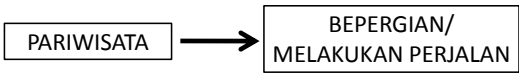




Motivasi orang bepergian



- Motivator adalah faktor-faktor yang membuat orang ingin mengunjungi suatu atraksi
- Motivator sangat beragam, tidak sama diantara orang

Faktor-faktor Pendorong & Penarik (Weaver & Lawton)

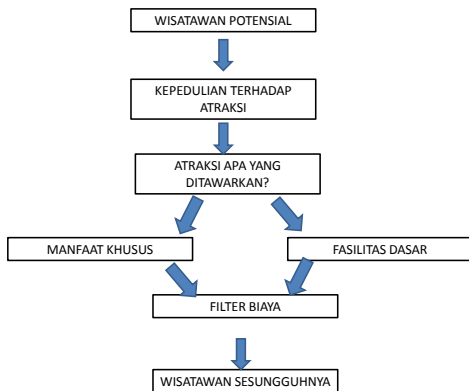
<p>Pendorong (Push)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ekonomi • Sosial • Demografi • Teknologi • Politik • Faktor psikologi dan ketertarikan (interests) 	<p>Penarik (Pull)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kedekatan geografis dari pasar • Aksesibilitas dari pasar • Ketersediaan atraksi • Keterkaitan budaya • Ketersediaan layanan • Kesanggupan • Keamanan, stabilitas, ketentraman • Kesan bagus pasar • Kebijakan Pro-tourism
--	---

Determinan

- Determinan adalah faktor-faktor yang mengarahkan seseorang untuk mengunjungi ODTW,
- apakah semua akan dikunjungi? Jika tidak:
- mana saja yang akan dikunjungi?
- Mana yang tidak?
- Mengapa dan apa yang melatar belakangi keputusan tersebut dibuat?

Determinan

- **PERSONAL:** kondisi personal, pengalaman personal, persepsi dan pengetahuan individu tentang atraksi yang dimiliki oleh wisatawan
- **EKSTERNAL:** seperti pandangan-pandangan dan pendapat dari orang lain, sahabat, keluarga, media dan material promosi dari perusahaan-perusahaan



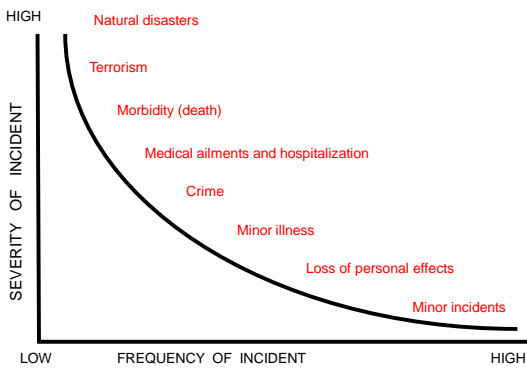
1. Kebutuhan fisik (*gate away, escape, relax, break*)

- Menghindari dan menghilangkan kejenuhan
- Menghindari stress
- Keluar dari rutinitas sehari-hari
- Menurunkan tekanan psikologis dan memperbaiki kondisi mental
- Mendapatkan ketenangan
- Perbaiki kondisi tubuh
- Mengistirahatkan tubuh dan pikiran



2. Keamanan (peace)





3. **Kebersamaan (Family togetherness, companionship, maintaining personalities, interpersonal relationship)**

- Upaya peningkatan komunikasi keluarga
- Kepemimpinan dalam keluarga
- Perbaikan hubungan personal dalam keluarga
- Mengunjungi sahabat



Visiting Friends and Relatives (VFR)

VFR : adalah salah satu segmen penting perjalanan internasional, dan terkait dengan imigrasi diantara negara

- diulang-ulang dan kunjungan dalam jangka waktu lama.
- Hubungan famili yang kuat diantara penduduk dari suatu/beberapa negara
- Inggris – India dan Pakistan
- Inggris – Australia dan New Zealand.
- Italia – Argentina dan Chili
- USA - Israel

VFR Sub-kategori:

Liburan pendek

Perjalanan jarak jauh



4. **Penghargaan (prestige, social recognition, status)**

- Manusia cenderung menginginkan pengakuan terhadap eksistensinya (individual, kelompok, keluarga)
- Bepergian adalah cerminan dari derajat kemampuan individual, kelompok, keluarga

5. Aktualisasi diri pribadi
(*self discovery, exploration and self-evaluation*)

- Karakter manusia untuk selalu ingin tahu kemampuan dirinya sendiri
- Karakter untuk selalu mencoba hal baru, dan sampai sejauh mana manusia dapat melaksanakannya
- Keinginan untuk menjadi "diri sendiri", yang berbeda dengan yang lain

6. Mengetahui dan memahami (education)

- mengetahui hal-hal diluar kehidupan sehari-hari manusia
- mengetahui kejadian-kejadian yang terjadi di luar tempat tinggal
- mengenal masyarakat dan budaya lain di luar tempat tinggal
- memahami dan memupuk persaudaraan dengan anggota masyarakat lain



7. Estetika

- Hasrat manusia untuk menikmati keindahan alam
- Hasrat manusia untuk mengenali kejadian-kejadian alamiah



8. Kesehatan (*Fun, Outdoors, Keep in shape, Feel Good, Fresh air*)

- Hasrat manusia untuk merawat tubuh
- Hasrat manusia untuk meningkatkan kesehatan



Faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk mengunjungi ODTW berdasarkan tipe atraksinya

Theme park	Opera	Museum	Alam pedesaan
Kegembiraan	Status	pendidikan	kesehatan
Sensasi dan pengalaman baru	Pencarian nilai-nilai estetis lewat mendengarkan musik	Nostalgia	Relaksasi
Kesempatan untuk membeli barang-barang tertentu	Bertemu dengan orang-orang se"hobi" dan mendiskusikan banyak hal tentang hobi yang sama	Ekonomis dan mudah terjangkau	Keluar dari rutinitas sehari-hari dan mendapatkan suasana baru bagi kesehatan tubuh

Alasan tidak mengunjungi museum





Pendekatan studi tentang motivasi

- Sejarah dari sektor pariwisata itu sendiri, dan beberapa pendapat sosiolog yang penting terkait perubahan kebutuhan wisatawan pada beberapa area yang berbeda.
- Perubahan kebutuhan wisatawan.
- Penyelidikan dan survey pasar
