

**MOTIVASI WISATAWAN BERKUNJUNG KE PEMANDIAN AIRPANAS
WAY PANAS NATAR TAHUN 2024**

(Skripsi)

Oleh:

Shofia Faradiva Dafana



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRACT

THE MOTIVATION OF TOURIST VISITING TO WAY PANAS NATAR HOT SPRINGS IN 2024

By

SHOFIA FARADIVA DAFANA

This study aims to examine the motivation of tourists to visit the Way Panas Natar Hot Springs in Merak Batin Village, District of Natar, South Lampung Regency in 2024, with the study points including motivation for health therapy, recreation, meeting friends or family and research or education. This research uses descriptive methods. The population in this study were all tourists who visited the Way Panas Natar Airpanas Hot Springs. Method determined the sample in this study as many as 35 respondents. Data collection was carried out using observation, documentation and structured interview techniques. Data analysis in this study used a percentage table as a basis for determining interpretations and this research showed that: (1) A total of 24 tourists (68%) had tourist motivation to undertake health therapy. (2) A total of 7 tourists (20%) have tourist motivation for recreation. (3) A total of 2 tourists (6%) have tourist motivation to meet friends/relatives. (4) A total of 2 tourists (6%) have tourist motivation to carry out education or research.

Keywords: Motivation, tourists, Way Panas Natar Hot Springs

ABSTRAK

MOTIVASI WISATAWAN BERKUNJUNG KE PEMANDIAN AIRPANAS WAY PANAS NATAR TAHUN 2024

Oleh

SHOFIA FARADIVA DAFANA

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tentang motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Pemandian Airpanas Way Panas Natar di Desa Merak Batin Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan tahun 2024, dengan titik kajiannya meliputi motivasi melakukan terapi kesehatan, rekreasi, bertemu teman atau keluarga dan penelitian atau pendidikan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. populasi pada penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Pemandian Airpanas Way Panas Natar. Metode penentuan sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 35 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, dokumentasi, dan wawancara terstruktur. Analisa data dalam penelitian ini menggunakan tabel presentase sebagai dasar menentukan interpretasi dan penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Sejumlah 24 wisatawan (68%) memiliki motivasi wisatawan melakukan terapi kesehatan. (2) Sejumlah 7 wisatawan (20%) memiliki motivasi wisatawan untuk melakukan rekreasi. (3) Sejumlah 2 wisatawan (6%) memiliki motivasi wisatawan untuk bertemu dengan teman/saudara. (4) Sejumlah 2 wisatawan (6%) memiliki motivasi wisatawan untuk melakukan pendidikan atau penelitian.

Kata kunci: Motivasi, wisatawan, Pemandian Airpanas Way Panas Natar.

**MOTIVASI WISATAWAN BERKUNJUNG KE PEMANDIAN AIRPANAS
WAY PANAS NATAR TAHUN 2024**

Oleh
Shofia Faradiva Dafana

Skripsi
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANAPENDIDIKAN
Pada
Program Studi Pendidikan Geografi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial



FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG

2025

Judul Skripsi : **MOTIVASI WISATAWAN BERKUNJUNG KE
PEMANDIAN AIRPANAS WAYPANAS NATAR
TAHUN 2024**

Nama Mahasiswa : **Shofia Faradiva Dafana**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1813034055

Program Studi : Pendidikan Geografi

Jurusan : Pendidikan IPS

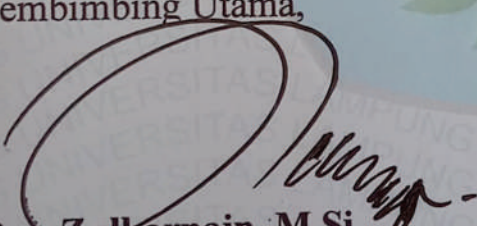
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

MENYETUJUI

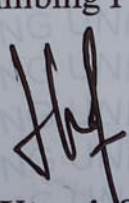
1. Komisi Pembimbing

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pembantu,



Drs. Zulkarnain, M.Si.
NIP 1960111 198703 1 001

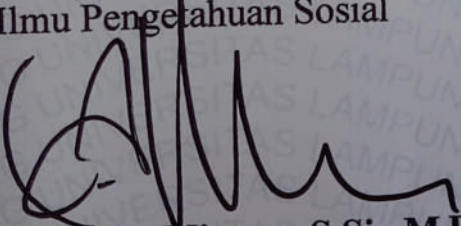


Dian Utami, S.Pd., M.Pd.
NIP 19891227 201504 2 003

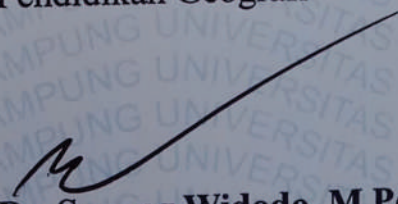
2. Mengetahui

Ketua Jurusan Pendidikan
Ilmu Pengetahuan Sosial

Ketua Program Studi
Pendidikan Geografi



Dr. Dedy Miswar, S.Si., M.Pd.
NIP 19741108 200501 1 003



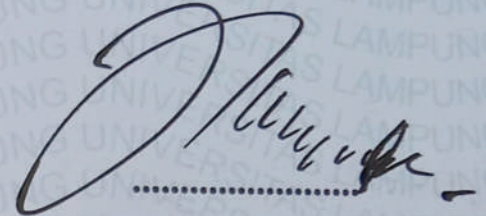
Dr. Sugeng Widodo, M.Pd.
NIP 19750517 200501 1 002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

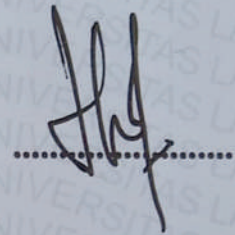
Ketua

: **Drs. Zulkarnain, M.Si.**



Sekretaris

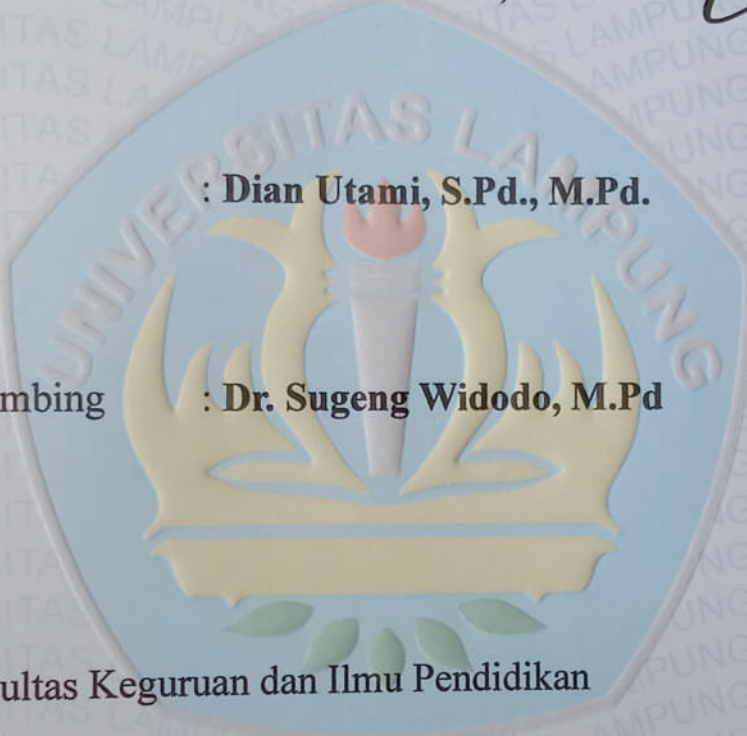
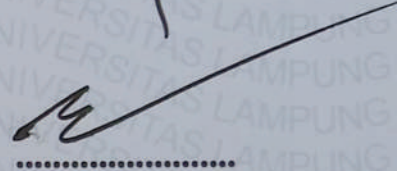
: **Dian Utami, S.Pd., M.Pd.**



Penguji

Bukan Pembimbing

: **Dr. Sugeng Widodo, M.Pd**



2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dr. Albet Maydiantoro, M.Pd.

NIP 19870504 201404 1 001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **11 Maret 2025**

PERNYATAAN SKRIPSI MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Shofia Faradiva Dafana
NPM : 1813034055
Program Studi : Pendidikan Geografi
Jurusan/Fakultas : Pendidikan IPS/KIP
Alamat : Dsn. Banyuwangi Rulung Helok, Desa Rulung Helok,
Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Pemandian Airpanas Way Panas Natar Tahun 2024”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, Maret 2025
Yang menyatakan,



Shofia Faradiva Dafana
NPM 1813034055

RIWAYAT HIDUP



Shofia Faradiva Dafana lahir di Kelurahan Terban, Kecamatan Gendokusuman, Kota Yogyakarta pada tanggal 7 September 2000 sebagai anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Darmawan dan Ibu Fauziah Muzuni Dja'far.

Pendidikan yang pernah ditempuh yaitu Tk Islam Praja Muda tamat pada tahun 2006, Pendidikan dasar di MI Daarul Maarif Natar tamat pada tahun 2012, Pendidikan Menengah Pertama di MTs Daarul Maarif Natar tamat pada tahun 2015, dan Pendidikan Menengah Atas di MAN 1 Lampung Timur tamat pada tahun 2018. Pada tahun 2018, diterima sebagai mahasiswa Program Studi Pendidikan Geografi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung melalui jalur SBMPTN (Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri).

Selama berkuliah di Universitas Lampung penulis pernah aktif dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan seperti organisasi BEM FKIP dan Himpunan Mahasiswa Pendidikan IPS (HIMAPIS). Pernah menjabat sebagai sekretaris divisi Media Center HIMAPIS selama kurang lebih setengah periode pada tahun 2020.

MOTTO

“Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(Ar-Rad ayat 11)

“Jangan mengandalkan apa yang orang lain katakan untuk apa yang kamu lakukan. Pegang teguh dan lakukan sesuai keinginanmu”

(Jisoo *Blackpink*)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan terkhusus untuk diri saya sendiri serta kedua orang tua saya tercinta, Ayah Darmawan dan Ibu Fauziah Muzuni Dja'far yang selalu mengusahakan yang terbaik dan memberi anak-anaknya dorongan terutama untuk memperoleh gelar sarjana. Skripsi ini menjadi bukti bahwa usaha serta harapan mereka tidak sia-sia.

Skripsi ini juga saya persembahkan untuk almamater tercinta,

UNIVERSITAS LAMPUNG

SANWACANA

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat, hidayah dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Pemandian Airpanas Way Panas Natar tahun 2024” dengan baik. Sholawat beriring salam selalu dicurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang selalu menjadi suri tauladan umat manusia. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Geografi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat Bapak Drs. Zulkarnain, M.Si. selaku dosen pembimbing 1, Ibu Dian Utami, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing 2 sekaligus dosen Pembimbing Akademik, dan Bapak Dr. Sugeng Widodo, M.Pd. selaku dosen pembahas atas arahan, saran, bimbingan serta motivasi yang sangat bermanfaat untuk penulis untuk terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini juga, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., IPM. selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Dr. Albet Maydiantoro, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
3. Dr. Riswandi, M.Pd selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja Sama Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung

4. Hermi Yanzi, S.Pd, M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung
5. Dr. Dedy Miswar, S.Si., M.Pd. selaku Kepala Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung
6. Dr. Irma Lusi Nugraheni, S.Pd., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung
7. Dr. Sugeng Widodo, M.Pd. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Geografi Universitas Lampung
8. Seluruh dosen, staf, dan karyawan Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan segala bentuk bantuan kepada penulis.
9. Pihak yang bersangkutan dalam penyusunan penelitian di Pemandian Air Panas Way Panas Natar di Desa Merak Batin.
10. Kedua orang tuaku tercinta, Ayah Darmawan, dan Ibu Fauziah Muzuni Dja'far yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, dorongan, perhatian, semangat serta doa yang tak pernah putus untuk kelancaran dan kesuksesan penulis.
11. Adik-adikku, Adli Farhan Dafana, Najmaul Fajra Dafana dan Aliza Fahmida Dafana serta seluruh keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. yang senantiasa memberikan semangat dan dorongan kepada penulis.
12. Sahabat-sahabatku Adinda Azelia Ramadhani, Sefia Sungkowardani, Peggy Susilowati, Trian Saputri, Rani, Anggi, dan Inper yang senantiasa memberikan semangat dan menjadi tempat berkeluh kesah penulis
13. Teman-teman seperjuangan KKN Periode 1 Tahun 2021 Desa Banjar Negeri Kecamatan Natar (Dinda, Eca, Nitha, Kiwul, Cece, Mira, Kiki, Salma, Intan, Rivaldy, Amar, Arlend, Amir, Fandy dan Ariq) yang telah memberikan pengalaman dalam kebersamaan yang sangat berharga.
14. Keluarga besar Program Studi Pendidikan Geografi terutama angkatan 2018 yang telah kebersamai penulis selama perkuliahan.
15. Kepada seluruh member Blackpink terutama Kim Jisoo serta seluruh member Babymonster terutama Rora (Lee Dain) yang kehadiran dan juga karyanya memberikan inspirasi serta semangat bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

16. Terakhir, Terimakasih kepada diriku sendiri, Shofia Faradiva Dafana. Apresiasi yang amat besar untukmu karena mampu bertanggung jawab dan menyelesaikan apa yang telah kamu mulai. Terimakasih sudah berusaha dan tidak menyerah.

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian dengan yang lebih baik dan semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Bandar Lampung, Maret 2025
Penulis,

Shofia Faradiva Dafana

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian	9
F. Ruang Lingkup Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR	11
A. Tinjauan Pustaka	11
1. Geografi Pariwisata	11
2. Pengertian Pariwisata	12
4. Objek wisata pemandian airpanas Way panas, Natar	16
5. Wisatawan	17
6. Karakteristik Wisatawan	18
7. Kunjungan	18
8. Daya Tarik Wisata	20
9. Umumnya Daya Tarik Wisata	21
10. Fasilitas	22
11. Aksesibilitas	23
12. Motivasi Wisatawan	23
13. Kesehatan	29
14. Pendidikan atau Penelitian	30
15. Penelitian yang Relevan	30

B. Kerangka Bepikir	34
III. METODE PENELITIAN.....	35
A. Metode Penelitian	35
B. Lokasi Penelitian.....	36
C. Populasi dan Sampel	37
1. Populasi	37
2. Sampel.....	37
D. Variabel Penelitian.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data	39
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Keadaan Geografis Kecamatan Natar	42
1. Letak Astronomis	42
2. Letak Administratif	42
B. Kondisi Fisik di Objek Wisata Pemandian Air Panas Way Panas Natar	43
1. Kondisi Topografi	43
2. Kondisi Iklim Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan	44
C. Kondisi Sosial Ekonomi Penduduk.....	55
1. Jumlah dan Kepadatan Penduduk	47
2. Komposisi Penduduk.....	49
D. Sejarah Singkat Pemandian Air Panas Way Panas Natar	55
E. Potensi Objek wisata Pemandian Air Panas Way Panas Natar	57
1. Daya Tarik Wisata	57
2. Fasilitas.....	60
F. Deskripsi Data Primer Hasil Penelitian	64
1. Identitas Responden	64
2. Motivasi Wisatawan	69
V. KESIMPULAN DAN SARAN	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Jumlah kunjungan wisatawan tahun 2020-2023	4
2. Penelitian Terdahulu	31
3. Data curah hujan kecamatan Natar tahun 2014-2023	45
4. Klasifikasi iklim menurut Schmidth-Ferguson	46
5. Komposisi penduduk berdasarkan kelompok umur dan jenis kelamin di Desa Merak Batin kecamatan Natar kabupaten Lampung Selatan	50
6. Komposisi penduduk berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Merak Batin Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan tahun 2023.....	52
7. Komposisi penduduk berdasarkan mata pencaharian di Desa Merak Batin Kecamatan Natar Lampung Selatan Tahun 2023.....	54
8. Umur dan jenis kelamin wisatawan yang berkunjung ke Pemandian Airpanas Way Panas Natar di Desa Merak Batin Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan	64
9. Daerah asal wisatawan berkunjung ke Pemandian Airpanas Way Panas Kecamatan Natar Kabupaten lampung Selatan tahun 2024.....	65
10. Pendidikan wisatawan yang berkunjung ke Pemandian Airpanas Way Panas Natar di Desa Merak Batin kecamatan Natar Lampung Selatan tahun 2024	68
11. Jenis pekerjaan wisatawan di Pemandian Airpanas Way Panas Natar tahun 2024	69

12.	Data hasil penelitian pada objek wisata Pemandian Airpanas Way Panas Natar tahun 2024	71
13.	Frekuensi kunjungan ke Pemandian Airpanas Way Panas Natar untuk motivasi melakukan terapi kesehatan	73
14.	Daerah asal wisatawan yang memilih terapi kesehatan sebagai motivasi wisatawan	74
15.	Alasan wisatawan memilih pemandian air panas sebagai tujuan wisata	75
16.	Pendapat wisatawan saat berkunjung ke Pemandian Airpanas Way Panas Natar sebagai tujuan wisata	76
17.	Asal Wisatawan yang Memilih Rekreasi sebagai Motivasi Wisatawan.....	78
18.	Frekuensi kunjungan wisatawan ke Pemandian Airpanas Way Panas Natar untuk motivasi bertemu teman atau saudara	79
19.	Asal Wisatawan yang memilih Bertemu Teman atau Keluarga sebagai Motivasi Wisatawan	80
20.	Alasan pendidikan dan penelitian untuk berkunjung ke pemandian air panas way panas Natar tahun 2024	81
21.	Frekuensi kunjungan wisatawan ke Pemandian Airpanas Natar untuk motivasi melakukan pendidssikan dan penelitian	81
22.	Asal Wisatawan yang Berkunjung dengan Motivasi Pendidikan atau Penelitian.....	82

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Peta Lokasi Penelitian Pemandian Air Panas Way Panas Natar Tahun 2024	36
2. Kondisi kolam dan sumur pada Pemandian Airpanas Way Panas Natar di Desa Merak Batin tahun 2024	59
3. Kondisi vegetasi pada Pemandian Airpanas Way Panas Natar di Desa Merak Batin tahun 2024	60
4. Kondisi tempat parkir kendaraan pada Pemandian Airpanas Way Panas Natar tahun 2024	61
5. Kondisi toilet dan kamar bilas pada Pemandian Airpanas Way Panas Natar di Desa Merak Batin Natar tahun 2024	62
6. Kondisi tempat duduk pada Pemandian Airpanas Way Panas Natar di Desa Merak Batin tahun 2024	62
7. Kondisi pos keamanan pada Pemandian Airpanas Way Panas Natar di Desa Merak Batin tahun 2024	63

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Surat Penelitian.....	89
2. Kuisioner Penelitian	90
3. Tabel Identitas Responden	93
4. Hasil Kuisioner dari Phycycal Motivation	94
5. Tabel Hasil Kuisioner dari Indikator Rekreasi dan Pendidikan	95
6. Tabel hasil kuisioner.....	96

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara yang memiliki banyak sekali sumber kekayaan alam daerah. Banyaknya keelokan alam dengan berbagai macam adat istiadat, budaya, kearifan lokal serta sejarah yang tertinggal menjadi sebab Indonesia dipilih sebagai pilihan dalam tujuan wisatawan untuk berkunjung dan melihat langsung fenomena yang terjadi, dan menemukan hal baru yang unik atau mendapatkan suatu pengalaman yang baru dirasakan, seperti tempat-tempat yang memiliki pengaruh baik bagi kesehatan dan memanjakan mata. Makin banyak wisatawan ataupun turis asing yang berkunjung maka akan meningkatkan pendapatan penduduk yang ada disekitar lokasi objek wisata, hal ini juga dapat membuka peluang ekonomi bagi penduduk sekitar untuk mengembangkan usaha kecil supaya bisa memenuhi kebutuhan ataupun permintaan wisatawan. Untuk wisatawan berkunjung ke objek wisata dapat dikatakan sebagai suatu aktivitas yang seru dan menyenangkan serta bisa menambah wawasan baru yang sebelumnya belum diketahui.

Indonesia merupakan negara yang sangat kaya akan keanekaragaman, kekayaan Indonesia tersebar hingga seluruh plosok negara Indonesia, mulai dari kekayaan alam yang indah, budaya yang bervariasi, kearifan lokal, hingga wisata sejarahnya. Negara Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam yang khas, hal ini menyebabkan banyak masyarakat lokal ataupun turis asing tertarik mengunjungi Indonesia, hal ini mendukung Indonesia menjadi tempat destinasi wisatawan, Indonesia menyediakan banyak media pariwisata sebagai opsi seseorang berwisata.

Salah satu kepentingan pariwisata yang sangat memiliki peran penting adalah wisatawan atau orang yang melakukan perjalanan wisata. Perjalanan wisata dilakukan oleh manusia atau masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya dalam mencari hiburan atau suasana yang baru dan belum pernah dikunjungi sebelumnya.

Faktor yang manusia ingin bepergian berwisata sangatlah banyak dan menarik untuk dijadikan arahan atau acuan dalam pengembangan pariwisata.

Acuan dalam berpariwisata dapat dipengaruhi oleh motif ataupun faktor wisatawan, mulai dari turis lokal maupun wisatawan lokal, pengelola tempat wisata, pemerintah, hingga pedagang dan penyedia jasa disekeliling tempat wisata. Dalam mengelola kebijakan objek wisata ataupun yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan. Dalam unsur kepariwisataan, terdapat dua unsur yang menyeimbangkan pariwisata adapun unsur tersebut adalah daya tarik destinasi dan pelayanan. Kedua unsur tersebut adalah inti dari kegiatan pariwisata yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata ataupun minat wisatawan untuk kembali ke objek wisata tersebut.

Menurut berkowitz (2004) ia menjelaskan bahwa ada 4 faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen. Faktor tersebut adalah marketing mix, social cultural, psikologi dan situasi. Di dalam 4 faktor tersebut terdapat komponen-komponen yang mempengaruhi keputusan konsumen, seperti faktor pemasaran, faktor social budaya, faktor psikologi ataupun faktor situasi. Pariwisata juga merupakan aspek yang dibutuhkan oleh setiap manusia, hal ini terjadi karena aktivitas berwisata dapat meningkatkan semangat, daya kreatif, menghilangkan perasaan jenuh akan pekerjaan, merefleksikan diri serta bisa menumbuhkan semangat kerja lagi. Pariwisata adalah aspek yang sangat menarik, pariwisata menawarkan banyak opsi mulai dari jenis produk dan wisata yang beragam dari wisata alam, wisata air, wisata budaya, wisata sejarah, sampai wisata buatan.

Menurut undang-undang nomor 10 tentang kepariwisataan tahun 2009, pariwisata merupakan bermacam-macam kegiatan wisata serta didukung dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan perseorangan ataupun pemerintahan. Salah satu tujuan dari adanya penyelenggaraan pariwisata adalah guna mempertinggi kesejahteraan serta kemakmuran masyarakat. Pariwisata juga membangun ekonomi masyarakat, memperluas lapangan kerja baik untuk masyarakat sekitar atau lokal maupun masyarakat pendatang di suatu daerah dekat dengan objek wisata. Adanya kegiatan wisatawan baik luar maupun dalam negeri dapat meningkatkan devisa Negara

dalam sektor pariwisata. Dalam kegiatan kepariwisataan transportasi dan komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam kelancaran sektor pariwisata itu sendiri karena faktor jarak maupun waktu sangat berpengaruh terhadap minat wisatawan untuk mene mukan pengalaman berwisata. Saat ini, sektor transportasi telah mempercepat pertumbuhan industri pariwisata dengan sangat cepat dan pesat, sehingga berdampak pada permintaan akan wisata semakin meningkat karena akses menuju lokasi wisata semakin mudah untuk ditempuh dan dijangkau oleh para wisatawan baik wisatawan asing maupun lokal.

Lampung merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki banyak sekali kekayaan alam maupun budaya yang bisa dikembangkan sebagai objek wisata, potensi yang bisa kita lihat untuk mengembangkan objek wisata di Lampung antara lain alam yang indah ada banyak objek yang memengaruhi keindahan alam Lampung yaitu laut yang indah, hawa yang sejuk, dikelilingi oleh perbukitan yang asri ditumbuhi bunga dan pepohonan sementara budaya yang ada sangat menarik dan unik, sehingga provinsi Lampung cocok untuk dijadikan mata rantai tujuan wisatawan.

Salah satu tujuan wisata yang banyak sekali dikunjungi di provinsi Lampung adalah kabupaten Lampung Selatan, Kabupaten Lampung Selatan memiliki banyak sekali tujuan wisata mulai dari wisata budaya, wisata bahari, hingga wisata alam lainnya yang menyejukkan mata, setiap tempat wisata menyebar di seluruh kecamatan yang ada di Lampung Selatan. Memiliki 17 kecamatan yang tersebar. Lampung Selatan memiliki wisata yang menarik di kecamatan natar tepatnya di desa Merak batin, desa ini memiliki objek wisata pemandian air panas bernama, “Way panas” tempat ini ramai dikunjungi oleh semua kalangan mulai dari anak-anak, orang dewasa hingga lanjut usia.

Provinsi lampung memiliki banyak sekali keanekaragam alam mulai dari keindahan laut, keindahan di dataran tinggi, keindahan alam buatan dan masih banyak lagi, Lampung dapat mengembangkan perekonomiannya dengan adanya sektor pariwisata Lampung bisa mengembangkan ini sehingga bisa menarik wisatawan lokal maupun manca negara. Provinsi Lampung memiliki ciri khas yang berbeda-

beda di tiap-tiap kabupaten. Setiap kabupaten memiliki sumber daya alam atau kearifan lokal maupun alam yang berbeda-beda. Lampung Selatan adalah salah satu daerah yang memiliki kekayaan yang sangat beragam.

Lampung Selatan merupakan kabupaten dengan jumlah 17 kecamatan yang tersebar, setiap kecamatan di Lampung Selatan memiliki keanekaragaman sektor yang dapat dikembangkan setiap daerah yang memiliki kekayaan alam yang berbeda-beda. Lampung Selatan memiliki sektor pariwisata yang beragam, wisata sejarah, wisata budaya hingga wisata buatan. Salah satu wisata yang kerap diminati banyak masyarakat adalah objek wisata pemandian air panas. Pemandian airpanas merupakan sarana air dari alam yang dapat dimanfaatkan sebagai tempat rekreasi maupun terapi yang banyak diminati oleh masyarakat terutama kalangan dewasa. Pemandian airpanas biasanya memiliki kandungan blerang yang diyakini dapat menyembuhkan penyakit kulit seperti gatal-gatal eksim, maupun jamur kulit. Wisata tersebut digemari mulai dari kalangan anak-anak, orang dewasa hingga lanjut usia, hal ini tidak terlepas dari adanya manfaat objek wisata airpanas terhadap kesehatan tubuh dan kulit. Setiap tahun objek wisata airpanas merak batin mrngalami peningkatan dan penurunan dari data berikut ini:

Tabel.1. Jumlah kunjungan wisatawan tahun 2020-2023

Tahun	Jumlah Wisatawan
2020	3.600 wisatawan
2021	6.480 wisatawan
2022	7.920 wisatawan
2023	9.520 wisatawan

Sumber: Kepala pengelolaan objek wisata air panas Way Panas Natar

Berdasarkan data yang tertera dalam tabel diatas dijelaskan bahwa kunjungan wisatawan ke pemandian Way Panas selama 4 tahun dari 2020-2023 dengan rata-rata 6880 kunjungan wisatawan, dapat juga disimpulkan bahwa kunjungan wisatawan objek wisata pemandian airpanas desa merak batin mengalam kenaikan dan penurunan seiring berjalannya waktu, wisata ini mengalami penurunan mulai

dari berkembangnya wabah *covid 19* di Indonesia, objek wisata pemandian air panas mengalami kemerosotan pengunjung karena larangan untuk keluar rumah dan pembatasan aktivitas yang menyebabkan sentuhan fisik, pada tahun 2022 objek wisata pemandian airpanas mulai mengalami kenaikan kunjungan lagi seiring menghilangnya wabah *covid 19* dan aturan pemerintah yang disebut *lock down*. Sebagai objek wisata yang memiliki banyak manfaat objek wisata yang memiliki banyak manfaat objek wisata air panas menjadi tempat tujuan dari orang-orang yang ingin berekreasi sekaligus mencari alternatif pengobatan seiring dengan maraknya *trend* wisata berbasis kesehatan yang banyak digemari masyarakat. Airpanas juga menjadi alasan bagi warga sekitar untuk menemukan pekerjaan mulai dari pengelola objek wisata hingga penjual makanan disekitar.

Minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata sangat dipengaruhi oleh minat wisatawan, pemilihan objek wisata airpanas sebagai tujuan wisatawan tidak luput dipengaruhi oleh motivasi wisatawan untuk berkunjung hal ini dikarenakan motivasi merupakan faktor yang menjadi penggerak minat atau keinginan manusia untuk melakukan aktivitas yang diinginkannya, motivasi merupakan hal yang menjadi penggerak minat atau keinginan manusia untuk melakukan aktivitas yang mereka inginkan, motivasi merupakan kekuatan yang terdapat dalam diri tiap manusia, yang menyebabkan individu tersebut melakukan tindakan atau melakukan sesuatu, motif ini tidak dapat dilihat secara langsung tetapi bisa diinterpretasikan dalam tingkah lakunya, berupa rangsangan, dorongan atau pembangkit tenaga munculnya tingkah laku.

Motivasi wisatawan memainkan peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu destinasi wisata. Dalam konteks pariwisata, motivasi merujuk pada dorongan yang mendorong individu untuk melakukan perjalanan, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal. Faktor-faktor ini tidak hanya meliputi tujuan rekreasi atau relaksasi, tetapi juga pengalaman budaya, petualangan, atau bahkan aspek edukasi yang ingin dicapai selama perjalanan. Selain itu, motivasi wisatawan juga dapat dipengaruhi oleh tren sosial, iklan, atau rekomendasi dari teman dan keluarga, yang semakin memperkaya pemahaman kita tentang perilaku wisatawan dalam memilih destinasi. Dengan meningkatnya daya

saing di sektor pariwisata, penting bagi para pemangku kepentingan untuk memahami motivasi wisatawan agar dapat merancang produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Di sisi lain, pemahaman yang mendalam tentang motivasi wisatawan juga dapat memberikan informasi berharga bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan serta membantu dalam perencanaan destinasi yang lebih tepat sasaran.

Berdasarkan wawancara dengan wisatawan yang berkunjung yang telah terlaksana saat berkunjung ke objek wisata pemandian airpanas Natar bahwa setiap orang yang berkunjung memiliki motivasi yang beragam.

Menurut Chafid fandeli (1995) motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dikelompokkan menjadi empat kelompok besar antara lain:

1. Motivasi fisik (*physical motivation*) antara lain menyegarkan kembali tubuh dan jiwa, istirahat karena kesehatan, olahraga, rekreasi, bersenang-senang, berbelanja, dan berpacaran. Motivasi fisik dalam penelitian ini menyangkut pada kesehatan dimana airpanas merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki manfaat kesehatan terutama untuk penyakit kulit karena mengandung blerang, sehingga dipercaya dapat menyembuhkan banyak penyakit.
2. Motivasi kebudayaan (*cultural motivation*) antara lain ingin mengetahui budaya, seni, seni, music, arsitektur, sejarah negara lain, peristiwa penting (olahraga, pekan perdagangan, peristiwa lain bertaraf nasional atau internasional).
3. Motivasi individu (*interpersonal motivation*) antara lain mengunjungi keluarga atau mencari teman baru, perjalanan bersenang-senang, kunjungan untuk mencari pengalaman baru.
4. Motivasi prestasi dan status (*status and prestise motivation*) antara lain penyaluran hobi, melanjutkan belajar, pertemuan untuk menjalin hubungan *personal*, menghadiri konfrensi dan seminar.

Motivasi wisatawan dalam menentukan pilihan destinasi wisata merupakan hasil dari interaksi kompleks antara berbagai faktor internal dan eksternal, yang meliputi aspek sosial, ekonomi, budaya, serta kondisi psikologis individu. Faktor-faktor tersebut tidak hanya membentuk preferensi wisatawan, tetapi juga memengaruhi persepsi mereka terhadap daya tarik suatu destinasi.

Dalam sejumlah studi sebelumnya, motivasi wisatawan telah banyak dibahas dari sudut pandang teoritis maupun empiris. Namun demikian, masih terdapat keterbatasan dalam literatur terkait pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang paling dominan dalam mendorong keputusan wisatawan untuk mengunjungi destinasi tertentu, terutama destinasi yang memiliki ciri khas atau karakteristik lokal yang unik.

Kesenjangan ini menunjukkan pentingnya penelitian yang bersifat kontekstual untuk mengeksplorasi dinamika motivasi wisatawan dalam setting yang lebih spesifik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor utama yang memengaruhi motivasi wisatawan dalam memilih destinasi wisata, dengan fokus khusus pada kawasan Pemandian Airpanas Natar. Selain itu, penelitian ini juga bermaksud untuk mengevaluasi implikasi dari temuan tersebut terhadap strategi pengembangan pariwisata lokal yang berkelanjutan dan berbasis potensi wilayah, sehingga dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan daya saing destinasi serta kesejahteraan masyarakat setempat.

Motivasi wisatawan ini sangat penting untuk diketahui agar dalam keputusan serta pembangunan objek wisata dapat dilaksanakan secara efektif dan bijaksana dan untuk mengetahui bagaimana manfaat serta motivasi wisatawan untuk kemajuan Pemandian Airpanas Way Panas Natar terutama dibidang kesehatan. Berdasarkan uraian diatas, sehingga menarik penulis untuk melakukan kajian penelitian dengan judul, “Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Pemandian Air Panas Way Panas Natar Tahun 2024”

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Kesehatan
2. Rekreasi
3. Mengunjungi teman, kenalan atau keluarga
4. Pendidikan atau Penelitian

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini, yaitu: Apa motivasi wisatawan melakukan kunjungan ke Pemandian Airpanas Way Panas Natar Tahun 2024?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka pertanyaanya sebagai berikut:

1. Apakah kesehatan menjadi motivasi wisata bagi wisatawan untuk berkunjung ke pemandian airpanas Natar tahun 2024?
2. Apakah rekreasi menjadi motivasi berwisata bagi wisatawan berkunjung ke pemandian airpanas Natar tahun 2024?
3. Apakah mengunjungi teman atau keluarga menjadi motivasi wisatawan untuk berkunjung ke pemandian airpanas Natar tahun 2024?
4. Apakah Pendidikan atau Penelitian menjadi motivasi wisatawan untuk mengunjungi objek wisata pemandian airpanas Natar tahun 2024?

D. Tujuan Penelitian

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang terus berkembang dan memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian suatu daerah. Oleh karena itu, pemahaman mengenai motivasi wisatawan dalam memilih destinasi wisata menjadi hal yang sangat penting untuk mengoptimalkan pengelolaan dan pengembangan sektor ini. Penelitian ini berfokus pada aspek-aspek yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam menentukan destinasi wisata yang akan

dikunjungi. Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah dijabarkan maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui apakah kesehatan merupakan motivasi wisatawan berwisata ke pemandian airpanas way panas Natar tahun 2024.
2. Mengetahui apakah rekreasi menjadi alasan atau motivasi wisatawan untuk mengunjungi pemandian airpanas way panas Natar tahun 2024.
3. Mengetahui apakah bertemu dengan teman atau keluarga merupakan motivasi wisatawan berkunjung ke pemandian airpanas way panas Natar tahun 2024.
4. Mengetahui apakah pendidikan atau penelitian merupakan motivasi wisatawan berkunjung ke pemandian airpanas way panas Natar tahun 2024.

E. Kegunaan Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat kegunaan serta manfaat daripada apa yang diteliti, begitu dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai salah satu syarat untuk mendapat atau mencapai gelar sarjana pendidikan geografi jurusan ilmu pengetahuan sosial fakultas keguruan ilmu pendidikan universitas lampung
2. Menambah wawasan serta literasi penulis dan sebagai aplikasi ilmu yang telah diperoleh semasa kuliah.
3. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan untuk pengelola objek wisata air panas merk batin dalam meningkatkan pengembangan objek wisata.
4. Sebagai bahan refrensi dan bahan bacaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dalam pelaksanaannya, maka penulis membatasi ruang lingkup sebagai berikut:

1. Ruang lingkup objek ini adalah motivasi wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata pemandian airpanas way panas merak batin kecamatan Natar kabupaten Lampung selatan.

2. Ruang lingkup subjek penelitian dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata pemandian airpanas way panas Merak batin kecamatan Natar kabupaten Lampung selatan.
3. Ruang lingkup tempat dan waktu dalam penelitian ini adalah objek wisata pemandian airpanas way panas Merak batin kecamatan Natar kabupaten Lampung selatan.
4. Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah geografi pariwisata.

Geografi pariwisata merupakan kajian pariwisata dalam perspektif geografi, yang berada dalam lingkup geografi ekonomi. Esensi geografi ekonomi mengkaji aktivitas ekonomi dalam pendekatan keruangan, termasuk aktivitas pariwisata. Aktivitas ekonomi dalam pendekatan keruangan usianya sama dengan keberadaan sejarah manusia, karena komunitas manusia selalu berpindah dengan jalan melakukan perjalanan dari satu tempat lain yang didorong oleh adanya motivasi. Motivasi melakukan perjalanan untuk menikmati perjalanan dan mendapatkan kesenangan dari perjalanannya itu dikenal sebagai pariwisata. Pariwisata menimbulkan aktivitas ekonomi karena akan muncul sirkulasi dan distribusi uang, barang, jasa, sehingga dari aktivitas ini ada konsumen dan produsen.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Tinjauan Pustaka

1. Geografi Pariwisata

Geografi pariwisata adalah ilmu geografi yang berhubungan erat dengan pariwisata (Gamal Suwanto:1997). Segi-segi umum yang perlu diketahui oleh wisatawan antara lain, lokasi, iklim, sebaran hewan dan tumbuhan (*flora & fauna*), keindahan alam, adat istiadat, budaya, perjalanan darat, laut, dan udara. Pengertian yang dikemukakan oleh Suwanto jika dicermati lebih lanjut konsep geografi pariwisata yang sangat disederhanakan, karena dianggap sebagai media untuk mendapatkan informasi berkaitan dengan suatu tempat termasuk objek wisata, alat transportasi, termasuk kedalamnya tentang kuliner. Konsep yang dibangun ini menempatkan geografi sebagai informasi suatu tempat daerah.

Geografi sebagai bidang ilmu yang mengkaji kondisi alam, kondisi manusia, serta interaksi antara keduanya sangat berperan dalam upaya menyumbang usaha kepariwisataan, dengan memahami, mengenali karakteristik unsur-unsur geografi, memahami unsur-unsur pariwisata suatu daerah geografi pariwisata merupakan bidang ilmu terapan yang berusaha mengkaji unsur-unsur geografis suatu daerah untuk kepentingan kepariwisataan. Unsur-unsur geografis suatu daerah memiliki potensi dan karakteristik berbeda-beda.

Geografi pariwisata sesuai dengan bidang, atau lingkupnya, sasaran atau objek ialah objek wisata, sehingga pembahasannya ditekankan ke masalah bentuk, jenis, persebaran dan juga termasuk wisatawannya sebagai konsumen akan objek wisata.

Pengertian yang dikemukakan itu dapat dimengerti bahwa geografi pariwisata lebih terfokus untuk objek wisata yang dipandang sebagai bidang sebagai bidang kajian, ruang lingkup, sasaran, atau objek yang dikaji, jai geografi pariwisata memiliki ciri yang spesifik dibanding kajian ilmu lain.

Geografi pariwisata merupakan salah satu cabang dari geografi manusia. Geografi pariwisata mengkaji unsur-unsur geografis suatu wilayah yang memiliki potensi dan karakteristik yang berbeda-beda, baik aspek fisik maupun aspek sosial atau manusia. Bentang alam pegunungan yang beriklim sejuk, pantai yang landai serta berpasir putih, hutan dengan beragam tumbuhan yang langka, danau dengan air yang bersih, merupakan potensi suatu daerah yang dapat dikembangkan untuk usaha industri pariwisata. Unsur geografis yang lain seperti lokasi, kondisi morfologi, penduduk berpengaruh terhadap kemungkinan pengembangan objek wisata.

2. Pengertian Pariwisata

Pariwisata berasal dari Bahasa sansekerta, *pari* = sempurna, lengkap, tertinggi dan wisata = perjalanan sehingga pariwisata adalah perjalanan yang lengkap atau sempurna. Pariwisata juga merupakan gejala yang ditimbulkan oleh perjalanan dan tinggalnya orang asing serta penyediaan tempat tinggal sementara dan tidak berhubungan dengan pencarian nafkah (Yoeti, 1985). Pada dasarnya, pariwisata adalah fenomena sosial yang di definisikan sebagai konsekuensi dari pergerakan orang dari tempat tinggal sementara mereka menuju ke suatu tempat yang jauh dari tempat sehari-hari (*sharpley*, 2014).

Geografi Hasil seminar peningkatan kualitas pengajaran geografi di Semarang 1988 merumuskan bahwa geografi adalah ilmu yang mempelajari persamaan dan perbedaan fenomena geosfer dengan sudut pandang kewilayahan dalam konteks keruangan (Suharyono dan Amien, 1994). Pariwisata berasal dari bahasa sansekerta dari kata *pari* yang artinya sempurna, lengkap, tertinggi, dan wisata yang berarti perjalanan yang lengkap atau sempurna. UU no. 10 tahun 2009 tentang pariwisata yang perlu dipahami adalah:

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan sekelompok orang atau dilakukan oleh seseorang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (pasal 1 ayat 1)
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata (pasal 1 ayat 2)
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan daerah.
- d. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta interaksi antara wisatawan dan warga setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha (pasal 1 ayat 4)
- e. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman, kekayaan alam budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata (pasal 1 ayat 5).
- f. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada pada satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan (pasal 1 ayat 6).
- g. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan /atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata (pasal 1 ayat 7).
- h. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan usaha pariwisata (pasal 1 ayat 8)
- i. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam menghasilkan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata (pasal 1 ayat 9).

Lebih lanjut Bintarto mengemukakan geografi mempelajari hubungan kausal gejala-gejala di muka bumi dan peristiwa-peristiwa yang terjadi di muka bumi baik yang fisik maupun yang menyangkut makhluk hidup beserta permasalahannya,

melalui pendekatan keruangan, ekologi dan regional untuk kepentingan program, proses dan keberhasilan pembangunan.

3. Konsep Dasar Geografi

Geografi memiliki konsep dasar yang penting sebagai penggambaran sosok atau struktur ilmu. Dari sepuluh konsep dasar yang dikemukakan Suharyono dan Moch. Amien (1994), ada 10 konsep dasar yang digunakan, namun dalam penelitian sebagai berikut:

a. Konsep Lokasi

Menurut Suharyono dan Moch. Amin (1994) konsep lokasi merupakan konsep utama dalam kajian geografi sehingga konsep lokasi menjadi ciri khusus pengetahuan atau ilmu geografi. Dalam konsep lokasi terdapat dua jenis yaitu lokasi absolut dan lokasi relatif, lokasi absolut merupakan lokasi yang tetap dan diukur dengan berdasarkan garis bujur, garis tersebut berpedoman pada garis astronomis bumi. Sedangkan lokasi relatif adalah lokasi yang dipengaruhi oleh sekitarnya dan bisa berubah. Lokasi relative dilihat darid daerah lain disekitarnya.

Konsep lokasi dalam penelitian ini berkaitan dengan keadaan di sekitarnya dapat memberi arti yang sangat menguntungkan atau juga merugikan. Kaitan lain konsep lokasi dengan penelitian ini yaitu berkaitan dengan lokasi objek wisata Pemandian Airpanas Way Panas Natar.

b. Konsep Morfologi

Menurut Suharyono dan Moch. Amien (1994) konsep morfologi merupakan penggambaran perwujudan daratan muka bumi. Morfologi juga menyangkut bentuk lahan yang terkait dengan erosi, pengendapan, penggunaan lahan, tebal tanah, ketersediaan air serta jenis vegetasi yang dominan. Keterkaitan konsep morfologi dengan penelitian ini yaitu morfologi desa Merakbatin Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.

c. Konsep Nilai Kegunaan

Menurut Suharyono dan Moch. Amien (1994) konsep nilai kegunaan merupakan fenomena atau sumber-sumber di muka bumi yang bersifat relatif, tidak memiliki

kegunaan yang sama bagi semua orang atau golongan penduduk tertentu. Kaitan konsep nilai kegunaan dalam penelitian ini yaitu sebagai lokasi Pemandian Airpanas Way Panas Natar dan nilai kegunaan sebagai lokasi sumber penghidupan penduduk dan lokasi terapi kesehatan.

d. Konsep Jarak

Jarak sebagai konsep geografi mempunyai arti penting bagi kehidupan sosial, budaya maupun juga untuk kepentingan pertahanan. Jarak dapat merupakan faktor pembatas yang bersifat alami. Dalam penelitian ini konsep jarak yang ditempuh responden untuk mencapai Pemandian Airpanas Way Panas Natar.

e. Konsep Keterjangkauan

Keterjangkauan berkaitan dengan kondisi medan atau ketersediaan sarana angkutan atau transportasi yang dapat digunakan. Keterjangkauan pada umumnya berubah dengan adanya perkembangan perekonomian dan kemajuan teknologi, dan bagi daerah dengan keterjangkauan sangat rendah akan sangat sulit mencapai kemajuan dan perkembangan perekonomian.

f. Konsep Aglomerasi

Konsep aglomerasi merupakan kecenderungan persebaran yang bersifat mengelompok pada suatu wilayah yang relatif sempit yang paling menguntungkan baik mengingat gejala maupun adanya faktor-faktor umum yang menguntungkan. Konsep aglomerasi dalam penelitian ini untuk menunjukkan persebaran tempat tinggal responden.

Konsep esensial suatu bidang ilmu merupakan pengertian-pengertian untuk mengungkapkan atau menggambarkan corak abstrak fenomena esensial dari obyek material bidang kajian suatu ilmu. Berdasarkan telaah terhadap konsep tersebut dapat disimpulkan bahwa geografi merupakan studi yang mempelajari fenomena alam dan manusia serta keterkaitan antara keduanya di permukaan bumi dengan menggunakan pendekatan keruangan, kelingkungan, dan kompleks wilayah. Pengertian geografi di atas terdapat beberapa aspek esensial, yaitu (1) adanya hubungan timbal balik antara unsur alam dan manusia (*resiprocal*). (2) hubungan

itu dapat bersifat *interaktif*, *interelatif*, dan *inregatif* sesuai dengan konteksnya. (3) cara memandang itu secara kelingkungan.

4. Objek wisata pemandian airpanas Way panas, Natar

Air panas yang keluar dari mata airpanas (*hot spring*) merupakan salah satu manifestasi dari energi panas bumi. Airpanas itu sendiri merupakan air yang timbul dipermukaan yang berasal dari tanah di kerak bumi yang telah mengalami pemanasan secara geothermal. Pada umumnya mata airpanas tersebut berasal dari gunung berapi dan air tanah sehingga mengalami peningkatan temprature, adanya struktur geologi seperti rekahan atau patahan ada permukaan bumi yang menyebabkan timbulnya manifestasi mata air panas.

Salah satu daerah yang berada di provinsi Lampung, yaitu tepatnya berada desa Merakbatin kecamatan Natar, Lampung Selatan, memiliki sumber atau mata air panas yang telah dimanfaatkan secara langsung (*direct use*) sebagai tempat wisata pemandian air panas, mata air panas desa Merak batin kecamatan Natar Lampung Selatan ini tergolong cukup unik dibandingkan mata air pegunungan api seperti mata air panas biasanya sehingga diperkirakan mata air panas Natar ini memiliki keterkaitan dengan aktivitas sesar panjang–Lampung yang juga sebagai sesar aktif. Pemandian air panas Way Panas Natar merupakan destinasi wisata yang memiliki keunikan tersendiri karena lokasinya tidak berada di sekitar pegunungan seperti kebanyakan sumber air panas lainnya. Selain itu, air panas yang ada di Way Panas Bumi tidak mengandung belerang, sehingga berbeda dari pemandian air panas pada umumnya. Objek wisata yang terletak di Merak Batin ini juga diyakini memiliki khasiat untuk menyembuhkan berbagai penyakit, seperti gatal-gatal, penyakit kulit, stroke, asam urat, rematik, diabetes, hingga ambeien. Pengunjung yang mencari kesembuhan biasanya melakukan terapi dengan cara berendam di kolam-kolam air panas yang tersedia di lokasi tersebut. Selain itu, aktivitas berendam di air panas Way Panas Bumi juga diketahui mampu meredakan pegal-pegal, kelelahan, dan rasa penat. Setelah melakukan aktivitas ini, tubuh yang sebelumnya terasa lelah umumnya akan kembali segar dan bugar.

5. Wisatawan

Menurut undang-undang nomor 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan, wisatawan ialah orang yang melakukan kegiatan wisata. Nyoman S Pendit (1990) wisatawan semua orang yang memenuhi syarat, yaitu pertama mereka meninggalkan rumah kediaman mereka untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan yang kedua bahwa sementara mereka bepergian mereka mengeluarkan uang ditempat yang mereka kunjungi tanpa ada maksud mencari nafkah ditempat tersebut.

Menurut Gamal Suwanto (2004) yang disebut dengan wisatawan yaitu sekelompok orang atau seseorang yang melakukan perjalanan wisata. Wisatawan adalah pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurang 24 jam di suatu negara. Wisatawan dengan maksud perjalanan wisata dapat digolongkan menjadi :

- a. Pesiar (*leisure*) untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga.
- b. Hiburan dagang, sanak saudara, konferensi, misi dan lain sebagainya.

Prinsip wisatawan melakukan perjalanan adalah mendapatkan kesenangan dengan berbagai motif perjalanan wisata. Wisatawan tidak terlalu mementingkan jarak maupun biaya yang dikeluarkan karena motifnya mencari kesenangan. Orang mencari waktu untuk melakukan berbagai macam kegiatan hal tersebut biasanya dilakukan bersama seluruh anggota keluarga pada hari libur maupun hari santai keluarga.

Berdasarkan undang-undang nomor 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan yang diwariskan adalah bahwa yang dijadikan objek wisata dan daya tarik wisata berupa keadaan alam, flora dan fauna, hasil karya manusia, serta peninggalan sejarah dan budaya yang merupakan model bagi perkembangan dan peningkatan pariwisata di Indonesia. Model ini harus dimanfaatkan secara optimal melalui penyelenggaraan kepariwisataan untuk masyarakat dan persahabatan antar Negara.

Dalam penyelenggaraan kawasan objek wisata dilakukan melalui tahapan-tahapan agar suatu produk yang dihasilkan sesuai dengan perencanaan keberhasilan suatu

produk yang dihasilkan sesuatu dihasilkan sesuatu dengan perencanaan. Keberhasilan suatu objek wisata dapat terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke suatu objek. Dapat dilihat dari meningkat atau menurunnya wisatawan yang datang ke suatu objek wisata dapat ditinjau dari aspek kunjungan, daya tarik wisata, fasilitas dan atraksi serta apa yang tersedia di objek wisata tersebut.

6. Karakteristik Wisatawan

Seseorang dalam melaksanakan kegiatannya dipengaruhi oleh karakteristik wisatawan itu sendiri bahwa timbulnya motivasi sangat tergantung pada diri pribadi wisatawan yang berkaitan dengan umur, pengalaman, pendidikan, emosi, kondisi fisik dan psikis. Beragam karakter inilah yang menjadi penyebab beragam keinginan dan kebutuhan yang timbul dalam diri individu untuk memilih produk wisata, hal ini menjadi pertimbangan bagi penyedia pariwisata, sehingga dalam menyediakan produk yang sesuai dengan minat dan kebutuhan wisatawan.

7. Kunjungan

Bila diperhatikan orang-orang yang datang berkunjung disuatu tempat atau negara biasanya mereka disebut sebagai pengunjung yang terdiri dari beberapa orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan termasuk didalamnya adalah wisatawan, sehingga tidak semua pengunjung termasuk wisatawan. Menurut *international union of official travel organization* (IUOTO), pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggi lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah pengunjung digolongkan dalam dua kategori yaitu:

a. Wisatawan (*tourism*)

Pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya selama 24 jam di negara yang kunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan dalam klasifikasi sebagai berikut:

- 1) Pesiar (*leisure*) untuk keperluan rekreasi liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga.
 - 2) Hubungan dagang (*bussines*), keluarga, konferensi, misi, dan lain sebagainya.
- b. Pelancong (*exersionist*)

Pengunjung yang sementara tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam. Dari beberapa pengertian tersebut, dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pengunjung adalah seseorang yang melakukan kunjungan pada objek dan daya tarik wisata yang dalam hal ini adalah objek wisata pemandian airpanas Natar sebagai lokasi penelitian.

Karakteristik pengunjung dapat dibedakan kedalam dua jenis, yaitu karakteristik sosial ekonomi dan karakteristik perjalanan wisata (1989). Dalam hal ini karakteristik pengunjung memberikan pengaruh yang tidak langsung terhadap pengembangan pariwisata tidak dapat diterapkan secara langsung, langkah-langkah yang harus dilakukan hanya dengan melihat karakteristik pengunjung, melainkan perlu melihat keterikatan dengan persepsi pengunjung pada suatu objek wisata memiliki karakteristik dan pola kunjungan, kebutuhan, maupun alasan melakukan kunjungan ke objek wisata masing-masing berbeda hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi penyedia jasa pariwisata sehingga dalam menyediakan produk dapat sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Adapun karakteristik pengunjung meliputi:

- a. Jenis kelamin, yang dikelompokkan menjadi laki-laki dan perempuan
- b. Usia adalah umur responden saat survey
- c. Kota atau daerah asal adalah tempat tinggal responden
- d. Tingkat pendidikan responden
- e. Status perkawinan responden
- f. Pendapatan perbulan responden.

Sedangkan pola kunjungan responden merupakan alasan utama perjalanan adalah motif atau tujuan utama dilakukan perjalanan tersebut meliputi:

- a. Maksud kunjungan yang merupakan tujuan utama melakukan perjalanan wisata.

- b. rekuensi kunjungan adalah banyaknya kunjungan ke objek wisata yang pernah dilakukan oleh responden.
- c. Teman perjalanan adalah orang yang bersama-sama dengan responden melakukan perjalanan wisata.
- d. Lama waktu kunjungan adalah jumlah waktu yang dihasilkan responden selama berada di objek wisata.
- e. Besar pengeluaran adalah jumlah pengeluaran atau biaya selama melakukan perjalanan wisata.

8. Daya Tarik Wisata

Daya tarik objek wisata yang memiliki sifat yang unik, asli, dan lokal sebagai pendorong seseorang dalam melakukan kegiatan wisata. Adapun objek wisata menurut Gamal Suwanto (2004) antara lain:

- a. Keindahan alam (*natural amenities*) iklim, pemandangan, fauna, dan flora yang aneh (*uncommon vegetation and animals*) hutan (*the syilvan elements animals*) dan sumber kesehatan (*health center*) seperti air panas belerang, mandi lumpur dan lain-lain.
- b. Ciptaan manusia (*man made supply*) seperti monument-monumen, candi-candi, galeri seni, dan lain sebagainya

Menurut UU No. 10 Tahun 2009, daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sarana atau kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata atau, “*tourist attraction*” istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu menurut Oka A. Yeoti (1996).

Berdasarkan pendapat di atas maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa segala sesuatu yang memiliki ciri khas tersendiri serta nilai yang tinggi dan menarik yang menjadi tujuan wisatawan berkunjung ke suatu objek wisata tertentu. Daya tarik objek wisata adalah salah satu faktor utama yang wajib dikembangkan secara maksimal sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk tinggal lebih lama dan

mngeluarkan uangnya untuk berwisata ditempat yang mereka kunjungi. Secara umum daya tarik wisata dapat memberikan kepuasan pada wisatawan yang berkunjung.

9. Umumnya Daya Tarik Wisata

Umumnya daya tarik suatu objek wisata pada umumnya berdasar pada:

- a. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih
- b. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk mengunjunginya
- c. Adanya ciri khusus yang bersifat langka
- d. Adanya sarana/prasana pengunjung untuk melayani para wisatawan yang hadir
- e. Objek wisata alam memiliki daya tarik yang tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia pada masa lampau.

Menurut Oka A Yoeti dalam Muljadi AJ (2012) daya tarik wisata adalah suatu objek yang dijual harus memenuhi syarat agar memenuhi kepuasan kepada wisatawan ataupun pengunjung antara lain:

- a. suatu yang dapat dilihat (*something to see*) artinya ditempat tersebut harus ada objek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki daerah tersebut atau daerah lain, dengan kata lain daerah itu harus mempunyai daya tarik yang khusus dan unik.
- b. Sesuatu yang dapat dikerjakan (*something to do*) artinya ditempat tersebut selain banyak yang disaksikan harus disediakan juga fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal berlama-lama ditempat itu.
- c. Sesuatu yang dapat dibeli (*something to buy*) artinya ditempat tersebut harus ada tempat untuk berbelanja sebagai buah tangan rakyat sebagai oleh- oleh untuk dibawa pulang.

Dari beberapa pengertian kepuasan wisatawan diatas maka dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menarik, memiliki keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan datang ke suatu daerah tertentu. Daya tarik objek wisata merupakan faktor utama yang datang lebih lama tinggal dan lebih banyak mengeluarkan uangnya ditempat yang mereka kunjungi. Pada umumnya daya tarik objek wisata harus memberikan rasa nyaman, damai, dan kepuasan pada wisatawan yang berkunjung.

10. Fasilitas

Mulyadi AJ (2012) berpendapat bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para wisatawan selama mereka melakukan perjalanan wisata di suatu daerah tujuan wisata, hal tersebut antara lain seperti:

- a. Fasilitas angkutan
- b. MCK
- c. Tempat makan dan minuman
- d. Sistem telekomunikasi
- e. Penjualan cindra mata dan souvenir
- f. Tempat penginapan dan tempat parkir

James J Spilane (1997) berpendapat bahwa fasilitas merupakan sarana yang menunjang dan menambah kenyamanan wisatawan dan berekreasi, seperti hot, rumah makan, pondok wisata telepon umum dan tempat rekreasi. Fasilitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar usaha saat ini dapat berupa benda-benda maupun uang, jadi fasilitas dapat disamakan dengan sarana yang berada pada objek wisata. Tak semua objek wisata memerlukan fasilitas yang lengkap harus disesuaikan dengan kebutuhan wisata.

Fasilitas merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam upaya memaksimalkan pengembangan suatu objek wisata, kondisi fasilitas suatu objek wisata yang terpelihara dengan baik membuat para wisatawan nyaman dalam mengunjungi suatu objek wisata. Fasilitas tersebut umumnya mulai fasilitas

angkutan, MCK, tempat makan minum, sistem telekomunikasi, toko penjualan cindra mata atau souvenir, tempat penginapan serupa tempat parkir.

11. Aksesibilitas

Aksesibilitas dalam kepariwisataan berkenaan dengan tingkat kemudahan seorang wisatawan mencapai objek wisata. Aksesibilitas sangat penting untuk diperhatikan, mengingat hal tersebut bisa memberikan pengaruh yang besar bagi para wisatawan. Fasilitas transportasi dalam sektor pariwisata sangat erat hubungannya dengan aksesibilitas. Maksudnya jangkauan penggunaan kendaraan yang dimiliki dapat berefek seolah olah jarak tujuan dekat. Hal ini mempersingkat waktu serta tenaga dan lebih meringankan biaya perjalanan.

Menurut Hadiwijoyo (2018) Aksesibilitas adalah faktor-faktor yang mendukung kemudahan wisatawan untuk mencapai desa, seperti papan petunjuk jalan (*signage*), moda transportasi yang dapat dimanfaatkan wisatawan menjangkau berbagai daya tarik yang dimiliki desa, dan kondisi jalan desa yang baik.

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa beberapa hal yang mempengaruhi aksesibilitas suatu tempat adalah kondisi jalan, tarif angkutan jenis kendaraan, jaringan transportasi, jarak tempuh dan waktu tempu. Semakin baik aksesibilitas suatu wilayah maka akan mempermudah wisatawan berkunjung, sebaliknya semakin buruk aksesibilitas maka akan semakin sedikit pengunjung yang mengunjungi objek wisata karena sulitnya jangkauan menuju objek wisata.

12. Motivasi Wisatawan

Motivasi tidak luput dari pengertian motif, sebab istilah motivasi berasal dari kata *motivation* ini berhubungan dengan istilah motif. Motif adalah suatu perangsang (keinginan) dan daya penggerak (kemauan) bekerja seseorang, setiap mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai, sedangkan motif perjalanan adalah suatu pendorong atau alasan seseorang untuk mengadakan perjalanan ke suatu tempat untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Soekadijo (2003) mengemukakan bahwa

“motivasi merupakan suatu tenaga (dorongan, alasan, atau kemauan) dari dalam diri seseorang yang menyebabkan dia berbuat atau bertindak dimana tindakan itu diarahkan kepada tujuan yang hendak dicapai. Menurut Sumadi Surya Brata (2006), motivasi wisata merupakan keadaan yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk melakukan aktivitas tertentu guna tercapainya suatu tujuan (kebutuhan). Sehubungan dengan kebutuhan hidup manusia yang mendasari timbulnya motivasi, maslow dalam I Gede Pitana (2005) mengungkapkan bahwa kebutuhan manusia itu meliputi kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan social dan kebutuhan aktualisasi diri. Salah satu upaya manusia dalam pemenuhan kebutuhannya yaitu dengan mengadakan perjalanan wisata. Motivasi seseorang dalam melakukan perjalanan sangat bervariasi, dan motivasi tersebut tidak selalu bersifat tunggal, melainkan kombinasi dari berbagai motivasi sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Oka A Yoeti (1996) motivasi seseorang untuk melakukan perjalanan yaitu:

a. Alasan pendidikan dan kebudayaan

Wisatawan memiliki alasan berupa alasan pendidikan diantaranya:

- 1) Ingin melihat bagaimana rakyat negara lain bekerja dan bagaimana cara hidupnya (*the way of life*).
- 2) Ingin melihat kemajuan-kemajuan yang telah dicapai oleh negara lain.
- 3) Ingin menyaksikan tempat-tempat bersejarah, peninggalan-peninggalan kuno, monumen-monumen, festival, events, keindahan alam dan lain-lain.
- 4) Untuk mendapatkan saling pengertian dan ide-ide baru ataupun penemuan-penemuan baru.
- 5) Untuk berpartisipasi dalam suatu festival kebudayaan, kesenian, dan lain sebagainya.

b. Alasan santai, kesenangan dan petualangan

Adapun alasan wisatawan untuk memperoleh kesenangan dan petualangan diantaranya:

- 1) Menghindarkan diri dari kesibukan sehari-hari dan kewajiban rutin.

- 2) Untuk melihat daerah-daerah baru, masyarakat asing dan untuk mendapatkan pengalaman.
- 3) Untuk mendapatkan atau menggunakan kesempatan yang ada atau untuk memperoleh kegembiraan.
- 4) Untuk mendapatkan suasana romantis yang berkesan, terutama bagi pasangan-pasangan yang sedang berbulan madu.

c. Alasan kesehatan, olahraga, dan rekreasi

Kesehatan, olahraga, dan rekreasi merupakan salah satu alasan wisatawan melakukan kegiatan wisata diantaranya adalah:

- 1) Untuk beristirahat dan mengembalikan kekuatan setelah bekerja keras dan menghilangkan ketegangan pikiran.
- 2) Untuk melatih diri dan ikut dalam pertandingan olah raga tertentu, misalnya seperti olimpiade.
- 3) Untuk menyembuhkan diri dari suatu penyakit tertentu.
- 4) Melakukan rekreasi dalam menghabiskan masa libur.

d. Alasan keluarga, negeri asal dan tempat bermukim

Wisatawan melakukan kegiatan wisata dengan alasan keluarga, negara asal dan tempat bermukim diantaranya adalah:

- 1) Untuk mengunjungi tempat di mana kita berasal atau dilahirkan.
- 2) Untuk mengunjungi tempat di mana kita pernah tinggal atau berdiam pada masa lalu.
- 3) Untuk mengunjungi famili dan kawan-kawan.
- 4) Untuk pertemuan dengan keluarga atau kawan-kawan dalam rangka reuni.

e. Alasan business, sosial, politik dan konferensi

Bisnis, sosial, politik dan konferensi menjadi alasan wisata untuk melakukan kegiatan wisata antarlain:

- 1) Untuk menyaksikan suatu pameran, kamar dagang, karyawisata, atau meninjau suatu proyek dan lain-lain.
- 2) Menghadiri konferensi, seminar, simposium dan pertemuan ilmiah lainnya.

- 3) Mengikuti perjanjian kerjasama, pertemuan politik dan undangan negara lain yang berhubungan dengan kenegaraan.
- 4) Untuk ikut dalam suatu kegiatan sosial.

f. Alasan persaingan dan hadiah

Persaingan dan hadiah merupakan salah satu alasan wisatawan melakukan perjalanan wisata, hal-hal yang dilakukan saat melakukan wisata dengan alasan persaingan atau hadiah antaralain:

- 1) Untuk memperlihatkan kepada orang lain, bahwa yang bersangkutan juga mampu melakukan perjalanan jauh.
- 2) Untuk memenuhi keinginan agar dapat bercerita dengan negeri lain ada kesempatan-kesempatan tertentu.
- 3) tidak dikatakan orang ketinggalan zaman
- 4) Merealisasi hadiah yang diperoleh dalam suatu sayembara tertentu.
- 5) Merealisasi hadiah yang diberikan seseorang.

Berdasarkan pengertian motivasi menurut para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan faktor pendorong seseorang untuk melakukan perjalanan dan berpengaruh terhadap penentuan objek wisata yang dikunjungi. Oleh karena itu motivasi wisatawan penting untuk diketahui bagi pengelola objek wisata dalam rangka meningkatkan daya tarik agar wisatawan tertarik dan senang serta terpenuhinya kebutuhan wisatawan sehingga menghindari beralihnya wisatawan ke objek wisata lain yang merupakan pesaing. Selain motivasi menurut menurut Chafid Fandeli (1995). Motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar yakni; *physical motivation*, *cultural motivation*, *interpersonal motivation*, *status and prestige motivation*.

a. *Physical motivation*

Kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh seseorang dilingkungan kerja ataupun rutinitas sehari-hari membuat fisik menjadi lelah. Oleh karena itu dianggap perlu melakukan kegiatan yang sifatnya mengembalikan keadaan fisiologisnya. *Physical*

motivation adalah motivasi yang erat kaitannya dengan keinginan seseorang untuk mengembalikan kondisi fisiologisnya dengan cara melakukan perjalanan wisata, kegiatan yang dilakukan adalah untuk mengembalikan kondisi fisiknya atau sekedar bersenang-senang. Menurut Chafid Fandeli (1995). Mengungkapkan bahwa motivasi fisik atau fisiologis yaitu motivasi yang timbul karena keinginan untuk pemulihan kembali (*recovery*) kondisi fisik, menyegarkan kembali badan dan jiwa, istirahat karena kesehatan, olahraga, rekreasi (bersenang-senang, berpacaran, berbelanja). Berdasarkan pengertian motivasi fisik menurut Chafid Fandeli (1995) di atas dapat disimpulkan bahwa *physical motivation* adalah motivasi seseorang atau kelompok mengadakan perjalanan wisata untuk mengembalikan kondisi fisiknya (*recovery*).

Kegiatan yang dilakukan berupa rekreasi, atau sekedar bersenang-senang. Kegiatan rekreasi dilakukan dengan menikmati pemandangan, atau melakukan permainan di lokasi objek wisata yang dilakukan sendiri, bersama keluarga, teman, atau bahkan rombongan. Wisatawan berekreasi menggunakan fasilitas yang telah disediakan oleh pengelola objek wisata yang menjadi daya tarik wisata sehingga kepuasan dan kesenangan yang tercipta tidak lepas dari usaha pihak pengelola dalam menciptakan kepuasan wisatawan. Sedangkan kegiatan bersenang-senang dapat dilakukan wisatawan bersama kekasih/pacar mereka. Karena sejatinya manusia adalah makhluk sosial yang mempunyai keinginan untuk bersosialisasi dengan orang lain terutama dengan 27 orang sekitar dan teman dekat. Oleh karena itu, motivasi wisatawan perlu diketahui oleh pengelola objek wisata agar wisatawan yang mempunyai *physical motivation* dapat terpuaskan dalam perjalanan wisatanya.

b. Cultural Motivation

Seseorang atau kelompok dalam wisata kebudayaan yang datang tidak hanya melihat atraksi budaya yang ada, Akan tetapi lebih dari itu yakni untuk melihat dan mempelajari hasil kebudayaan manusia. Menurut Chafid Fandeli (1995). mengungkapkan bahwa motivasi kebudayaan antara lain keinginan untuk mengetahui budaya, seni, musik, arsitektur, sejarah negara lain, peristiwa penting (olahraga, pekan perdagangan, peristiwa lain bertaraf nasional/internasional).

Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa cultural motivation adalah kegiatan wisata yang bertujuan untuk mengetahui adat istiadat, budaya, dan arsitektur yang ada di daerah lain. Arsitektur dapat berupa monumen, tugu, dan bangunan bersejarah. Peninggalan yang berupa arsitektur menarik untuk dikunjungi karena sebagai pembelajaran dan peringatan masa lampau.

Oleh karena itu arsitektur yang menjadi peninggalan/ciri khas harus terus dijaga dan diperhatikan oleh pengelola objek wisata, agar wisatawan tertarik untuk datang berkunjung menyaksikan kemegahan bangunan/arsitektur yang mempunyai ciri khas tersebut. Selain dari itu peristiwa penting yang ada di objek wisata misalnya (olahraga, pekan perdagangan, peristiwa lain bertaraf nasional/internasional) yang dapat menundang wisatawan untuk datang mengunjungi objek wisata.

c. Interpersonal Motivation

Motivasi ini adalah keinginan seseorang melakukan perjalanan wisata karena keinginan untuk bertemu keluarga, teman, teman baru atau bahkan penyanyi terkenal. Sesuai dengan pendapat Chafid Fandeli (1995). Mengungkapkan motivasi individu antara lain keinginan untuk mengunjungi keluarga, teman atau mencari teman baru, perjalanan bersenang-senang, kunjungan spiritual, mencari pengalaman baru pada lingkungan baru (fisik dan sosial). Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa interpersonal motivation adalah motivasi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata karena keinginan untuk mengunjungi keluarga/teman, mencari teman baru, dan mencari pengalaman baru pada lingkungan baru.

d. Status and Prestise Motivation

Banyak orang yang beranggapan bahwa orang yang pernah mengunjungi tempat lain dengan sendirinya merasa lebih dari orang yang tidak pernah bepergian di tempat tersebut. Orang yang pernah berpergian ke daerah-daerah lain dianggap merasa gengsi atau statusnya naik. *Status and prestise motivation* ini adalah motivasi yang bertujuan menunjukkan siapa dirinya dihadapan orang lain.

Sesuai dengan pendapat Chafid Fandeli (1995:41) mengukapkan bahwa status and prestise motivation adalah motivasi perjalanan wisata yang bertujuan untuk

menunjukkan siapa dirinya dihadapan orang lain, untuk penyaluran hobi, melanjutkan belajar atau penelitian, pertemuan untuk menjalin hubungan personal, menghadiri konferensi dan seminar.

Berdasarkan definisi para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa *status and prestige motivation* adalah motivasi wisatawan yang bertujuan untuk menunjukkan siapa dirinya di hadapan orang lain, karena orang beranggapan bahwa orang yang pernah mengunjungi tempat lain dengan sendirinya merasa lebih dari orang yang tidak pernah bepergian di tempat tersebut. Kegiatan yang dilakukan diantaranya adalah penyaluran hobi dan pendidikan/penelitian.

Salah satu hobi yang bisa dilakukan oleh wisatawan adalah berfoto. Daya tarik yang ditawarkan oleh objek wisata membuat wisatawan termotivasi untuk mendokumentasikan perjalanan wisatanya agar dapat dilihat kepada orang lain sebagai *prestige*. Maka dari itu daya tarik menjadi penting bagi pengelola objek wisata untuk terus ditingkatkan agar wisatawan tertarik untuk datang dan berlama-lama di lokasi objek wisata. Daya tarik wisata dapat berupa fasilitas yang memadai, kenyamanan, ataupun objek yang khas yang tidak dimiliki di tempat lain. Sedangkan pendidikan dan penelitian dilakukan di tempat objek wisata adalah untuk mengetahui motivasi wisatawan yang datang ke objek wisata tersebut guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

13. Kesehatan

Kesehatan adalah kondisi yang optimal dari kesejahteraan fisik, mental, dan sosial, serta bukan hanya ketiadaan penyakit atau kelemahan. Kesehatan juga dipandang sebagai suatu bentuk keseimbangan antara individu (sebagai inang), agents (seperti bakteri, virus, dan toksin), dan lingkungan, sehingga interaksinya tidak hanya individu terhadap agent yang namun juga dengan lingkungan untuk menciptakan kondisi sejahtera tersebut.

Dalam penelitian ini konteks kesehatan berkaitan dengan motivasi wisatawan untuk mengunjungi pemandian airpanas yang mana kandungan airpanas tersebut berguna bagi kesehatan.

14. Pendidikan atau Penelitian

Dalam Perundang-undangan tentang Sistem Pendidikan No.20 tahun 2003, mengatakan bahwa Pendidikan merupakan “usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan sepiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat”. Dalam konteks penelitian ini pendidikan berkaitan dengan aktivitas anak sekolah (siswa) untuk mengunjungi suatu lokasi dengan maksud mencari lebih banyak pengetahuan.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), penelitian didefinisikan sebagai kegiatan yang melibatkan pemeriksaan dan penyelidikan secara teliti. Ini mencakup pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan objektif untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum, penelitian dalam konteks penelitian ini merupakan kegiatan mahasiswa untuk melakukan penelitian guna menyelesaikan tugas yang diberikan oleh dosen.

15. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang mengambil pokok permasalahan hampir sama dengan penelitian ini dirujuk guna kesempurnaan dan kelengkapan serta menghindari duplikasi. Penelitian relavan ini juga berguna sebagai panduan dan contoh dalam penulisan. Oleh sebab itu, meranjuk dalam penelitian relevan tersebut dapat dilihat pada tabel 4 adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil
1.	Fendi Septiawan, 2016	Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Taman Merdeka Metro Tahun 2016	1. Sejumlah 20 wisatawan (40%) menyatakan bahwa keinginan rekreasi menjadi motivasi wisatawan ketika berkunjung ke Taman Merdeka Metro. 2. Sejumlah 16 wisatawan (32%) menyatakan bahwa keinginan untuk mengetahui monument menjadi motivasi wisatawan ketika berkunjung ke Taman Merdeka Metro. 3. Sejumlah 12 wisatawan (24%) menyatakan bahwa keinginan untuk penyaluran hobi (berfoto) menjadi salah satu motivasi wisatawan berkunjung ke Taman Merdeka Metro. 4. Sejumlah 2 wisatawan (4%) menyatakan bahwa keinginan untuk pendidikan/penelitian menjadi motivasi wisata ketika berkunjung ke Taman Merdeka Metro.
2.	Zuli Hartati, 2021	Faktor Pendorong dan Penarik Wisatawan yang Berkunjung ke Objek Wisata Air Terjun Way Lalaan Tahun 2020	1. Wisatawan yang datang ke objek wisata air terjun Way Lalan untuk mengisi waktu luang merupakan faktor pendorong rekreasi yang dominan. 2. Wisatawan yang datang ke objek wisata air terjun Way Lalan untuk berkumpul dengan kawan-kawan dan mempererat hubungan keluarga merupakan alasan faktor pendorong keluarga, teman, dan tempat asal yang dominan. 3. Wisatawan yang datang ke objek wisata air terjun Way Lalan dengan mengeluarkan biaya kunjungan diatas 45.000 merupakan faktor penarik biaya kunjungan yang dominan.
3.	Tiara Safitri, Edy Haryono, Zulkarnain, 2019	Deskripsi Motivasi Wisatawan Yang Berkunjung Ke Objek Wisata Camp 91	1. Sejumlah 48 wisatawan (96%) menyatakan bahwa keinginan untuk rekreasi menjadi motivasi wisatawan berkunjung ke Objek Wisata Camp 91. 2. Sejumlah 19 wisatawan (38%) menyatakan bahwa keinginan untuk relaksasi menjadi motivasi wisatawan ketika berkunjung ke Objek Wisata Camp 91.

No	Nama	Judul	Hasil
4.	Eko Media Deneski, 2019	Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Mutun Pada Tahun 2018	3. Sejumlah 36 wisatawan (72%) menyatakan bahwa keinginan untuk penyaluran hobi menjadi motivasi wisatawan ketika berkunjung ke Objek Wisata Camp 91. 4. Sejumlah 5 wisatawan (10%) menyatakan bahwa keinginan untuk dinas menjadi motivasi wisatawan ketika berkunjung ke Objek Wisata Camp 91. 1. Sejumlah 17 wisatawan (34%) menyatakan bahwa keinginan untuk rekreasi menjadi motivasi wisatawan ketika berkunjung ke Objek Wisata Pantai Mutun. Hal ini dikarenakan keinginan untuk mencari hiburan/kegembiraan dengan memanfaatkan waktu senggang/libur untuk berwisata baik bersama rombongan, keluarga dan teman. 2. Sejumlah 5 wisatawan (10%) menyatakan bahwa keinginan untuk berpacaran menjadi motivasi wisatawan ketika berkunjung ke Objek Wisata Pantai Mutun. Hal ini dikarenakan rata-rata pengunjung adalah kalangan remaja yang memiliki pacar. 3. Sejumlah 2 wisatawan (4%) menyatakan bahwa keinginan untuk mengunjungi keluarga/teman menjadi motivasi wisatawan ketika berkunjung ke Objek Wisata Pantai Mutun. Hal ini dilakukan guna mempererat silaturahmi antar keluarga/teman. 4. Sejumlah 4 wisatawan (8%) menyatakan bahwa keinginan untuk penyaluran hobi menjadi motivasi wisatawan ketika berkunjung ke Objek Wisata Pantai Mutun. Hal ini dilakukan guna penyaluran hobi demi kepuasan hati yaitu hobi berenang dan berfoto. 5. Sejumlah 1 wisatawan (2%) menyatakan bahwa keinginan pendidikan dan penelitian menjadi motivasi wisatawan ketika berkunjung ke Objek Wisata Pantai Mutun. Hal ini disebabkan karena ada tugas dari kampus untuk melakukan penelitian.

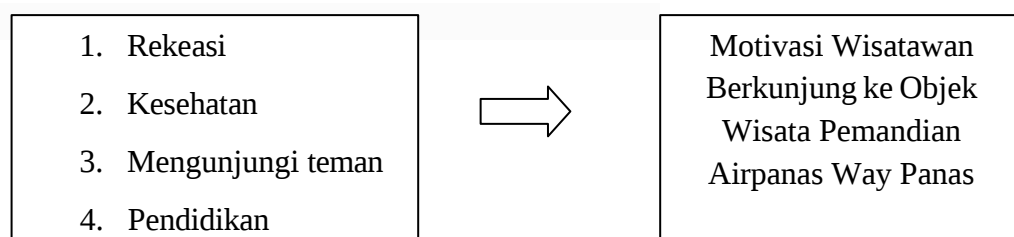
No	Nama	Judul	Hasil
			6. Sejumlah 2 wisatawan (4%) menyatakan bahwa keinginan rekreasi dan berpacaran menjadi motivasi wisatawan ketika berkunjung ke Objek Wisata Pantai Mutun. Hal ini disebabkan karena menikmati waktu libur dengan pacar. 7. Sejumlah 10 wisatawan (20%) menyatakan bahwa keinginan rekreasi dan penyaluran hobi menjadi motivasi wisatawan ketika berkunjung ke Objek Wisata Pantai Mutun. Hal ini disebabkan karena untuk melakukan kepuasan diri dengan rekreasi sambil menyalurkan hobi. 8. Sejumlah 6 wisatawan (12%) menyatakan bahwa keinginan rekreasi dan mengunjungi keluarga/teman menjadi motivasi wisatawan ketika berkunjung ke Objek Wisata Pantai Mutun. Hal ini disebabkan karena menikmati akhir pekan dengan keluarga sambil berekreasi. 9. Sejumlah 3 wisatawan (6%) menyatakan bahwa keinginan rekreasi, berpacaran, dan penyaluran hobi menjadi motivasi wisatawan ketika berkunjung ke Objek Wisata Pantai Mutun. Hal ini disebabkan karena melepas kangen dengan pacar dengan rekreasi dan menyalukarkan hobi kekasih di objek wisata.

B. Kerangka Bepikir

Pariwisata telah menjadi kebutuhan masyarakat seiring dengan perkembangan dan kesibukan yang ada dalam masyarakat. Kebutuhan akan tempat-tempat bertemu dan aktivitas bersama di udara terbuka dan keindahan alam laut, bersenang menikmati alam, menyalurkan hobi, tempat untuk menjalin kasih, tempat untuk penelitian, belajar, dan rekreasi inilah yang memotivasi masyarakat untuk memanfaatkan Objek Wisata Pemandian Airpanas Way Panas Natar menjadi tempat tujuan wisata. Objek wisata Pemandian Air Panas Way Panas Natar merupakan objek wisata yang dapat memberikan kebutuhan seseorang untuk melakukan wisata dapat ditinjau dari segi psikologi maupun fisik. Motivasi wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata dan memilih tujuan wisata sangat bervariasi.

Motivasi wisatawan terdiri dari *Physical Motivation* yaitu motivasi fisik, antara lain untuk rekreasi, berpacaran, *Cultural motivation* yaitu motivasi budaya antara lain untuk mengetahui monumen, *Interpersonal Motivation* yaitu motivasi yang mendorong seseorang untuk bertemu dengan keluarga/teman, mencari teman, bersenang-senang dan peristiwa penting, *Status and Prestise Motivation* seperti pendidikan/penelitian pada wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Pemandian Airpanas Way Panas Natar.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dibuat kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 1. Bagan Kerangka Berpikir.

III. METODE PENELITIAN

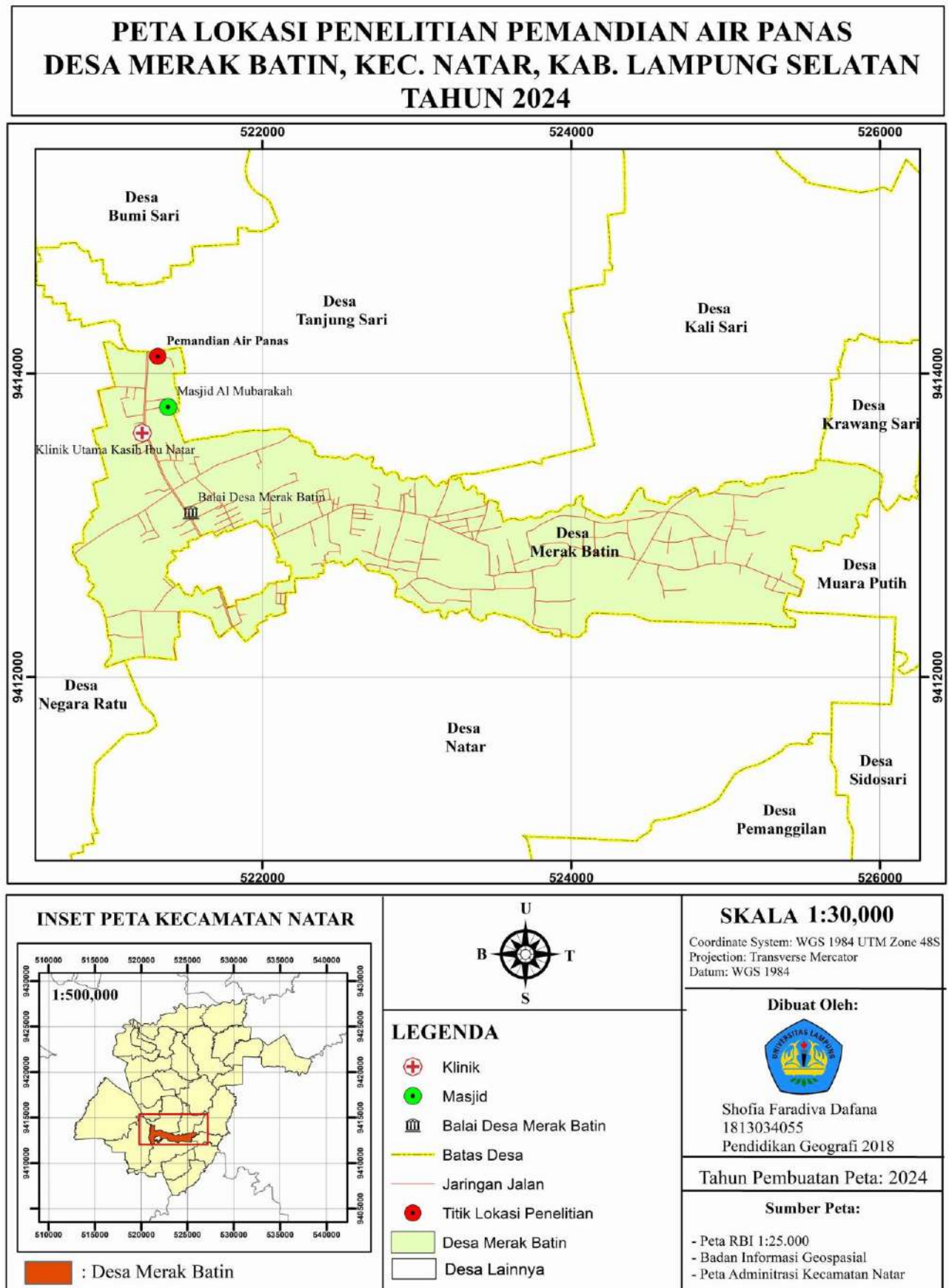
A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan suatu objek, metode penelitian deskriptif adalah metode yang dilakukan untuk mengetahui gambaran, keadaan, suatu hal dengan cara mendeskripsikan sedetail mungkin berdasarkan fakta yang ada ataupun fakta yang didapatkan.

Metode deskriptif menurut Sugiyono (2018) adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel maupun lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel itu sendiri tanpa ada pengaruh atau hubungan terhadap variabel lain seperti penelitian eksperimen atau korelasi. Menurut Koentjaraningrat (1977). Penelitian dengan metode deskriptif adalah penelitian yang bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu gejala dengan gejala lain di masyarakat.

Berdasarkan pendapat di atas maka metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu suatu metode yang memiliki tujuan untuk mendapatkan gambaran perihal motivasi wisatawan berkunjung ke objek wisata pemandian airpanas Natar. Secara objektif dan berpedoman pada permasalahan yang telah ditetapkan dengan melakukan observasi, wawancara langsung dengan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata tersebut kemudian melakukan pengolahan data dan membuat simpulan dari fenomena yang terjadi di objek wisata tersebut.

B. Lokasi Penelitian



Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian Pemandian Air Panas Way Panas Tahun 2024

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sekaran (2003) dalam (zulgenef, 2008) populasi adalah sebagai keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal-hal menarik bagi peneliti untuk ditelaah. Sedangkan menurut Suharsim Arikunto (2010) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke objek wisata pemandian airpanas Natar kabupaten Lampung Selatan.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau perwakilan dari populasi yang diteliti (Suharsimi Arikunti, 2006) keterbatasan dana, waktu dan tenaga, maka dari itu tidak semua populasi akan menjadi wisatawan dalam penelitian ini, oleh karena itu penentuan sampel dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yaitu teknik yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih sebagai sampel. Teknik ini meliputi *sampling*, sistematis, jenuh dan *snowbal* (Sugiyono, 2010).

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampel kuota (*Quota Sampling*) yaitu menentukan sampel dari populasi yang memiliki ciri-ciri tertentu sampai jumlah yang diinginkan (Sugiyono, 2010). Berdasarkan pendapat tersebut, maka peneliti menetapkan sebanyak 35 wisatawan baik laki-laki maupun perempuan tanpa membedakan daerah asal. Pengambilan sampel disesuaikan dengan kebutuhan dengan tetap memperhatikan bahwa pengembalian sampel tersebut (*representative*) untuk dijudukan sampel.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini ditetapkan secara *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan, yaitu siapa saja yang ditemui berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013). Pengambilan sampel dilakukan pada tempat-tempat atau pusat aktivitas bagi

wisatawan yang dijumpai disembarang tempat, baik pada hari libur ataupun hari kerja, dilaksanakan antara lain hari senin sampai sabtu.

Pelaksanaannya peneliti mendapatkan wisatawan dengan cara mendatangi responden satu persatu dengan berpedoman pada kuisioner yang telah disiapkan, namun jika wisatawan tersebut tidak bersedia maka peneliti mencari wisatawan lain yang bersedia untuk diwawancarai.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dan nilai dari seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013) variabel penelitian ini adalah motivasi wisatawan yang memiliki indikator rekreasi, mengunjungi keluarga ataupun teman, kesehatan, pendidikan serta penelitian.

a. Kesehatan

Kesehatan yang dimaksud dalam penelitian ini merujuk pada kondisi atau tujuan wisatawan yang melakukan perjalanan ke suatu destinasi dengan harapan memperoleh manfaat bagi kesejahteraan fisik maupun mental. Dalam konteks ini, wisatawan yang berkunjung ke Pemandian Airpanas Natar memiliki motivasi yang berkaitan dengan upaya pemulihan atau peningkatan kondisi kesehatan mereka, baik melalui terapi alami yang ditawarkan oleh air panas, maupun melalui relaksasi yang diperoleh dari suasana alam yang tenang dan mendukung proses penyembuhan. Kegiatan wisata berbasis kesehatan dapat mencakup praktik seperti berendam di kolam air panas yang dipercaya memiliki kandungan mineral tertentu untuk mengatasi keluhan fisik, mengurangi stres, memperbaiki sirkulasi darah, hingga meningkatkan kebugaran secara umum. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, dimensi kesehatan tidak hanya dipahami sebagai ketiadaan penyakit, tetapi juga mencakup aspek preventif, kuratif, dan promotif dalam pengalaman wisatawan. Dengan demikian, kesehatan sebagai variabel penelitian memiliki peran penting dalam memahami motivasi wisatawan yang secara sadar memilih destinasi dengan

fasilitas atau daya tarik yang berkaitan langsung dengan kebutuhan akan pemulihan dan peningkatan kualitas hidup.

b. **Rekreasi**

Rekreasi dalam penelitian ini adalah kegiatan yang dilakukan wisatawan untuk bermain perseorangan maupun bersama keluarga di objek pemandian airpanas Natar Lampung Selatan serta menikmati kolam wisata dan suasana di objek wisata pemandian airpanas.

c. **Mengunjungi teman atau keluarga**

Mengunjungi keluarga atau teman yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan untuk mengunjungi keluarga atau teman di objek wisata pemandian airpanas Natar dan menikmati tempat wisata pemandian airpanas Natar.

d. **Pendidikan dan Penelitian (*Study tour* dan penelitian)**

Pada pendidikan dan penelitian yang dimaksudkan pada penelitian ini adalah setiap wisatawan yang datang ke objek pemandian airpanas Natar dengan maksud dan tujuan untuk melakukan kegiatan dalam bidang pendidikan atau pembelajaran/kajian keilmuan di objek wisata pemandian airpanas Natar. Selain itu, wisatawan yang melakukan penelitian dari kampus atau mengerjakan tugas menyelesaikan tugas dari kampus di objek wisata Pemandian airpanas.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. **Observasi**

Menurut Nawawi dan Martini definisi dari observasi ialah kegiatan mengamati yang diikuti pencatatan secara urut. Hal ini terdiri atas beberapa unsur yang muncul dalam fenomena di dalam objek yang diteliti hasil observasi, Sutisno mengungkapkan pengertian dari metode observasi sebagai pengamatan, pencatatan yang diselidiki, observasi adalah sebuah proses yang kompleks yang terdiri atas berbagai macam proses ingatan dan pengamatan. Pada penelitian ini teknik dari observasi dilaksanakan dalam tujuan mengumpulkan data pokok dengan cara melakukan pengamatan langsung di lapangan guna mendapatkan data tentang objek wisata yang memotivasi wisatawan ke objek wisata pemandian air panas, selain itu

observasi dilakukan untuk mengamati langsung keadaan objek wisata pemandian air panas Natar, mulai dari wisatawan yang berkunjung ke objek wisata, lingkungan objek wisata, fasilitas yang disediakan oleh pengelola objek wisata dan berbagai macam daya tarik di objek wisata.

b. Teknik Wawancara Terstruktur

Teknik ini dilakukan untuk mengetahui serta memperoleh data langsung sebagai dilaksanakan dengan cara mendatangi wisatawan satu persatu dan wawancara terstruktur yaitu dengan menggunakan perantara kuisioner. Pelaksanaan wawancara dijadwalkan mulai pukul 06.30 WIB sampai dengan pukul 16.00 WIB. Waktu pelaksanaan wawancara ditentukan yakni pada hari senin sampai dengan hari minggu yaitu selama satu minggu penuh. Data yang diambil dalam kegiatan ini adalah pernyataan responden tentang motivasi kunjungannya ke Pemandian Airpanas Way Panas Natar berdasarkan kuisioner yang telah dibuat.

c. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik yang digunakan untuk mendapatkan data skunder yang berasal dari literasi data skunder yang berdasar dari literasi, data dokumentasi berasal dari lembaga yang terkait yaitu berupa laporan, catatan gambar, foto, tabel, peta dan begitu pula informasi-informasi yang diperlukan serta ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti sesuai dengan pendapat Sumartini Arikunto (2006) bahwa metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lennger, agenda dan sebagainya

d. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam data yang lebih mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan (Sofian Efendi dan Chri Manning 1989) pada penelitian ini penulis menggunakan analisa data kuantitatif presentase dalam bentuk tabel tunggal. Data yang diperoleh dari jawaban-jawabanwisatawan yang dianalisis secara kuantitatif sederhana, yaitu dibuat distribusi frekuensinya dalam bentuk tabel yang kemudian dipresentasikan untuk menentukan jumlah presentas dari data, digunakan rumus presentase sebagai berikut:

$$p = \frac{f}{n} \times 100 \%$$

Keterangan:

P = besarnya presentasea

F = jumlah jawaban responden

N = jumlah responden

100% = Konstanta (Muhammad Ali, 1987:84)

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data mengenai motivasi wisatawan yang berkunjung ke Pemandian Air Panas Way Panas Natar di Desa Merak Batin Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan pada tahun 2024 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sejumlah 33 wisatawan dari total keseluruhan responden menyatakan motivasi wisatawan berkunjung ke Pemandian Air Panas Way Panas Natar adalah melakukan terapi kesehatan, 23 diantaranya memilih Terapi Kesehatan atau Motivasi Kesehatan sebagai motivasi utama mereka.
2. Sejumlah 28 wisatawan dari total keseluruhan responden menyatakan motivasi wisatawan berkunjung ke Pemandian Air Panas Way Panas Natar adalah melakukan rekreasi, 3 diantaranya memilih Rekreasi sebagai motivasi utama mereka.
3. Sejumlah 3 wisatawan dari total keseluruhan responden menyatakan motivasi wisatawan berkunjung ke Pemandian Air Panas Way Panas Natar adalah untuk bertemu dengan teman/saudara.
4. Sejumlah 2 dari total keseluruhan responden menyatakan motivasi wisatawan berkunjung ke Pemandian Air Panas Way Panas Natar adalah untuk melakukan pendidikan/penelitian.

Berdasarkan rincian dari kesimpulan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar atau banyak wisatawan mempunyai motivasi melakukan terapi kesehatan di Pemandian Air Panas Way Panas Natar di Desa Merak Batin Kecamatan Natar Kabupaten Natar Tahun 2024.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Pengelola seharusnya meningkatkan daya tarik wisata agar dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pemandian Air Panas Way Panas Natar dan memperhatikan motivasi wisatawan sehingga kebutuhan wisatawan dapat lebih mumpuni.
2. Fasilitas yang ada di Pemandian Air Panas Way Panas Natar harus ditingkatkan seperti kebersihan di bagian tempat duduk, kamar bilas dan area bermain anak yang sudah tidak layak sehingga tidak dapat digunakan, sehingga wisatawan bisa merasa puas telah mengunjungi objek wisata Pemandian Air Panas Way Panas Natar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman dan Soejono. 1999. *Metode Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Anonim.2024. *Monografi Desa Merak Batin Kecamatan Natar. Lampung Selatan*.
- Anonim.2024. *Pengelola Objek Wisata Pemandian Air Panas Desa Merak batin Kecamatan Natar. Lampung Selatan*.
- Anonim. *Undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan*
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Chafid Fandeli. 1995. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Liberty. Yogyakarta
- Eko Media Deneski. 2019. *Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Mutun (Skripsi) FKIP Unila. Bandar Lampung*.
- Fendi Septiawan. 2016. *Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Taman Merdeka Metro (Skripsi). FKIP Unila. Bandar Lampung*.
- Hadiwijoyo. 2018. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat. Graha Ilmu. Yogyakarta* .
- I Gede Pitana dan Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Andi Offset. Yogyakarta
- James J. Spillane.1987. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius.

Yogyakarta

Koetjaraningrat. 1997. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Gramedia

Pustaka

Moh. Ali. 1987. *Penelitian Pendidikan Prosedur dan Strategi*. Angkasa.

Bandung

Mujadi A.J. 2012. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Raja Grafindo Persada.

Jakarta

Nusid Sumaatmadja. 1998. *Studi Geografi Suatu Pendekatan dan Analisis*

Kerungan. Alumni. Bandung

Oka A. Yoeti. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa. Bandung.

Pendit, Nyoman S. 1990. *Ilmu Pariwisata*. Pradnya. Jakarta

Riana dkk (2020) pengaruh terhadap keputusan berkunjung di desa wisata cbeuse kabupaten subang. *Jurnal tourism seirnifie*. Vol. 6 no. 1 desember 2020

Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. ANDI. Yogyakarta

Soekadijo. R. G. *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata Sebagai "System Linkage"*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sumadi Suryabrata. 2006. *Metodologi Penelitian*. Raja Grafindo. Jakarta

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dn R& D*. Alfabeta.
Bandung

Sofian Effendi dan Chris Manning. 1989. Prinsip-prinsip Analisa Data, Metode Penelitian Survai. Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (ed). LP3ES.
Jakarta.

Tiara Safitri, Edy Haryono, Zulkarnain. 2019. Deskripsi Motivasi Wisatawan Yang Berkunjung Ke Objek Wisata Camp 91 (*Jurnal*). FKIP Unila. Bandar Lampung

Trisnaningsih. 2016. *Demografi Edisi 2*. Yogyakarta: Media Akademi.

Undang-undang RI. 2010. *Undang-undang No. 10 Tahun 2009 dan Peraturan Pemerintah RI Tahun 2010 Tentang Kepariwisataaan*. Citra Umbara.

Zulgenef. 2008. *Metode penelitian Sosial dan Bisnis*. Graha Ilmu. Yogyakarta

Zuli Hartati.2021. Faktor Pendorong dan Penarik Wisatawan yang Berkunjung ke Objek Wisata Air Terjun Way Lalaan Tahun 2020. (*Skripsi*). FKIP. Unila. Bandar Lampung.