

ANALISIS AKTIVITAS WISATAWAN SAAT BERKUNJUNG KE PANTAI DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Kartika Theresia Simangunsong

Politeknik Pariwisata Palembang, Indonesia

E-mail: kartikats@poltekpar-palembang.ac.id

ABSTRACT

This writing is done to reveal what behaviors are favored by tourists when visiting the beach. So that the local government and entrepreneurs who want to develop the beach into a sought-after tourist destination by tourists as it aligns with the preferences of the tourists. This will result in the tourist attraction being frequented and indirectly supporting tourism development. Factors influencing the preferences and routes of beach tourism destinations are (i) the socio-demographic factor of tourists, consisting of the area of origin of tourists, the source of information, and the frequency of travel, (ii) the amenity factor which includes the availability of tourism facilities and infrastructure and the ability of facilities and infrastructure tourism in meeting the needs of tourists, (iii) tourist behavior factor, consisting of tourist destinations, tourism motivation, and tourist expectations of tourism facilities and infrastructure needed, (iv) tourist attraction factors that include the ability of tourist attractions in attracting tourists, tourist attractions are popular tourists, and tourist activities undertaken by tourists. The most important thing is how sports tourism can be carried out as regularly as possible when visiting the beaches in the Special Region of Yogyakarta. This research is conducted with a qualitative approach using netnography, which involves reviewing several Instagram accounts that post about tourist activities on the beaches of the Special Region of Yogyakarta.

Keywords: *Netnography; Tourist Behavior; Marine Tourism*

ABSTRAK

Penulisan ini dilakukan untuk mengungkapkan perilaku apa yang menjadi kegemaran oleh wisatawan dalam berwisata ke pantai. Sehingga pemerintah setempat dan pengusaha-pengusaha yang ingin mengembangkan pantai menjadi destinasi pariwisata yang diminati oleh wisatawan karena sudah sesuai dengan kegemaran para wisatawan. Sehingga objek wisata tersebut akan ramai dikunjungi dan secara tidak langsung akan mendukung pembangunan pariwisata. Faktor yang mempengaruhi preferensi dan rute destinasi pariwisata pantai adalah (i) faktor sosio-demografis wisatawan, yang terdiri dari daerah asal wisatawan, sumber informasi, dan frekuensi berwisata, (ii) faktor amenitas yang meliputi ketersediaan sarana dan prasarana pariwisata serta kemampuan sarana dan prasarana pariwisata dalam memenuhi kebutuhan wisatawan, (iii) faktor perilaku wisatawan, yang terdiri dari tujuan wisata, motivasi wisata, dan harapan wisatawan akan sarana dan prasarana pariwisata yang dibutuhkan, (iv) faktor atraksi wisata yang meliputi kemampuan atraksi wisata dalam menarik minat wisatawan, jenis atraksi wisata yang digemari wisatawan, dan aktivitas wisata yang dilakukan oleh wisatawan. Hal yang paling penting adalah bagaimana wisata olahraga dapat dilakukan dengan serutin mungkin ketika mengunjungi pantai yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif

dengan netnografi yaitu meninjau beberapa akun Instagram yang melakukan postingan tentang aktivitas wisata di pantai Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata Kunci: Netnografi; Perilaku Wisatawan; Wisata Bahari

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial budaya, alam, dan ilmu (Azizah & Mangkurat, 2020). Keadaan Negara Indonesia memiliki potensi untuk pariwisata. Pariwisata di Indonesia sangat kompleks untuk dikelola lebih baik, salah satunya adalah wisata bahari berupa pantai. Indonesia merupakan negara nusantara yang notabene memiliki garis pantai yang luas dan eksotis. Garis pantai sepanjang sekitar 81.000 km menyimpan potensi kekayaan sumber alam yang besar. Indonesia memiliki banyak wilayah yang memiliki potensi wisata yang baik namun perlu untuk melakukan pengembangan wisata (Sayogi & Demartoto, 2018).

Istilah *minna* wisata (wisata bahari) termasuk salah satu cabang wisata yang berfokus pada penggunaan kawasan wisata yang produksinya adalah perikanan dan kelautan yang berintegrasi pada suatu daerah tertentu yakni kekayaan alam yang sangat indah, aneka ragam flora dan fauna seperti terumbu karang dan berbagai jenis ikan laut yang biasa dimanfaatkan menjadi ikan hias. Kegiatan pariwisata memiliki tiga aspek yang sangat berpengaruh terhadap aspek ekonomis, aspek sosial dan aspek budaya.

Sehingga tingkat kunjungan wisata akan sangat berpengaruh terhadap gaya hidup masyarakat yang tinggal didaerah wisata (Ali, 2015).

Salah satu daerah destinasi pariwisata yang menarik perhatian para wisatawan di Indonesia adalah Daerah Istimewa Yogyakarta. Yogyakarta memiliki potensi pariwisata bahari yang tidak kalah menariknya dari pulau Bali yang sudah dinobatkan menjadi daerah tujuan wisata yang paling banyak diminati oleh wisatawan. Daerah pesisir yang ada di Yogyakarta ini banyak memiliki pantai-pantai yang indah dan juga dengan keunikan ekosistemnya untuk dikunjungi. Jajaran pantai-pantai selatan yang ada di wilayah Gunung Kidul mulai dari barat hingga timur telah memiliki daya tarik masing-masing untuk dikunjungi wisatawan.

Ada banyak kegiatan yang dapat dilakukan saat di pantai, tergantung pada preferensi dan minat pribadi. Beberapa kegiatan yang umum dilakukan di pantai, wisatawan bisa melakukan berbagai aktivitas yang seru yang bisa dilakukan pada saat berkunjung ke pantai di Gunung Kidul, Yogyakarta yaitu mulai dari berenang, memancing, panjat tebing, menikmati kuliner seafood hingga snorkeling. Selain untuk menghibur diri aktivitas-aktivitas tersebut juga termasuk untuk membugarkan diri karena melakukan olah raga pada saat berlibur. Wisatawan yang ingin melakukan

aktivitas bersepeda pun akan mendapatkan pengalaman yang tidak akan terlupakan, karena wisatawan akan menyusuri jalur sekitar pantai yang ditambahkan dengan pemandangan yang sangat indah. Selain itu wisatawan juga dapat menambah pengalaman lainnya dengan menggunakan mobil kecil ATV yang diadakan sebagai sarana untuk off road disekitar pantai. Tidak ketinggalan untuk penggemar memancing, pantai yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta termasuk salah satu tempat yang ideal untuk memancing di muara maupun sungai. Dikarenakan pemancing akan sangat mudah untuk mencari perlengkapan pancing beserta umpannya. Sensasi memancing disekitaran pantai akan sangat memacu adrenalin serta emosi wisatawan yang memiliki kegemaran dalam memancing.

Kajian ini ditulis dengan didasarkan Undang-Undang No 3 tahun 2005 tentang Kepariwisata dengan program wisata olah raga yang sudah menjadi *center of excellence* di kampus Politeknik Pariwisata Palembang, mengamanatkan bahwa tujuan pembangunan pariwisata adalah: olahraga rekreasi adalah olahraga yang dilakukan oleh masyarakat dengan kegemaran dan kemampuan yang tumbuh dan berkembang sesuai dengan kondisi dan nilai budaya masyarakat setempat untuk kesehatan, kebugaran dan kegembiraan (Suryani, 2009).

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Pariwisata

Pariwisata adalah istilah yang diberikan apabila seseorang wisatawan melakukan perjalanan itu sendiri, atau

dengan kata lain aktivitas dan kejadian yang terjadi ketika seseorang pengunjung melakukan perjalanan (Sutrisno, 2008). Pariwisata dapat dirumuskan sebagai kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan (Soekadijo, 2000). Sedangkan, menurut Meyers (2009), pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh seseorang sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah, melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur serta tujuan-tujuan lainnya. Pada Bab I Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata mendefinisikan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Berpariwisata pada hakikatnya merupakan suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih, menuju ke tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya dikarenakan oleh berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lain, seperti karena sekadar ingin tahu, menambah pengalaman, ataupun untuk belajar. Istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang di luar tempat tinggalnya karena suatu alasan, dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan kata lain, perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang atau

lebih dengan tujuan untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu (Suwanto, 2004).

Beberapa pendapat yang telah dikemukakan oleh ahli tersebut, peneliti dapat mengetahui bahwa pariwisata adalah sebuah kegiatan perjalanan sementara waktu yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi rasa ingin tahu atau sekadar untuk berlibur, menambah pengalaman dan belajar. Melalui aktivitas wisata dengan tujuan memperoleh rasa ingin tahu atau menambah pengalaman dan belajar diperlukan suatu perencanaan program seni budaya untuk mempromosikan aktivitas wisata dan produk unggulan yang ada dikembangkan oleh Pantai Parangtritis Yogyakarta. Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Diawali dari kegiatan yang semula hanya dinikmati oleh segelintir orang-orang yang relatif kaya pada awal abad ke-20, kini telah menjadi bagian dari hak azasi manusia. Hal ini terjadi tidak hanya di negara maju tetapi mulai dirasakan pula di negara berkembang. Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang dalam tahap pembangunannya, berusaha membangun industri pariwisata sebagai salah satu cara untuk mencapai neraca perdagangan luar negeri yang berimbang. Melalui industri ini diharapkan pemasukan devisa dapat bertambah (Pendit, 2004). Sebagaimana diketahui bahwa sektor pariwisata di Indonesia masih menduduki peranan yang sangat penting dalam menunjang pembangunan nasional, sekaligus merupakan salah satu faktor yang sangat

strategis untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan devisa negara. Menurut Pendit (2004), ada beberapa jenis pariwisata yang sudah dikenal, antara lain:

- a. Wisata budaya, yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan cara mengadakan kunjungan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan, dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka.
- b. Wisata kesehatan, yaitu perjalanan seseorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani.
- c. Wisata olahraga, yaitu wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau negara.
- d. Wisata komersial, yaitu termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.
- e. Wisata industri, yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian, dengan maksud dan tujuan untuk

- mengadakan peninjauan atau penelitian.
- f. Wisata Bahari, yaitu wisata yang banyak dikaitkan dengan danau, pantai atau laut.
 - g. Wisata Cagar Alam, yaitu jenis wisata yang biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.
 - h. Wisata bulan madu, yaitu suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan.

WISATAWAN

Wisatawan sebagaimana telah diatur pada pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dinyatakan bahwa wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Lebih lanjut, Suwanto (2004) mendefinisikan wisatawan (*tourist*) adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata, jika lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau negara yang dikunjungi. Apabila mereka tinggal di daerah atau negara yang dikunjungi 1 dengan waktu kurang dari 24 jam, maka mereka disebut sebagai pelancong (*excursionist*). *The International Union of Official Travel Organization (IUOTO)* menggunakan batasan pendefinisian

mengenai wisatawan secara umum, yaitu pengunjung adalah setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain, dan biasanya dengan maksud apapun, kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah. Pengunjung (*visitor*) tersebut dapat dibedakan kedalam dua kategori, yaitu:

- a. Wisatawan (*Tourist*) adalah pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya 24 jam di suatu negara. Wisatawan dengan maksud perjalanan wisata dapat digolongkan menjadi dua, yaitu :
 - 1) Pesiar (*leasure*), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan, dan olah raga.
 - 2) Hubungan dagang, sanak saudara, handai taulan, konferensi, misi, dan sebagainya.
- b. Pelancong (*Excursionist*) adalah pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam. Wisatawan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah berkaitan dengan pengunjung (*visitor*) yang tengah melakukan perjalanan wisata memiliki keterkaitan dalam aktivitas wisata dan produk unggulan yang dikembangkan dan dipromosikan oleh Instagram pantai parangtritis Yogyakarta. Teori kepariwisataan secara umum membagi produk wisata menjadi tiga bagian besar, yaitu daya tarik wisata, aksesibilitas, dan amenities. Namun beberapa teori menyatakan bahwa daya tarik wisata adalah produk

pariwisata yang utama, sedangkan aksesibilitas dan amenitas merupakan produk ikutan atau sampingan. Tanpa daya tarik wisata, aksesibilitas dan amenitas tidak akan ada atau tidak dapat disebut produk pariwisata. Lebih jauh lagi, beberapa teori membagi daya tarik pariwisata menjadi daya tarik wisata dan industri kepariwisataan (*tourism industry*).

OBJEK WISATA

Objek wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang ingin datang berkunjung ke tempat tersebut. Objek dan daya tarik wisata menurut Undang - Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yaitu 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 wisatawan dan daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata.

Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam 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. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berkenaan dengan wisata, termasuk objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Inti atau komponen pariwisata yaitu:

- a. Atraksi (*attraction*) seperti atraksi alam, budaya dan buatan.
- b. Amenitas (*amenities*) berhubungan dengan fasilitas atau akomodasi.
- c. Aksesibilitas (*accessibilities*) berhubungan dengan segala jenis transportasi, jarak atau kemudahan pencapaian. Serta unsur pendukung lainnya (masyarakat, pelaku industri pariwisata, dan institusi pengembangan) yang membentuk sistem yang sinergis dalam menciptakan motivasi kunjungan serta totalitas pengalaman kunjungan wisatawan. (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1995).

Ridwan (2012) mengemukakan pengertian objek 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 wisatawan. Berdasarkan definisi diatas maka objek wisata adalah tempat yang dikunjungi dengan berbagai keindahan yang didapatkan, tempat untuk melakukan kegiatan pariwisata, tempat untuk bersenang – senang dengan waktu yang cukup lama demi mendapatkan kepuasan, pelayanan yang baik, serta kenangan yang indah di tempat wisata.

Daya tarik merupakan faktor utama yang menarik wisatawan mengadakan perjalanan mengunjungi suatu tempat, baik suatu tempat primer yang menjadi tujuan utamanya, atau tujuan sekunder yang dikunjungi dalam suatu perjalanan primer karena keinginannya untuk menyaksikan, merasakan, dan menikmati daya tarik tujuan tersebut. Sedangkan

daya tarik sendiri dapat diklasifikasikan ke dalam daya tarik lokasi yang merupakan daya tarik permanen. Prasarana wisata ini dibutuhkan untuk melayani wisatawan selama perjalanan wisata. Fasilitas ini cenderung berorientasi pada daya tarik wisata di suatu lokasi, sehingga fasilitas ini harus terletak dekat dengan objek wisatanya. Prasarana wisata cenderung mendukung kecenderungan perkembangan pada saat yang bersamaan.

METODE

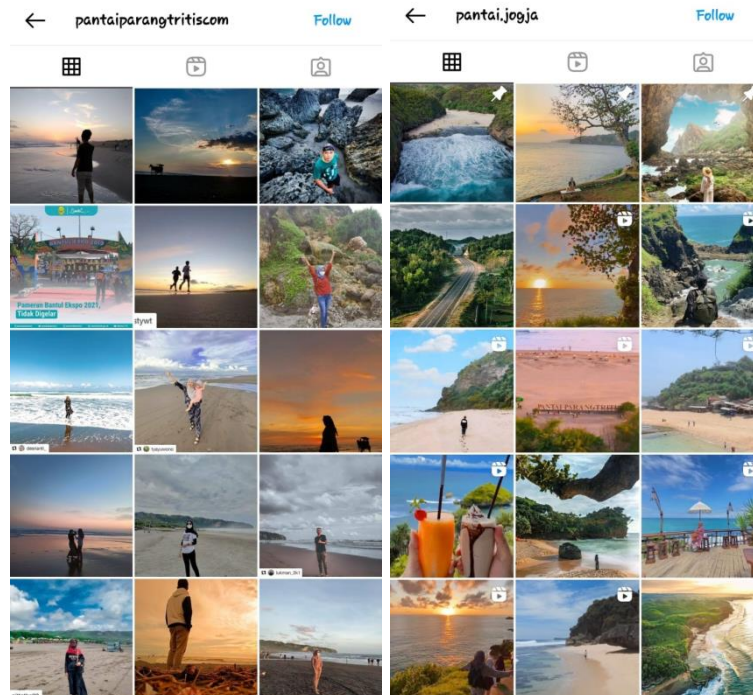
Penulisan ini dilakukan dengan metode kualitatif netnografi dimana metode penelitian yang digunakan untuk mempelajari perilaku, interaksi, dan dinamika dalam lingkungan online, khususnya di media sosial dan platform online lainnya. Metode ini melibatkan pengumpulan dan analisis data dari berbagai sumber online, termasuk forum online, grup diskusi, dan platform media sosial. Netnografi biasanya dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik seperti observasi online, wawancara online, dan analisis teks. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana orang menggunakan dan berinteraksi di dunia online, dan bagaimana ini mempengaruhi perilaku dan pandangan mereka dalam kehidupan nyata. Media sosial yang digunakan adalah aplikasi Instagram dengan 2 akun yang berbeda untuk ditelaah yaitu @pantai.jogja dan

@pantaiparangtritiscom. Pada penelitian ini, penulis akan melakukan pengamatan berdasarkan postingan yang dilakukan oleh akun tersebut dan mencari temuan sesuai dengan judul penelitian yang penulis cantumkan.

Penulisan ini dilakukan untuk mengungkapkan perilaku apa yang menjadi kegemaran oleh wisatawan dalam berwisata ke pantai. Sehingga pemerintah setempat dan pengusaha-pengusaha yang ingin mengembangkan pantai menjadi destinasi pariwisata yang diminati oleh wisatawan karena sudah sesuai dengan kegemaran para wisatawan. Sehingga objek wisata tersebut akan ramai dikunjungi dan secara tidak langsung akan mendukung pembangunan pariwisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dengan meninjau dari akun Instagram yaitu akun @pantai.jogja yang memiliki pengikut 20.800 akun dengan 672 postingan dan @pantaiparangtritiscom yang memiliki pengikut 4.718 akun dengan 45 postingan sehingga penulis menemukan apa saja aktivitas yang dilakukan wisatawan saat berkunjung ke pantai yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berikut beberapa tangkapan layar dari akun Instagram yang digunakan penulis untuk meninjau dan mendapatkan temuan yaitu sebagai berikut:

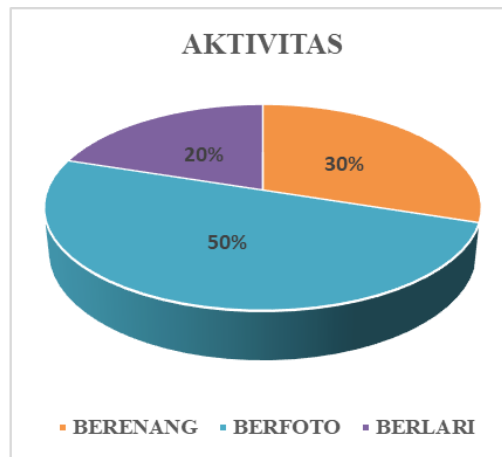


Gambar 1. Rangkuman Kegiatan Wisatawan Melalui Sosial Media

(Sumber: *instagram @pantai.jogja, 2023*)

Berdasarkan hasil temuan dari akun Instagram yaitu akun @pantai.jogja yang dan @pantaiparangtritiscom dimana perilaku aktivitas wisatawan ternyata banyak yang mengunjungi pantai sebesar 50% untuk mengabadikan kegiatannya dengan berfoto baik sendiri ataupun kelompok seperti berfoto bersama keluarga besar, sahabat, pasangan bahkan sendiri. Mengingat di jaman saat ini dimana wisatawan rela menghabiskan waktu liburannya hanya untuk mencari titik-titik tertentu yang memiliki daya tarik dan keunikan tersendiri untuk diabadikan wisatawan tersebut. Media sosial yang sangat berpengaruh seperti Instagram, Facebook, Tik-Tok dan lain

sebagainya telah mengubah gaya hidup wisatawan dalam berlibur yaitu dengan melakukan kegiatan foto-foto dan diposting di akun pribadi masing-masing untuk menarik perhatian teman-temannya dan juga mencari pengikut karena bagi pengguna media sosial itu semakin banyak pengikut di akunnya, maka akan merasa semakin terkenal. Selain itu juga dengan pengunjung berfoto ria di pantai parangtritis maka dapat membantu mempromosikan serta memperlihatkan keindahan pantai parangtritis kepada orang-orang yang belum pernah berkunjung dalam artian mereka membantu mempromosikan secara gratis dengan melalui foto yang mereka posting.



Gambar 2. Diagram Persentase Aktivitas Wisatawan

(Sumber: *instagram @pantai.jogja, 2023*)

Sebanyak 30% wisatawan menikmati pantai dengan berenang terlihat dari postingan foto maupun video. Pengunjung berenang dipinggir bahkan bagi yang sudah dewasa mampu berenang ke tengah-tengah pantai. Karna memang tujuan bermain kepantai adalah berenang dan bermain pasir. Selain itu, sebanyak 20% wisatawan menikmati pantai dengan berlari atau sekedar berjalan meyisiri pantai parangtritis dengan mengobrol dan bermain pasir. Dalam kegiatan wisata olahraga tentunya harus memiliki sarana yang mendukung, karena sarana merupakan hal yang paling penting untuk memudahkan seseorang dalam kegiatan wisata olahraga. Oleh karena itu sarana dan prasarana yang tersedia di tempat wisata dapat di kemukakan beberapa ciri dalam wisata olahraga terutama dari tujuannya yaitu sebagai kegiatan untuk mengisi waktu luang, melepas lelah, sebagai obat untuk menghilangkan rasa lelah yang mungkin terjadi pada waktu bekerja, dan juga sering menjadi kebutuhan untuk bergabung dalam kelompok atau anggota

masyarakat. Dengan demikian tersedianya fasilitas sarana dan prasarana di tempat wisata merupakan pokok yang tak kalah pentingnya dengan kegiatan wisata olahraga (Klau et al., 2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil peninjauan akun Instagram, dimana ditemukan bahwa aktivitas yang paling banyak dilakukan wisatawan pada saat berkunjung ke pantai yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah menghabiskan waktu untuk mengabadikan kegiatan dengan berfoto-foto. Hal yang juga banyak wisatawan lakukan dan apalagi jika wisatawan membawa anak kecil maka aktivitas berenang di tepi pantai sambil bermain pasir sudah juga menjadi aktivitas favorit para wisatawan. Dan untuk aktivitas lainnya, ada juga postingan yang menunjukkan bahwa wisatawan juga menghabiskan waktu berkunjungnya ke pantai dengan lari di seputaran pantai bahkan di pinggir pantai sambil menikmati indahnya pemandangan pantai, wisatawan juga

dapat berolahraga sehingga mendapatkan tubuh yang bugar. Aktivitas wisatawan juga banyak yang rela mendaki bukit untuk dapat menikmati pemandangan dari laut dari atas yang memiliki sensasi tersendiri dan dapat mengabadikan kegiatannya dengan berfoto. Oleh karena itu, wisata olahraga di pantai yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta perlu ditingkatkan lagi agar aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan yang akan berkunjung lebih bervariasi sehingga wisatawan menghabiskan waktu lebih lama lagi di objek wisata pantai, dan warga yang mempunyai usaha-usaha kuliner lebih mendapatkan keuntungan dengan wisatawan berlama-lama di pantai.

Adapun saran yang dapat direkomendasikan adalah pada penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan atau mengganti variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan misalnya usia, jarak tempuh, dan wisatawan berdasarkan gender. Selain itu juga perlu diadakan penelitian secara berkala mengenai aktifitas pengunjung secara berkala dari waktu ke waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2015). Potensi Wisata Bahari Pulau Pasaran Bandar Lampung. Prosiding Seminar Nasional Swasembada Pangan, April, 568–575.
- Klau, M. N., Bili, L. D., Lengo, M. D., & Artikel, I. (2022). STUDI TENTANG SARANA DAN PRASARANA OLAHRAGA REKREASI. 4(2), 10–18.
- Pendit, 2004, Psikologi Of Service Sebuah Pengantar Dalam Memberikan Pelayanan Secara Paripurna, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sayogi, K. W., & Demartoto, A. (2018). PENGEMBANGAN PARIWISATA BAHARI (Studi Deskriptif Pada Pelaku Pengembangan Pariwisata Bahari Pantai Watukarung Desa Watukarung Kecamatan Pringkuku Kabupaten Pacitan). *Journal of Development and Social Change*.
- Suryani, D. (2009). Potensi Wisata Pantai Glagah sebagai Obyek Wisata Alam di Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta.
- Suwantoro, G. (1997). Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta
- Yoeti, Oka A. (1996) Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa.