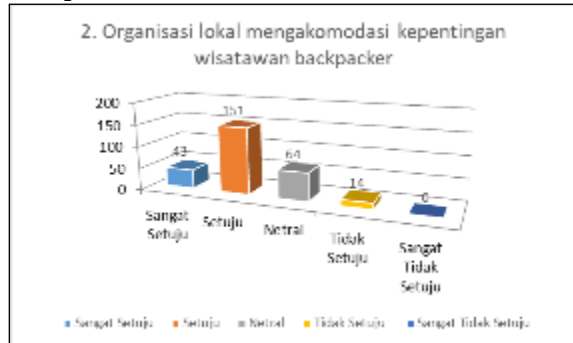
Pendapat para *backpacker* tentang kesempatan berinteraksi di lokasi atraksi wisata Yogyakarta. Mayoritas *backpacker* menjawab setuju (55%), netral (24%), sangat setuju (20%), tidak setuju (1%), dan sangat tidak setuju (0%). Data ini menunjukkan bahwa atraksi-atraksi wisata yang ada di Yogyakarta cukup terbuka bagi wisatawan *backpacker* untuk ikut berinteraksi, baik dengan masyarakat lokal, pelaku kegiatan wisata, maupun interaksi dalam pertunjukan wisata.

Aspek Ancillary



Gambar 19. Diagram Persepsi Tentang Penerimaan Hukum dan Peraturan di Destinasi Wisata Yogyakarta
Sumber : Analisis Peneliti 2019

Pendapat para wisatawan *backpacker* tentang penerimaan berlakunya hukum dan peraturan yang berlaku di Yogyakarta. Mayoritas menjawab setuju (51%), netral (25%), sangat setuju (22%), tidak setuju (2%), dan sangat tidak setuju (0%). Data ini menunjukkan bahwa hukum dan peraturan yang berlaku di Yogyakarta secara umum dapat diterima dengan baik oleh wisatawan *backpacker* yang datang berkunjung. Hukum, peraturan, dan norma-norma yang berlaku ini secara langsung maupun tidak langsung juga melindungi aktivitas perjalanan wisata yang dilakukan oleh para *backpacker*.



Gambar 20. Diagram Persepsi Tentang Kepentingan *Backpacker* diakomodir oleh Organisasi Lokal di Destinasi Wisata Yogyakarta
Sumber : Analisis Peneliti 2019

Pendapat para wisatawan *backpacker* tentang organisasi lokal mengakomodasi kepentingan *backpacker*. Mayoritas menjawab setuju (55%), netral (24%), sangat setuju (16%), tidak setuju (5%), dan sangat tidaksetuju (0%). Data ini menunjukkan bahwa organisasi-organisasi lokal, baik yang terkait dengan kepariwisataan, kemasyarakatan, kepemudaan, keagamaan, dan lain-lain yang sifatnya lokal tidak memiliki sentimen apapun dan tetap memberikan keleluasaan terhadap keberadaan wisatawan *backpacker* yang mungkin berada, sedang berwisata, maupun melakukan kegiatan interaksi dengan masyarakat dimana organisasi-organisasi tersebut beroperasi.



Gambar 21. Diagram Persepsi Tentang Kondisi Unit Layanan Pemerintah di Destinasi Wisata Yogyakarta
Sumber : Analisis Peneliti 2019

Pendapat para *backpacker* tentang baiknya layanan pusat informasi pariwisata, polisi, dan kantor pemerintah lainnya. Mayoritas *backpacker* menjawab setuju (51%), netral (29%), sangat setuju (16%), tidak setuju (3%), dan sangat tidak setuju (1%). Data ini menunjukkan bahwa selama ini pelayanan pusat informasi pariwisata (*Tourist Information Center*, TIC), kepolisian, dan juga kantor pemerintah lain yang terkait dengan keberadaan para wisatawan *backpacker* (imigrasi, dan lain-lain) cukup baik. Sehingga wisatawan *backpacker* cukup merasa nyaman untuk berwisata ke Yogyakarta.



Gambar 22. Diagram Persepsi Tentang Penerimaan Masyarakat Terhadap Wisatawan *Backpacker* di Destinasi Wisata Yogyakarta
Sumber : Analisis Peneliti 2019

Pendapat para wisatawan *backpacker* tentang penerimaan masyarakat Yogyakarta yang cukup baik. Mayoritas menjawab sangat setuju (47%), setuju (38%), netral (12%), tidak setuju (3%), dan sangat tidak

setuju (0%). Data ini menunjukkan bahwa masyarakat Yogyakarta sangat terbuka terhadap keberadaan wisatawan *backpacker* yang melakukan kegiatan perjalanan wisata di sekitar tempat tinggal mereka. Hal ini terbukti dengan tingginya interaksi sosial antara wisatawan *backpacker* dengan masyarakat setempat.



Gambar 23. Diagram Persepsi Tentang Kewajiban Interaksi *Backpacker* dengan Masyarakat Lokal
Sumber: Analisis Peneliti 2019

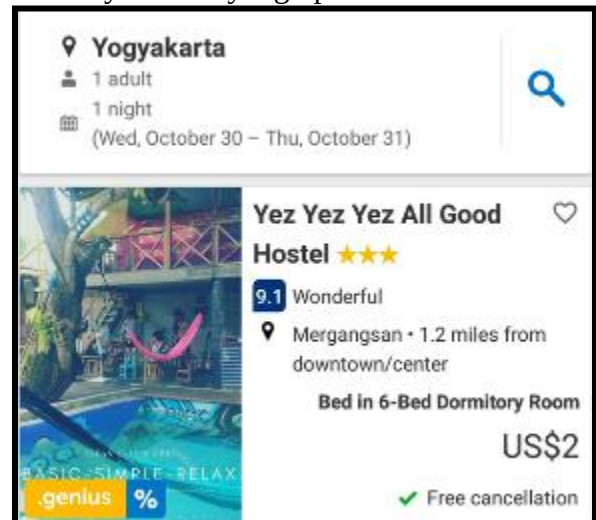
Pendapat para wisatawan *backpacker* tentang pentingnya interaksi dengan masyarakat lokal. Mayoritas *backpacker* menjawab setuju (49%), sangat setuju (29%), netral (19%), tidak setuju (3%), dan sangat tidak setuju (0%). Data ini menunjukkan bahwa interaksi sosial dengan masyarakat setempat merupakan salah satu aktivitas wisatawan *backpacker* selama mereka melakukan perjalanan wisata ke Yogyakarta. Tingginya interaksi sosial antara wisatawan *backpacker* dengan masyarakat setempat salah satunya adalah bahwa mereka banyak menginap di akomodasi yang berada di lingkungan pemukiman penduduk (kampung-kampung) Yogyakarta.

Dari 20 pertanyaan terkait komponen destinasi wisata yang telah diisi oleh para wisatawan *backpacker* tersebut maka dapat diperoleh analisis deskriptif sebagai berikut :

1. Dari komponen aksesibilitas maka destinasi wisata Yogyakarta merupakan destinasi wisata yang sangat mudah di akses baik dari segi informasi daya tarik wisata, ketersediaan akses, dan segi

transportasi dari daerah asal wisatawan, dari ibukota negara, maupun dari destinasi wisata unggulan lainnya. Terbukanya koridor udara yang menghubungkan destinasi-destinasi wisata internasional di luar negeri dengan bandara New Yogyakarta Internasional Airport (NYIA) yang beroperasi sejak April 2019 memperkuat aspek akses ini.

2. Dilihat dari sisi komponen akomodasi maka Yogyakarta sebagai destinasi wisata menyediakan berbagai macam bentuk akomodasi yang sesuai dan terjangkau oleh anggaran perjalanan para wisatawan *backpacker*. Dalam beberapa kasus akomodasi di Yogyakarta menawarkan jenis akomodasi kelas *backpacker* yang layak dengan harga reguler termurah di dunia. Keamanan lingkungan yang secara umum telah terbentuk di berbagai wilayah konsentrasi para wisatawan *backpacker* menyebabkan moda akomodasi di Yogyakarta meskipun dalam taraf minimalis tetap dapat menawarkan kenyamanan yang optimal.



Gambar 24. Harga Akomodasi/Malam/Wisatawan *Backpacker* di Yogyakarta yang Tarifnya Bisa Sangat Terjangkau

Sumber : Dokumentasi Peneliti 2019

3. Ditinjau dari sisi atraksi maka Yogyakarta sebagai destinasi wisata memiliki berbagai macam atraksi alam, budaya, dan buatan dalam jumlah yang sangat banyak. Selain itu dengan posisinya yang strategis dan kemudahan akses, banyak atraksi-atraksi wisata lain yang secara geografis ada di luar wilayah Yogyakarta dapat dengan mudah dijangkau oleh wisatawan *backpacker*. Jarak ke Magelang hanya sekitar 40 Km, sedangkan ke Solo sekitar 60 Km, artinya memungkinkan untuk ditempuh dalam perjalanan satu hari dengan kendaraan privat maupun umum tanpa perlu menginap. Banyaknya destinasi di Yogyakarta dan wilayah sekitarnya yang tersedia dalam jumlah banyak serta berdekatan juga memberikan keuntungan maksimal kepada wisatawan *backpacker* karena mereka dapat mengeksplorasi banyak atraksi wisata dengan manajemen waktu yang optimal.

Keleluasaan ini masih ditambah lagi dengan harga rata-rata tiket masuk atraksi wisata di wilayah Yogyakarta yang relatif terjangkau. Bahkan sangat murah untuk beberapa atraksi unggulan tertentu (Museum Sonobudoyo, Museum Benteng Vredenburg) dan terdapat juga yang gratis (Museum Sandi). Di luar itu semua wisatawan *backpacker* masih dapat menikmati suasana keramahan masyarakat Yogyakarta di sekitar atraksi wisata yang memungkinkan interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal sebagai bagian pengalaman tak terpisahkan dari suatu *backpacking travel*.

4. Dikaji dari sisi *ancillary* yang berupa fasilitas pendukung dan kelembagaan maka Yogyakarta sebagai destinasi wisata memberikan fasilitas yang sangat memadai dan penerimaan yang sangat terbuka terhadap keperluan perjalanan wisata para *backpacker*. Motto

Yogyakarta “Memayu Hayuning Bawana” yang berarti turut memperindah keindahan dunia terbukti bukan sekedar slogan karena juga diikuti dengan semangat semua pemangku kepentingan untuk turut serta berpartisipasi aktif.

KESIMPULAN

Yogyakarta sebagai destinasi *backpacking travel* menawarkan konsep “one stop shopping destination” dan “one stop solution” bagi para wisatawan *backpacker*. Potensinya yang beragam dan dengan segala macam daya tariknya menjamin terselenggaranya perjalanan wisata yang berkualitas dengan pilihan anggaran perjalanan yang bervariasi. Dalam konteks *backpacking travel*, Yogyakarta tidak hanya memberikan suguhan *something to see*, *something to eat*, *something to do*, ataupun *something to buy* saja, tetapi lebih dari itu adalah kokohnya skema *something to experience* dan *something to remember* yang akan memberikan kesan tak terlupakan kepada setiap wisatawan yang datang berkunjung.

SARAN

Menjaga keberagaman dan daya tarik Yogyakarta sebagai destinasi *backpacking travel* yang akan terus berkembang hendaknya ditindaklanjuti dengan kerjasama yang sinergis dari semua pemangku kepentingan. Wujud sinergitas ini akan nampak kokoh dalam kolaborasi Hexahelix yang strategis antara pemerintah – pengusaha – akademisi – masyarakat – media – wisatawan.

Dengan kolaborasi tersebut maka dapat diharapkan perjalanan wisata ala *backpacker* tidak hanya berhenti pada suatu kegiatan pelancongan semata, tetapi juga merupakan ajang tukar-menukar informasi, pengalaman, interaksi antar bangsa dan silaturahmi antar umat manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adkins, B., and Grant, E., (2007), "Backpackers as a Community of Strangers: The Interaction Order of an Online Backpacker Notice Board", in *Qualitative Sociology Review* Volume III, Issue 2, August 2007; 188-201.
- Albana, N.M.H., 2014, "Media Sosial Sebagai Sarana Informasi Pariwisata Kota Yogyakarta (Studi Kasus Backpacker di Prawirotaman)", Skripsi: Program Studi Pariwisata, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Cohen, E., 2003, "Backpacking: Diversity and Change", in *Journal of Tourism and Cultural Change*, Volume 1, Issue 2, 2003: 95-110.
- Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, 2019, *Statistik Kepariwisataaan DIY*.
- Febriyani, F., 2015, "Proses Tafakur Anggota Komunitas Backpacker di Yogyakarta", Skripsi: Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Loker-Murphy, L. and Pearce, P.L., 1995, Young Budget Travelers: Backpackers in Australia in *Annals of Tourism Research* Volume 22 No.4: 819-843.
- Lusandiana, L., 2014, "Menolak Wisata, Menjadi Warga Dunia? Analisis Identitas Backpacker Sebagai Subjek Wisata Alternatif", Tesis: Program Master Religi dan Budaya, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Majstorovic, V., Stankov, U., and Stojanov, S., 2013, "The Presence of Backpacking in Europe", in *Turizam* Vol. 17 Issue 4: 145-154.
- Maritha, D.P., 2010, "Profil Pengeluaran Wisatawan Asing ala Backpacker di Yogyakarta", Skripsi: Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Maoz, D., & Bekerman, Z., 2010, "Searching for Jewish Answers in Indian Resorts" in *Annals of Tourism Research*, Volume 37 issue 2: 423-439.
- Moleong, L. J., 2010, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nazir, M., 2011, *Metode Penelitian* Cetakan 6, Bogor: Ghalia Indonesia.
- O'Reilly, C.C., 2006, "From drifter to gap year tourist: Mainstreaming Backpacker Travel" in *Annals of Tourism Research* Volume 33, Issue 4, October 2006: 998-1017.
- Riley, P.J., 1988, Road Culture of International Long-Term Budget Travelers", in *Annals of Tourism Research* Volume 15: 313-328.
- Sari, Y.P., 2013, "Pengaruh Terpaan Informasi melalui Internet tentang Pariwisata terhadap Motivasi Komunitas Penggemar Traveling Berkunjung ke Yogyakarta (Studi Eksplanatif pada Website www.jogjatrip.com di Kalangan Anggota Komunitas Backpacker Malang Raya)", Skripsi: Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Sørensen, A., 2003, Backpacker Ethnography, in *Annals of Tourism Research* Volume 30 Issue 4: 847-867.
- Sorenson, E., 2008, *Making A Living In The World Of Tourism Livelihoods In Backpacker Tourism In Urban Indonesia*, Doctoral Thesis: Department of Social and Economic

- Geography Umea University,
Sweden.
- Sugiyono, 2006, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, Bandung: Alfabeta.
- Uriely, N., Yonai, Y., and Simchai, D., (2002) "Backpacking Experiences: A type and form analysis", in *Annals Of Tourism Research* Volume 29: 520-538.