

Aktivitas Wisata Pilihan Keluarga Perkotaan

Rahmat Inggadijaya¹⁾, Janianton Damanik²⁾, Heddy Shri Ahimsa Putra³⁾, Nopirin⁴⁾

Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti¹⁾

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada²⁾

Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada³⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gadjah Mada⁴⁾

rachmatingkadijaya@stptrisakti.ac.id¹⁾

ABSTRACT - *This study aimed to determine the frequency and duration of tourist activities that family did, family members who decided the selection of tourist activity, the family's selection of travel destinations. The survey method used in this study. Samples were obtained from residents of Bogor City, West Java and amounted to 300 families selected using convenience sampling technique. Descriptive statistics were used to analyze the data. The results showed that the family has a favorite tourist activity which is often done, that culinary tourism, shopping, and enjoy the scenery. The duration of time required to conduct tourist activities depends on each activity. Travel activity selection decisions made democratically by the family of father, mother, and child. Families choosing a tourist destination that is close to where they live.*

Keywords: Family Travel, Tourist Activity, Travel Decision Making

ABSTRAK - *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) frekuensi dan durasi aktivitas wisata yang dilakukan keluarga, (2) anggota keluarga penentu pemilihan aktivitas wisata, dan (3) destinasi wisata pilihan keluarga. Metode survei digunakan dalam penelitian ini. Sampel diperoleh dari penduduk Kota Bogor, Jawa Barat dan berjumlah 300 keluarga yang dipilih menggunakan teknik convenience sampling. Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keluarga mempunyai aktivitas wisata favorit yang sering dilakukan, yaitu wisata kuliner, wisata belanja, dan menikmati pemandangan alam. Durasi waktu yang dibutuhkan untuk melakukan aktivitas wisata sangat tergantung pada masing-masing aktivitas. Keputusan pemilihan aktivitas wisata oleh keluarga dilakukan secara demokratis antara ayah, ibu, dan anak. Keluarga memilih destinasi wisata yang dekat dengan tempat tinggal mereka.*

Kata kunci: Wisata Keluarga, Aktivitas Wisata, Pengambilan Keputusan Wisata

1.1. Pendahuluan

Keluarga merupakan pasar pariwisata yang sangat potensial. Hal ini dapat diamati dengan mudah pada saat musim liburan. Saat itu, keluarga berbondong-bondong memasuki kota-kota yang menjadi destinasi wisata, seperti Bandung, Bogor, dan Yogyakarta. Semua hotel, dari hotel berkelas melati sampai dengan hotel berkelas bintang lima di kota-kota tersebut dipenuhi keluarga. Demikian pula halnya dengan taman-taman rekreasi, pusat-pusat perbelanjaan, dan tempat-tempat kuliner dipadati keluarga.

Menurut Damanik (2014), volume perjalanan wisata keluarga yang meningkat tersebut diduga sebagai akibat "bonus demografi dan ekonomi" yang sedang dinikmati masyarakat. Di samping itu, telah terjadi perubahan dalam masyarakat Indonesia, seperti jumlah anak yang semakin sedikit, peran keluarga luas semakin berkurang, meningkatnya pendapatan rumah tangga, besarnya proporsi ibu yang masuk ke dalam pasar kerja disertai dengan tuntutan yang tinggi untuk meraih pekerjaan profesional. Faktor lainnya adalah laju urbanisasi yang cepat, sehingga mengakibatkan kepadatan penduduk perkotaan semakin tinggi dan berimplikasi pada keterbatasan ruang untuk melakukan relaksasi. Hal-hal tersebut telah mendorong

keluarga keluar sementara dari tempat tinggal pada sisa waktu luang untuk berwisata (Damanik, 2014).

Kenyataan ini tentu saja tidak boleh diabaikan begitu saja oleh para pemangku kepentingan. Mereka semestinya memfasilitasi kebutuhan keluarga, baik ketika akan berwisata, sedang berwisata, maupun setelah berwisata. Untuk itu, mereka perlu mengetahui hal-hal apa saja yang dibutuhkan keluarga. Salah satu informasi yang penting mereka ketahui adalah perilaku wisata keluarga. Berkaitan dengan hal itulah penelitian ini dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) frekuensi dan durasi aktivitas wisata yang dilakukan keluarga, (2) anggota keluarga penentu pemilihan aktivitas wisata, dan (3) destinasi wisata pilihan keluarga.

1.2. Tinjauan Pustaka

Aktivitas wisata yang dilakukan wisatawan tergantung pada fasilitas dan atraksi wisata yang tersedia di destinasi wisata. Fasilitas dan atraksi wisata antardestinas wisata tidak sama, selalu ada perbedaannya. Howie (2003) membagi fasilitas pariwisata ke dalam tiga elemen, yakni elemen primer, sekunder, dan tambahan. Elemen primer terdiri atas fasilitas budaya (misalnya: gedung pertunjukan, museum dan galeri seni, dan pameran), fasilitas olahraga (baik indoor

maupun *outdoor*), fasilitas hiburan (misalnya: acara-acara yang terorganisasi, pesta-pesta perayaan, dan tempat-tempat hiburan malam), karakteristik fisik (misalnya: monumen dan patung, gedung-gedung unik dan menarik, jalan bersejarah, taman dan area hijau, air, kanal, dan sungai), ciri-ciri sosial-budaya (misalnya: cerita rakyat, keramahtamahan, bahasa, adat-istiadat, kehidupan sehari-hari, dan keamanan). Elemen sekunder terdiri atas fasilitas hotel dan jasa boga, pasar, dan fasilitas perbelanjaan. Elemen tambahan terdiri atas aksesibilitas dan fasilitas perpindahan, dan fasilitas wisatawan (kantor informasi, peta, dan *leaflet*).

Elemen-elemen pariwisata tersebut di atas dapat menjadi atraksi wisata yang menarik bagi wisatawan. Bahkan, elemen sekunder sekalipun dapat menjadi atraksi wisata utama di suatu destinasi wisata tertentu. Misalnya, fasilitas perbelanjaan menjadi salah satu atraksi wisata utama di kota Bandung.

Berdasarkan fasilitas yang menjadi atraksi wisata yang tersedia di suatu destinasi wisata itulah wisatawan melakukan aktivitas wisatanya. Misalnya, fasilitas/atraksi wisata budaya adalah sarana wisatawan melakukan aktivitas wisata budaya. Fasilitas perbelanjaan adalah sarana wisatawan beraktivitas wisata belanja. Fasilitas hiburan malam adalah sarana wisatawan beraktivitas wisata hiburan malam. Jadi kaitan antara fasilitas/atraksi wisata dan aktivitas wisata itu sangat erat.

Untuk memperoleh gambaran yang lebih rinci mengenai aktivitas wisata, Inskeep (1991) mengklasifikasikan aktivitas wisata berdasarkan atraksi wisata ke dalam tiga kelompok, yaitu (1) aktivitas wisata alam, (2) aktivitas wisata budaya, dan (3) aktivitas wisata khusus. Berikut penjelasan dari ketiga kelompok aktivitas wisata tersebut.

1. Aktivitas wisata alam

Aktivitas wisata alam adalah aktivitas yang dilakukan wisatawan di area wisata alam. Aktivitas-aktivitas tersebut di antaranya adalah menikmati pemandangan alam, bermain di alam terbuka, mendaki gunung, berkemah, arung jeram, berwisata di pantai, *snorkeling*, *scuba diving*, memancing, mandi air panas, eksplorasi gua, mengunjungi kebun binatang atau taman safari, mengunjungi kebun raya, dan mengunjungi area pertanian.

2. Aktivitas wisata budaya

Aktivitas wisata budaya adalah aktivitas wisatawan menikmati atraksi wisata budaya. Aktivitas-aktivitas tersebut di antaranya adalah mengunjungi situs budaya, sejarah, dan arkeologi; melihat budaya lokal seperti adat-istiadat, upacara adat, dan pakaian tradisional; menonton

pertunjukan seni seperti tarian, musik, drama, dan pameran lukisan dan kerajinan tangan; melihat aktivitas ekonomi yang menarik seperti proses pengolahan teh, pengolahan karet, dan teknik bercocok tanam tradisional; melihat arsitektur bangunan rumah, gereja, mesjid, dan bangunan-bangunan lainnya; mengunjungi museum; menonton festival budaya

3. Aktivitas wisata khusus

Aktivitas wisata khusus adalah aktivitas wisatawan menikmati/memanfaatkan atraksi wisata yang memang sengaja dibuat untuk memenuhi kebutuhan rekreasi penduduk lokal dan wisatawan. Aktivitas-aktivitas tersebut di antaranya adalah mengunjungi taman rekreasi, berbelanja di pusat-pusat perbelanjaan, dan menonton kompetisi olah raga.

Dalam penelitian ini, aktivitas wisata yang dilakukan keluarga mencakup aktivitas wisata alam, aktivitas wisata budaya, dan aktivitas wisata khusus.

1.3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Unit analisis dalam penelitian ini adalah rumah tangga dan sebagai representasi setiap rumah tangga adalah kepala keluarga atau yang mewakili. Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk yang bertempat tinggal di kompleks perumahan di Kota Bogor sebagai representasi keluarga perkotaan. Karena adanya kendala teknis di lapangan, penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner terhadap 300 keluarga di 42 kompleks perumahan di lima kecamatan dari enam kecamatan yang ada di Kota Bogor, yakni Kecamatan Bogor Selatan, Kecamatan Bogor Timur, Kecamatan Bogor Barat, Kecamatan Bogor Utara, dan Kecamatan Tanah Sereal.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan statistika deskriptif. Semua data yang berhasil dikumpulkan diolah dengan menggunakan *software* pengolahan data statistik SPSS+ (*Statistical Product and Service Solutions* yang sebelumnya bernama *Statistical Package for the Social Sciences*).

2.1. Hasil dan Pembahasan

2.1.1. Frekuensi Aktivitas Wisata

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisata kuliner sebagai aktivitas wisata yang paling sering dilakukan keluarga (rerata 4,6 kali). Aktivitas ini didukung oleh sarana wisata kuliner yang terus tumbuh dan berkembang. Restoran, rumah makan, *café* yang menawarkan makanan dan minuman yang beraneka ragam terus tumbuh dan

berkembang. Berdasarkan riset Qraved.com (2014), sebuah situs pencarian dan reservasi restoran terkemuka di Jakarta, restoran kelas menengah dan atas selama tahun 2009 sampai dengan 2013 telah tumbuh sekitar 250%, dan kunjungan orang Indonesia ke restoran tersebut sepanjang tahun 2013 mencapai 380 juta kali dengan menghabiskan biaya sebesar US\$ 1,5 miliar.

Banyaknya restoran membuat keluarga sebagai konsumen mempunyai banyak pilihan. Mencoba makanan dari satu restoran/rumah makan ke restoran/rumah makan lainnya merupakan pengalaman yang menyenangkan. Karena menyenangkan, keluarga melakukannya berulang kali.

Wisata belanja menempati urutan kedua baik sebagai aktivitas wisata yang banyak dipilih keluarga (64,0%), maupun sebagai aktivitas yang sering dilakukan keluarga (rerata 4,5 kali). Wisata ini didukung oleh sarana perbelanjaan berfasilitas lengkap dan berpelayanan prima. Barang-barang yang dijual juga semakin bervariasi baik dari harga, desain, dan kualitasnya. Anggota keluarga mempunyai banyak pilihan. Berkeliling di pusat perbelanjaan melihat-lihat dan memilih-milih produk-produk yang beraneka ragam adalah hal yang menyenangkan bagi anggota keluarga (terutama bagi ibu dan anak perempuan), sehingga mereka ingin mengulanginya kembali baik di pusat perbelanjaan yang sama maupun yang lain.

Aktivitas wisata lainnya yang sering dilakukan oleh keluarga adalah menikmati pemandangan alam (rerata 2,7 kali), menempati urutan ketiga. Suasana hiruk pikuk perkotaan telah membuat penghuninya ingin kembali ke alam. Pemandangan alam dapat menjadi obat penawar dari kejenuhan dan stress. Melihat pemandangan alam berulang-ulang tidak membuat mereka bosan, malah merindukan.

Lain halnya dengan aktivitas melihat/menonton upacara adat yang juga sering dilakukan (menempati urutan keempat; rerata 2,7 kali), dimungkinkan karena pada saat keluarga mengunjungi suatu destinasi wisata, mereka juga melihat upacara-upacara adat setempat, baik direncanakan sebelumnya maupun tidak direncanakan sebelumnya. Yang tidak direncanakan sebelumnya terjadi, misalnya, ketika keluarga sedang menuju ke suatu obyek wisata, di tengah perjalanan menemui suatu upacara adat yang menarik. Mereka kemudian berhenti sebentar untuk melihat upacara tersebut sebelum melanjutkan perjalanannya. Jadi, mereka sering melihat upacara adat tetapi tidak merupakan pilihan utama.

Aktivitas wisata yang juga sering dilakukan keluarga adalah memancing (rerata 2,6 kali). Memancing bukan hanya sebagai hobi bagi seseorang, tetapi juga dapat sebagai pengisi liburan keluarga yang menyenangkan. Tempat-tempat pemancingan saat ini telah dilengkapi fasilitas pendukung yang diperlukan keluarga, seperti toilet, tempat ibadah, restoran, gazebo, dan taman bermain anak. Di sekitar Kota Bogor sedikitnya terdapat enam tempat pemancingan seperti itu (Badan Pusat Statistik Kota Bogor, 2013).

Selain di daratan, keluarga juga dapat berwisata memancing di laut. Tempat untuk melakukan aktivitas wisata ini yang dekat dengan Kota Bogor adalah Kepulauan Seribu. Untuk melakukan aktivitas wisata ini, keluarga tidak perlu membawa peralatan memancing dari rumah karena semua keperluan memancing disediakan oleh operator.

Tabel 1 Frekuensi Aktivitas Wisata Keluarga

No.	Aktivitas Wisata	Skor Rerata
1.	Berwisata Kuliner	4,6
2.	Berwisata Belanja	4,5
3.	Menikmati Pemandangan Alam	2,7
4.	Menonton Upacara Adat	2,7
5.	Memancing	2,6
6.	Menonton Kompetisi Olah Raga	2,6
7.	Bermain di Alam Terbuka	2,5
8.	Melihat Aktivitas Ekonomi	2,5
9.	Mengunjungi Kebun Raya	1,8
10.	Berwisata pantai	1,8
11.	Mengunjungi Agrowisata	1,8
12.	Menonton Pertunjukan Seni	1,8
13.	Melihat Arsitektur Bangunan	1,8
14.	Mengunjungi Peninggalan Bersejarah	1,8
15.	Mengunjungi Taman rekreasi	1,8
16.	Mandi Air Panas	1,5
17.	Mendaki Gunung	1,5
18.	Mengunjungi Museum	1,5
19.	Menonton Festival Budaya	1,5
20.	Menyelam	1,4
21.	Mengunjungi Kebun Binatang/Taman Safari	1,4
22.	Arung Jeram	1,2
23.	Berkemah	1,2
24.	Menjelajahi Gua	1,0

N=300

Sumber: Data Hasil Survei, 2014

Aktivitas wisata lainnya yang kerap dilakukan keluarga adalah menonton kompetisi olah raga (rerata 2,6 kali). Bagi keluarga yang menggemari olah raga, aktivitas ini sangat

menyenangkan. Kompetisi cabang-cabang olah raga di daerah biasanya marak pada saat menjelang Pekan Olah raga Nasional (PON) sebagai persiapan dan ajang pemilihan pemain yang akan mewakili daerah tersebut. Selain itu, terdapat juga kompetisi yang terselenggara karena sudah menjadi agenda tahunan dari induk organisasinya, seperti kompetisi sepak bola *Indonesia Super League* (diselenggarakan PSSI) dan kompetisi bulu tangkis Indonesia Terbuka (diselenggarakan PBSI).

2.1.2. Durasi Aktivitas Wisata

Alokasi waktu yang dihabiskan keluarga untuk melakukan aktivitas wisata sangat tergantung pada karakteristik aktivitas wisatanya. Beberapa aktivitas wisata memerlukan waktu yang cukup lama dan beberapa lainnya hanya memerlukan waktu sebentar saja.

Bila dilihat dari durasi/jumlah waktu yang dihabiskan keluarga dalam melakukan aktivitas wisata, maka aktivitas wisata yang memerlukan waktu paling lama adalah berkemah (rerata 27,4 jam). Berkemah memerlukan waktu paling lama karena keluarga harus bermalam. Aktivitas urutan kedua yang memerlukan waktu lama adalah mendaki gunung (rerata 13,4 jam). Aktivitas wisata ini memerlukan waktu lama karena dalam menempuh jalur pendakian dilakukan dengan berjalan kaki. Selanjutnya adalah mengunjungi taman rekreasi (rerata 4,6 jam). Aktivitas wisata ini terutama disukai anak-anak. Mereka menikmati aneka permainan yang tersedia di dalam area taman rekreasi tersebut, sehingga mereka betah berlama-lama. Kemudian mengunjungi kebun binatang/taman safari memerlukan waktu cukup lama (rerata 4,0 jam) karena di kebun binatang (terutama di taman safari) pengunjung bukan hanya dapat melihat berbagai jenis binatang, tetapi juga disuguhi tontonan pertunjukan-pertunjukan lainnya.

Tabel 2 Durasi Aktivitas Wisata Keluarga

No.	Aktivitas Wisata	Skor Rerata
1.	Berkemah	27,4
2.	Mendaki Gunung	13,4
3.	Mengunjungi Taman rekreasi	4,6
4.	Mengunjungi Kebun Binatang/Taman Safari	4,0
5.	Berwisata pantai	3,7
6.	Arung Jeram	3,6
7.	Memancing	3,5
8.	Mengunjungi Kebun Raya	3,2
9.	Mengunjungi Agrowisata	3,2
10.	Bermain di Alam Terbuka	2,9
11.	Menikmati Pemandangan Alam	2,8
12.	Menyelam	2,8
13.	Berwisata Belanja	2,8
14.	Mengunjungi Peninggalan Bersejarah	2,6

15.	Menonton Festival Budaya	2,5
16.	Menonton Kompetisi Olah Raga	2,4
17.	Melihat Aktivitas Ekonomi	2,2
18.	Melihat Arsitektur Bangunan	2,2
19.	Menonton Pertunjukan Seni	2,2
20.	Mandi Air Panas	2,1
21.	Mengunjungi Museum	2,0
22.	Berwisata Kuliner	2,0
23.	Menonton Upacara Adat	1,7
24.	Menjelajahi Gua	1,6

N=300

Sumber: Data Hasil Survei, 2014

Aktivitas-aktivitas wisata selain keempat aktivitas tersebut di atas, dilakukan keluarga berkisar antara 1,6-3,7 jam. Dengan melihat kisaran waktu tersebut dapat diperkirakan aktivitas-aktivitas wisata itu tidak dilakukan secara tunggal, melainkan dilakukan secara simultan, dua atau lebih aktivitas wisata, sebagai sebuah rangkaian kegiatan wisata keluarga. Misalnya, keluarga melakukan aktivitas melihat pemandangan alam, berwisata kuliner, dan berwisata belanja dalam kegiatan wisatanya.

2.1.3. Anggota Keluarga Penentu Pemilihan Aktivitas Wisata

Keterlibatan setiap anggota keluarga dalam menentukan aktivitas wisata apa saja yang akan dilakukan dapat berbeda antara satu keluarga dengan keluarga yang lainnya. Berdasarkan hasil penelitian, aktivitas wisata yang dipilih keluarga adalah hasil musyawarah ayah, ibu, dan anak (33%). Artinya mayoritas keluarga bersikap demokratis dalam menentukan aktivitas wisata keluarga. Semua anggota keluarga dilibatkan dan pendapatnya menjadi bahan pertimbangan.

Pemilihan aktivitas wisata yang demokratis ini tidak terlepas dari adanya perubahan pola hubungan antara suami-istri dan pola sosialisasi orang tua terhadap anak. Perubahan sosial dalam masyarakat telah merubah pola hubungan suami-istri dari pola institusional yang bersifat otoriter kepada pola *companionship* yang bersifat demokratis. Pola hubungan institusional menunjukkan pola hubungan yang kaku. Sebaliknya, dalam pola *companionship* hubungan suami-istri lebih lentur (Duvall dikutip Ihromi, 1999). Permasalahan dipecahkan bersama oleh suami-istri. Begitu pula pola sosialisasi orang tua terhadap anak mengarah pada pola demokratis. Dalam pola sosialisasi yang demokratis, orang tua menggunakan diskusi dan memberikan penjelasan/alasan yang masuk akal pada anaknya (Hurlock dikutip Ihromi, 1999). Karena itulah dalam pemilihan aktivitas wisatapun diputuskan secara demokratis antara ayah, ibu, dan anak.

Namun, penentuan aktivitas wisata keluarga oleh anak juga masih banyak (21,7%). Dalam halnya ini, bukan berarti anak

mendominasi atau mengalahkan orang tua, akan tetapi orang tua dengan bijak lebih memprioritaskan keinginan anaknya daripada keinginannya sendiri. Bagi sebagian besar orang tua, wisata keluarga adalah sarana untuk membahagiakan anak-anak. Orang tua akan merasa bahagia ketika menyaksikan anak-anaknya antusias dengan penuh keceriaan saat akan berwisata. Perasaan yang sama juga muncul saat anak-anak benar-benar menikmati aktivitas demi aktivitas yang mereka lakukan di destinasi wisata. Bagi orang tua, inilah “kebahagiaan yang sesungguhnya”.

Penentuan aktivitas wisata oleh orang tua (ayah dan ibu) ternyata juga cukup banyak (17%). Hal ini dapat terjadi pada keluarga yang mempunyai anak masih balita, yakni anak-anak yang belum mampu mengekspresikan keinginannya secara mandiri. Orang tua yang mengarahkan dan memilihkan aktivitas wisata apa saja yang sesuai untuk anak-anaknya. Biasanya aktivitas wisata yang dipikirkan orang tua itu disukai anak karena orang tua memilih aktivitas tersebut berdasarkan pengetahuannya mengenai kesenangan anak, bukan kesenangannya sendiri. Artinya, walaupun aktivitas wisata ditentukan oleh orang tua, tetapi tetap kesenangan anak menjadi prioritas. Orang tua akan merasa bahagia bila melihat anaknya bahagia.

Tabel 3 Anggota Keluarga Penentu Pemilihan Aktivitas Wisata

Anggota Keluarga	Jumlah	Persentase
Ayah, Ibu dan Anak	99	33,0
Anak	65	21,7
Ayah dan Ibu	51	17,0
Ibu dan Anak	35	11,7
Ibu	26	8,7
Ayah	13	4,3
Ayah dan Anak	11	3,7
Total	300	100,0

Sumber: Data Hasil Survei, 2014

2.1.4. Destinasi Wisata Keluarga

Dalam memutuskan ke destinasi wisata mana yang akan dituju, keluarga mempunyai pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, destinasi wisata yang dipilih oleh keluarga, untuk destinasi dalam negeri adalah wilayah Jabodetabek, Jawa Barat dan Banten (74,2%). Ini menunjukkan bahwa keluarga dalam melakukan perjalanan wisata lebih mengutamakan ke destinasi wisata yang dekat dengan tempat tinggalnya. Pemilihan lokasi yang dekat dengan tempat tinggal ini kemungkinan mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut, yakni (1) menghemat biaya, (2) menghemat waktu, dan (3) tersedianya berbagai obyek wisata menarik di sekitar tempat tinggal.

Lokasi destinasi wisata yang dekat dengan tempat tinggal dapat menghemat biaya yang berkaitan dengan transportasi, misalnya

biaya pembelian bahan bakar atau biaya penyewaan kendaraan. Selain itu, jarak dekat juga menghemat waktu tempuh, sehingga penggunaan waktu dapat lebih efisien, lebih banyak dihabiskan untuk aktivitas wisata daripada untuk perjalanan ke destinasi wisata. Di samping itu juga di wilayah Jabodetabek, Jawa Barat dan Banten terdapat banyak obyek-obyek wisata yang beragam dan menarik, baik obyek wisata alam, obyek wisata budaya, maupun obyek wisata khusus. Keluarga mempunyai banyak pilihan, tidak perlu pergi jauh dari tempat tinggalnya untuk mengunjungi obyek wisata yang disukai anggota keluarganya.

Tabel 4 Destinasi Wisata

Dalam Negeri	Jumlah	Persentase
Jabodetabek	213	41,4
Jawa Barat dan Banten	169	32,8
DI Yogyakarta	49	9,5
Bali dan Lombok	31	6,0
Jawa Tengah	25	4,8
Jawa Timur	17	3,3
Luar Jawa, Bali dan Lombok	11	2,1
Jumlah	515	100,0
N=300		
Luar Negeri	Jumlah	Persentase
Asean	15	51,7
Asia	6	20,7
Timur Tengah	4	13,8
Eropa	2	7,0
Amerika	1	3,4
Australia	1	3,4
Jumlah	29	100,0
N=300		

Sumber: Data Hasil Survei, 2014

Di samping destinasi wisata dalam negeri, ada juga keluarga yang melakukan perjalanan wisata ke luar negeri, tetapi jumlahnya sangat sedikit. Destinasi wisata luar negeri yang paling banyak dipilih adalah negara-negara Asean dan Asia. Sama halnya dengan destinasi dalam negeri, dalam pemilihan destinasi luar negeri, keluarga juga lebih mengutamakan negara-negara yang dekat dengan Indonesia. Pertimbangan yang sama dengan pemilihan destinasi dalam negeri mungkin berlaku juga dalam pemilihan destinasi luar negeri ini.

3.1. Simpulan dan Saran

Penelitian ini menyimpulkan hal-hal sebagai berikut. Pertama, keluarga mempunyai aktivitas wisata favorit yang sering dilakukan, yaitu wisata kuliner, wisata belanja, dan menikmati pemandangan alam. Durasi waktu yang dibutuhkan untuk melakukan aktivitas wisata sangat tergantung pada masing-masing aktivitas. Kedua, keputusan pemilihan aktivitas wisata oleh keluarga dilakukan secara demokratis antara ayah, ibu, dan anak. Ketiga, keluarga memilih destinasi wisata yang dekat dengan tempat tinggal mereka. Implikasi dari penelitian ini adalah

bahwa dalam pembangunan dan pengembangan wisata kuliner, wisata belanja, dan wisata alam perlu lebih fokus memfasilitasi kebutuhan keluarga, baik dari sudut aksesibilitas, amenitas, dan fasilitas pendukung lainnya. Selain itu, promosi dan informasi wisata keluarga perlu difokuskan pada seluruh anggota keluarga (ayah, ibu, dan anak) agar mereka mudah mengambil keputusan bersama. Terakhir, karena keluarga memilih destinasi yang dekat dengan tempat tinggal, maka kota yang menjadi destinasi wisata keluarga perlu memperhatikan aksesibilitas dari kota-kota di sekitarnya menuju kota destinasi tersebut atau sebaliknya.

Daftar Pustaka

- [1] Badan Pusat Statistik Kota Bogor, 2013, *Kota Bogor dalam Angka (Bogor Municipality in Figures)*. Bogor: BPS.
- [2] Damanik, J., 2014, "Meanings, Purposes, and Activities of Suburban Family Tourism in Yogyakarta, Indonesia" dalam *Rethinking Asian Tourism: Culture, Encounters and Local Response*, Diedit oleh P. Porananond dan V. T. King, UK: Cambridge Scholars Publishing, 266-283.
- [3] Howie, F., 2003, *Managing the Tourist Destination*, Australia: Thomson.
- [4] Ihromi, T.O., 1999, *Bunga Rampai Sosiologi Keluarga*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- [5] Inskeep, E., 1991, *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, New York: Van Nostrand Reinhold.
- [6] Qraved.com, 2014, Diambil dari "Dalam 5 Tahun Jumlah Restoran Kelas Menengah Tumbuh 250 Persen", <http://www.tribunnews.com/bisnis/2014/04/02/dalam-5-tahun-jumlah-restoran-kelas-menengah-tumbuh-250-persen>