BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Wisata *dark tourism* merupakan wisata yang sering wisatawan lakukan, akan tetapi banyak dari wisatawan, Dinas Pariwisata dan juga pengelola tempat wisata yang belum memahami mengenai konsep wista *dark tourism* tersebut. Wisata *dark tourism* di Yogyakarta khususnya di Gunung Merapi sudah ada dalam RIPARDA Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang dimuat dalam rencana pengembangan kepariwisataan di lokasi Gunung Merapi yang sudah disahakan pada tahun 2015 – 2025.

Dari hasil analisis ini penulis berkesimpulan yang merupakan jawaban dan rangkuman dari sasaran tujuanyang telah ditentukan pada Bab sebelumnya. Berdasarkan hasil penelitiansurvey identifikasi, kemudian dilakukan studi analisis pemabahasan hasil,serta deskripsi dalam memecahkan masalah. Adapun kesimpulan yangdirangkumsebagai berikut:

Wisata *dark tourism* di Gunung, penulis menemukan potensi yang meliputi 1 (satu) katagori dari 5 (lima) kategori menurut Dann (1998 : 88) yaitu kategori *Houses of horror* yang dapat diartikan sebagai bangunan menghubungkan dengan kematian dan horor. Dari klasifikasi kategori *House of horror* terdapat lokasi yang teridentifikasi di kawasan wisata Merapi (*Volcano Tour)* adalah sebagai tersebut:

a. Desa KinahRejo

Desa kinahrejo yang dikenal sebagai tempat tinggal Mbah Maridjan merupakan lokasi penting terhadap wisata *dark tourism.* Sosok Mbah Maridjan sebagai juru kunci Merapi sampai wafat banyak dikenal oleh wisatawan.

b. Bunker kaliadem Kaliadem

Bunker kaliadem Kaliadem merupakan bangunan peninggalan jaman Belanda yang di renovasi oleh pemerintah Yogyakarta. Bunker tersebut digunakan sebagai perlindungan dari erupsi Merapi. Dengan alasan Bunker Kaliadem yang saat ini digunakan sebagai tempat wisata dan wisatawan yang datang ke lokasi tersebut. Dari kunjungan tersebut wisatawan dapat mengenang dan merasakan bagaiaman kelam bencana erupsi Merapi yang terjadi.

c. Museum Mini Sisa Hartaku dan Museum Omahku Memoriku

Suatu atraksi bangunan dan barang-barang sisa peninggalan yang menajdi saksi bisu seperti; jam dinding, kerangka sapi, bekas motor, mobi, perabotan rumah tangga dan bangunan rumah yang semuanya rusak bencan erupsi yang telah terjadi di kawasan wisata Merapi. Lokasi yang dapat dirasakan sebagai wisatawan yang datang untuk mengenang dan merasakan langsung kejadian bencana tersebut. Dikawasan wisata Merapi.

Dari analisis yang dilkukan potensi *dark tourism* di Merapi merupakan produk *dark fun factories. Dark fun factories* adalah produk dari *dark tourism* yang memfokuskan pertunjukkanya pada tempat dimana peristiwa mengerikan baik fisik maupun non fisiks dengan daya tarik etnis komersial.analisis tersebut berdasarkan pengematan yang dilakukan peneliti dan merujuk pada teori Stone (2006 : 153)tentang tipologi situs *dark tourism* dari sudut pandangan *supply oriented*.

Sedangkan dari strategi untuk pengembanga potensi wisata *dark tourism* dapat dilakukan dengan menggunakan *Grand Strategy*(strategi umum) yang sesuai adalah strategipengembangan produk atau pemasaran dan dilanjutkan dengan menggunakan strategi SWOT.

1. *Strengtht*/ Kekuatan (S)
   a. Kriteria tempat masih layak menjadi tujuan wisata dark tourism.
   b. Mayoritas wisatawan merasa sangat leluasa melakukan wisata *Volcano Tour*.
   c. Merupakan daya tarik wisata minat khusus bagi wisatawan yang memiliki segmen motivasi keinginan untuk merasakan erupsi Merapi.
2. *Weaknesses*/Kelemahan (W)
   a. Belum tersedia bangunan informasi mengenai penjelasan objek wisata di lokasi seperti Bunker, Museum Sisa Harta Ku dan The Omahku Memoriku .

b. Kapasitas kebijakan TIM Pengelola *Volcano Tour* di Kawasan Gunung Merapi yang terbatas.

c. Timbulnya permasalahan sosial seperti kesadaraan masyarakat atau pengunjung mengenai lingkungan.

d. Kesiapan pihak terkait untuk menata kawasan wisata di Merapi.

e. Infrastruktur yang masih kurang.

f. Keberadaan penambang pasir di sekitar wisata *Volcano Tour*.

3. *Opportunities*/ Peluang (O)

a. Jumlah stakeholders dalam kolaborasi pelibatan pengelolaan pariwisata *Volcano Tour* banyak.

b. Promosi wisata *Volcano Tour* dengan menggunakan konsep wisata *dark tourism.*

c. Rasa ingin merasakan bencana erupsi Merapi dari wisatawan.

d. Upaya pendidikan pengelolaan jasa pariwisata.

4. *Threats/* Ancaman (T)

a. Belum adanya perhatian dan batas jumlah wisatawan di Kawasan namun di anggap belum jadi masalah yang berarti oleh pihak terkait.

b. Kurangnya kekuatan organisasi komunitas dalam kontrol sosial.

c. Beralihnya paket tour yang tidak menggunakan wisata *Volcano Tour* merapi.

5. Strategi (SO)
    a. Program pengadaan informasi yang berhubungan dengan objek melalui pembangunan wisata *dark tourism* di Kawasan wisata Gunung Merapi (*Volcano Tour*).
    b. Melakukan promosi dengan menggunakan daya tarik *dark tourism* kepada calon wisatawan dan paket tour travel. Mayorits wisatawan yang berkunjung ke Merapi (*Volcano Tour*) merupakan wisatawan yang ikut dalam paket tour.
6. Strategi (WO)
    a. Meningkatkan kebijakan TIM Pengelola dengan bekerja sama terhadap para stakeholder.
    b. Program Pemasaran Kawasan Wisata Gunung Merapi *(Volcano Tour).*
    c. Program Promosi Produk Daya Tarik Wisata dark tourism.
    d. Pelatihan kepada TIM pengelola untuk memberikan kesadaran pentingnya lingkungan.
7. Strategi (ST)
    a. Program Peningkatan nilai situs fisik dan non fisik bangunan dan barang bukti dari erupsi Gunung Merapi
    b. Program pengembangan ekonomi kreatif masyarakat
    c. Mengenalkan konsep wisata dark tourism terhadap pemilik paket *tour*

8. Strategi (WT)
   a. Program Pengembangan dan perbaikan TIM Pengelola *Volcano Tour*Gunung Merapi karena kawasan pariwisata berbasis *dark tourism.*
   b. Program peningkatan kualitas SDM TIM Pengelola *Volcano Tour*.

Dark tourism memiliki banyak nilai yang dapat menjadi pelajaran. Melalui pengembangan pariwisata, *dark tourism* bisa menjadi jalan untuk memberikan pemahaman dan kesadaran akan bencana alam, yang bisa membuat wisatawan merasakan, dan mernung atas bencana yang terjadi. Sehingga, melaui wisata *dark tourism* orang dapat mengenali bencana alam yang terjadi merupakan salah satu dari bencana yang diakibatkan oleh manusia, dan juga untuk meningkatkan kesadaran kemampuan untuk mencegah dan menangani bencana.

B. Saran

Kurangnya pemahaman mengenai dark tourism oleh TIM Pengelola dan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman menjadi penghambat pengembangan potensi dark tourism di Merapi.

Sebagai sumbangan pemikiran, agar penelitian ini dapat memberikanmanfaat, baik bagi pihak TIM Pengelola *Volcano Tour,* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sleman Yogyakarta, dan pihak-pihak yang terkait dalam pengelolaan pariwisata khususnya di

kawasanMerapi, beberapa saran yangdapatdisampaikan penulisadalah sebagai berikut:

1. Pemerintah, pengelola terkait wisata di Merapi hendaknya perlu mengadakan studi banding dengan wisata *dark tourism* di daerah dan negara lain yang memiliki wisata *dark tourism* yang sudah berajalan.
2. Mengadakan pelibatankepada pakar pariwisatayang mengerti akan teori wisata *dark tourism* untuk pengembangan kepariwisataan berkonsep *dark tourism* di Gunung Merapi.
3. Pengembangan kelembagaan TIM Pengelola *Volcano Tour* di kawasan pariwisataGunung Merapi hendaknya perlu dilakukan analisis penelitian lebih lanjutterkait dengan format kelembagaan yang prima atau tepat untukmengoptimalkan efisiensi koordinasi dalam mengambil kebijakan di kawasan pariwisata GunungMerapi.
4. Mengadakan pelatihan yang intensif kepada TIM Pengelola *Volcano Tour*terhadap pemahaman kepariwisataan.
5. TIM Pengelola *Volcano Tour*melakukan pemahaman kepada masyarakat di kawasan wisata Merapi akan pentingnya pariwisata bagi kehidupan masyarakat sekitar. Diharapkan dengan adanya pemahaman tersebut dapat mengurangi kegiatan pungli yang kerap terjadi diluar aturan yang dibuat TIM Pengelola *Volcano Tour.*
6. Menambah fasilitas yang ada khususnya lokasi Bunker Kaliadem, Museum Mini Sisa Hartaku, Museum Omahku Memoriku.

Penambahan fasilitas, seperti: menaruh foto-foto yang berhubungan dengan lokasi ketika terjadinya erupsi, dan menambahkan beberapa tulisan atau cerita terkait kejadian erupsi di Merapi.

7. Memberikan plang atau penunjuk arah di sekitar jalan untuk memudahkan wisatawan menuju lokasi yang ingin dituju.

Diharapakan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi suatu rekomendasi kepada pihak pengelola *Volcano Tour* dan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman terhadap pengembangan wisata di Gunung Merapi.

DAFTAR PUSTAKA

*Undang–UndangRepublik Indonesia*Nomor 10 Tahun 2009 TentangKepariwisataan.

Buku

Afifuddin, Beni Ahmad Saebani. 2009, *MetodologiPenelitianKualitatif* Bandung: PustakaSetia

Amirullah,. 2004. *Perilaku Konsumen*. Penerbit : Graha Ilmu. Yogyakarta.

A.J. Muljadi, 2009. *Kepariwisataan dan Perjalanan*. Jakarta. Penerbit: PT RajaGrafindo Persada

Bachtiar, Bachri S. 2010. *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif.* Surabaya: Universitas Negeri Surabaya

Baum, Willa K. 1982. *Oral History for the Local Historical Society*. 3rd ed., rev. Walnut Creek, Calif.: AltaMira Press.

David Hunger dan Thomas L. Wheelen,2003. *ManagementStrategi,* Yogyakarta: Andi

Freddy, Rangkuti. 2002 *The Power of Brands, TeknikMengelola Brand Equity danStrategiPengembanganMerek*. Jakarta: GramediaPustaka.

_____. 2005. *Analisis SWOT, TeknikMembedahKasusBisnis*. Jakarta: PT GramediaPustakaUtama

Husein Umar.2001. *MetodePenelitiandanAplikasidalamPemasaran*. Jakarta: PT GramediaPustakaUmum

Hall, C. M. dan Weiler, B. 1992. *Special interest tourism*. London: Bellhaven Press

Marpaung, H. 2002. *PengetahuanKepariwisataan*. Bandung: Alfabeta.PT GramediaPustakaUmum

J. Lexy. Melong. 2013. *MetodologiPenelitianKualitatif*. Bandung: PT. RemajaRosdakarya

Mill, Robert Christie. Alihbahasaoleh Tri Budi Satrio. 2000. *Tourism. The InternationalBusiness*.Jakarta: Penerbit Raja Grafindo.

Majdi, UdoYaminEfendi. 2007. *Quranic Quotient*. Jakarta: Qultum Media.

Nyoman.S.Pendit. 1999. *IlmuPariwisataSebuahPengantarPerdana*.Jakarta :PradyaParamita

_____.2003. *IlmuPariwisataSebuahPengantarPerdana*. Jakarta: Pradnya P paramita

Novelli M. 2005. *Niche Tourism : Contemporary Issues, Trends, and Cases*. Elsevier Butterworth-Heinemann. MA

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

_____. 2001. Ilmu Pariwisata: *Sejarah, Perkembangan dan Prospeknya*. Jakarta : Pertja.

_____. 2008. *EkonomiPariwisata,Introduksi, Informasi, dan Implementasi*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara

Poerwanto. 2006. *PotensiSeniPertunjukanDalamPengembanganPariwisataBerkelanjutan*.Jakarta: PradnyaParamita

Sedarmayanti. 2014. *Membangun dan MengembangkanKebudayaanIndustriPariwisata*.Bandung: PT RefikaAditama

Soekadijo. 2000.*Anatomi Pariwista*. Jakarta : Gramedia.

Sujali. 1989. *Geografi Pariwisata dan Kepariwisataa*. Yogyakarta: ANDI

Stoner, Freeman, dan Gilbert. Jr. 2001. *"Manajemen Strategi, Edisi Imdonesia"*. Jakarta: Gramedia

Stone, P. R. 2005. *Consuming Dark Tourism: a call for research. e-Review of Tourism Research* (eRTR), 3(5):109-117.

_____. 2006. *A Dark Tourism Spectrum : Towards a Typology of Death and Macabre Related Tourist Sites, Attractions and Exhibitions. Tourism*, 54(2):145-160.

Stone P. R danSharpley, R. (2008*). Consuming Dark Tourism : Thanatological Perspective.* Annals of Toursim Research, 35(2):574-595.

Sugiyono. 2007. *MetodePenelitianAdministrasi*. Bandung: Alfabeta

_____. 2009. *MetodePenelitianKuantitatifKualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta

Utama, I, Gusti, Bagus, Rai. &Mahadewi, Ni, Made, Eka. 2012. *MetodologiPenelititanPariwisatadanPerhotelan.* Yogyakarta: PenerbitAndi.

Vellas. F., &Becherel, L. 2008 *PemasaranPariwisata International*(EdisiTerjemahan). Jakarta :YayasanObor Jakarta

JurnaldanSkripsi

Jane Brown. 2013, *Dark tourism shops: selling ''dark'' and ''difficult'' products*. International Journal Of Culture, Tourism And Hospitality Research Vol. 7 No. 3 2013: 272-280 (http://dx.doi.org/10.1108/IJCTHR-05-2012-0039) di aksestanggal 20 januari 2017

LilisChodijah. UniversitasIndonesia.(2012), *"PotensiDarkTourism Di Jakarta"* (http://lib.ui.ac.id/abstrakpdfdetail.jsp?id=20309907&lokasi=lokal) Di aksespadatanggal 20 januari 2017

Michael S. Bowman, 2010. *What's so 'Dark' about 'Dark Tourism'?: Death, Tours, and Performance.* Louisiana State University, Baton Rouge, USA. (http://dx.doi.org/10.1108/IJCTHR-05-2010-0323) Di aksespadatanggal 20 januari 2017

Sudana.I.Putu.2013 *"StrategiPengmbanganDesaWisataEkologi Di DesaBlimbing, KecamatanPupuanKabupatenTabanan*. Vol 13. No 1 th. 2013, Hal 14 (http://fpar.unud.ac.id/ind/wp-content/uploads/2014/03/Jurnal-Pariwisata-Vol.13-No.1-2013.pdf) di aksespadatanggal 24 januari 2017

SinggihKurniawan, Universitas Gajah Mada. 2015 *"MinatKunjunganWisatawan Dark Tourism KeBekas Kamp Pengungsi Vietnam Di PulauGalang Kota Batam"* (http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?act=view&buku_id=86083&mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&typ=html) diaksespadatanggal 22 januari 2017

Stephanie Marie Yuill, Texas A&M University. 2003. *"Dark Tourism:Understanding Visitor Motivation At Sites Of Death And Disaster."*(http://oaktrust.library.tamu.edu/bitstream/handle/1969.1/89/etd-tamu-2003C-RPTS-Yuill-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y) di aksespadatanggal 28 januari 2017.

Tracey J Potts University of Nottingham, UK 2012. *"Dark tourism' and the 'kitschification' of 9/11"*.(http://dx.doi.org/10.134/IJCTHR-05-2012-00343)di aksespadatanggal 20 januari 2017

https://www.academia.edu/5671694/Kajian_Dark_Tourism?auto=download

Draft Wawancara : Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman

Identitas Diri

Nama : Dra. Shavitri Nurmala Dewi, MA.

Jabatan : Kepala Bidang Pengembagan Destinasi

Hari dan Tanggal :Senin, 20 Februari 2017

Daftar Pertanyaan

1. Sarana dan prasarana apakah yang telah diberikan Dinas Pariwisata Sleman untuk Objek wisata yang ada di Merapi ? dan bagaiman kondisinya ?
   - Sarana dan prsarana dari dinas yang diberikan untuk pengembangan merapi tidak ada. Dikarenakan kawasan merapi merupakan kawasan minat khusus. Jadi segala sesuatu pengembangan baik sarana dan prasarana di lakukan oleh masyarakat sekitar. Dinas hanya berperan sebagai pengawan dan pelatihan.
   - Untuk pengembangan di Merapi Dinas memberikan pengembangan tidak dalam bentuk infrastruktur, akan tetapi pengembangan dalam bidang Sumber Daya Manusia-nya.
2. Fasilitas apa saja yang sudah diberikan pemerintah Dinas Pariwisata Sleman untuk destinasi di Merapi ?
   - TIM Pengelola
3. Program pengembangan apa saja yang dilakukan Dinas Pariwisata Sleman untuk destinasi wisata di Merapi ?
   - *Guide*, sadar wisata, dan pelatihan organisasi.
   - Setiap pengembangan yang ingin dilakukan dari pemerintah di Merapi, kami selalu melibatkan masyarakat sekitar. Selain wisata Merapi merpukan wewenang masyarakat sekitar hal itu dilakukan karena masyarakat Merapi yang lebih mengerti mengenai informasi di Merapi.
4. Kendala apa saja yang ada dalam pengembangan SDM ?
   - Ketika dalam hal pelatihan *guide* misalkan, banyak masyarakat atau pengelola yang tidak datang.

- Masih lemahnya kesadaran Masyarakat terhadap pentingnya pariwisata di daerah mereka.

5. Dalam RIPARDA Provinsi Yogyakarta pengembangan di Merapi dengan konsep *dark tourism.* Usaha apa yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman ?
   - Mengenai hal itu, saya kurang mengetahui mengenai *dark tourism.*
6. Bagaimana dengan sistem tranportasi atau akses menuju kawasan *dark tourism* ?
   - untuk masalah transportasi menuju kawasan *Vulcano Tour,* hal itu diluar tanggung jawab kami. Semua infrastruktur di kawasan Merapi merupakan wewenang TIM Pengelola.

Draft Wawancara Pengelola *Vulcano Tour*

Identitas Diri

Nama	: Nartukiyo
Jabatan	: Sekretaris
Hari dan Tanggal	: 21 Februari 2017

Daftar Pertanyaan

1. Apa yang anda (pengelola) ketahui tentang Merapi ?
   - Merapi merupakan salah satu ciptaan tuhan yang harus di syukuri, Merapi merupakan salah satu sumber kehidupan bagi masyarakat yang ada di wilayah gunung Merapi.
2. Apa pendapat pengelola dengan pariwisata yang ada di Merapi ?
   - Saat ini pariwisata di Merapi saat mengalami kemajuan dengan banyaknya wisatawan yang datang setiap tahun mengalami peningkatan
3. Bagaimana pendapat pengelola apa tujuan wisatawan mengunjungi Merapi ?
   - Saya kira, tujuan wisatawan ke Merapi cukup beragam, ada yang mengunjungi karna ingin mengetahui dan merasakan bagaimana Merapi setelah erupsi, ada juga yang datang karna ikut tour travel, dan ada juga yang datang hanya ingin melakukan penelitian.
4. Sarana dan prasarana apakah yang telah diberikan Dinas Pariwisata Sleman untuk Objek wisata yang ada di Merapi ? dan bagaimana kondisinya ?
   - Untuk sarana prasarana dari Dinas tidak ada memberikan apapun. Dikarenakan, Merapi merupakan wisata minat khusus yang harus dikelola oleh masyarakat di wilayah gunung Merapi berdasarkan surat dari Bupati Sleman.
   - Jadi, jika dari kami (TIM Pengelola) telah memberikan sarana berupa, akses jalan dilokasi, toilet, tempat ibadah, tempat sampah, tempat informasi, dan loket masuk.
   - Semua kondisi masih baik dan layak.

- Akan tetapi yang terpenting adalah menajaga kebersihan di wilayah Merapi.

5. Program pengembangan apa saja yang telah diberikan Dinas Pariwisata Sleman untuk destinasi wisata di Merapi ?
   - Program pengembangan dari Dinas berupa pelatihan untuk pengelola dan masyarakat. Seperti : pelatihan *Guide,* Sadar Wisata, Sapta Pesona.
6. Apa saja program – program pengembangan yang dilakukan untuk membenahi dan memperlengkap objek wisata dan bagaimana implemntasinya di lapangan ?
   - Untuk program dari kami, kami TIM Pengelola ingin membuat suatu wisata yang bisa dinikmati oleh anak – anak. Tapi masih rencana.
   - Menghilangkan pengutan liar diluar dari aturan yang sudah di tetapkan TIM Pengelola.
   - Untuk menghilangkan pungutan liar kami ingin memberikan pemahaman kepada pengeloa dan masyarakat sekitar dampak buruk dari hal pengutan liar kepada wisatawan tersebut dan memberikan denda atau hukuman sosial jika tertangkap melakukan punguntan liar tersebut.
   - Hukuman sosial tersebut seperti, kerja bakti setiap minggu selama tiga bulan.
7. Kesulitan dan hambatan dalam pengelolaan wisata di Merapi ?
   - (di berikan hasil laporan Pengelola TIM *Vulcano Tour* selama 3 tahun terakhir)
8. Promosi seperti apa yang telah dilakukan ?
   - Untuk promosi kami hanya melakukan promosi kepada agent tour travel yang sudah bekerja sama kepada kami.

Draft Wawancara : Wisatawan

Nama : Bapak Tri

Jenis Kelamin : laki - laki

Usia :43 tahun

Asal : Semarang

Hari dan Tanggal : Selasa, 21 Februari 2017

Daftar Pertanyaan

1. Motivasi berkunjung ke destinasi wisata di Merapi ?
   - Motivasi, kebetulan saya dan rombongan ikut dalam paket tour agent. Tadi add pilihan dari paket, ada yang ke jogja bay dan Merapi. Dari pada saya main air saya lebih memilih merapi untuk sekalian edukasi untuk saya.

2. Sudah berapa kali berkunjung ke distinasi wisata di Merapi ?
   - Ini merupakan kunjungan saya yang pertama saya.

3. Dari mana mendapat informasi mengenai wisata di Merapi ?
   - Informasi tentang merapi banyak, tapi saya banyak mendapat informasi dari media elektronik seperti televisi.

4. Kesan setelah berkunjung ke destinasi wisata di Merapi ?
   - Dengan melihat Bunker kaliadem tersebut saya dapat merasakan langsung bagaimana dasyatnya erupsi tersebut selain itu saya juga bias tau bagaimana bentuk bangunan yang kuat terhadap gempa. Dengan bangunan yang diperuntukan untuk menjadi tempat perlindungan ketika erupsi malah menjadi tempat 2 relawan mati di dalamnya.

5. Lokasi apa yang menarik dari wisata Merapi dan apa alasannya ?

- Saya sangat terkesan dengan Bunker Kaliadem, selain ini merupakan lokasi bukti dari dasyatnya erupsi Merapi, Bunker Merupakan bangunan anti gempa.

6. Selain Gunung Merapi, anda pernah berkunjung ke Gunung apa ?
   - Kebetulan saya pernah juga berkunjung ke Gunung Bromo.

7. Apa yang membedakan wisata di Merapi dengan wisata di gunung lain?
   - Jika di merapi yang saya ambil atau rasakan bukan dari keindahan alam seperti di Bromo, akan tetapi yang saya rasakan berupa lokasi bekas bencana erupsi yang terjadi di gunung Merapi pada tahun 2010 yang bisa kita ambil pelajaran.

8. Bagaiman menurut anda sarana dan prasarana yang ada di wisata Merapi ?
   - Masih banyak yang harus ditambahkan, seperti; tidak adanya penjelasan mengenai bangunan, cerita dan foto saat kejadian erupsi. Dengan penambahan tersebut akan menambah hal yang didapat bagi wisatawan

9. Menurut anda strategi apa yang tepat dalam pengembangan wisata di Merapi ?
   - Saya rasa strategi yang tepat adalah lebih banyak lagi fasilitas sejarah yang berhubungan dengan Merapi.

Draft Wawancara : Wisatawan

Nama : Ibu Umi

Jenis Kelamin : wanita

Usia : 37 tahun

Asal : Bekasi

Hari dan Tanggal : Selasa, 21 Februari 2017

Daftar Pertanyaan

1. Motivasi berkunjung ke destinasi wisata di Merapi ?
   - Motivasi ke Merapi, saya sekeluarga pengen menikmati Merapi menggunakan Jeep.

2. Sudah berapa kali berkunjung ke distinasi wisata di Merapi ?
   - Ini merupakan kunjungan saya yang pertama saya.

3. Dari mana mendapat informasi mengenai wisata di Merapi ?
   - Informasi tentang merapi banyak, tapi saya banyak mendapat informasi dari televisi dan internet.

4. Kesan setelah berkunjung ke destinasi wisata di Merapi ?
   - Kesannya membuat saya meras kecil sebagai manusia dengan kuasa sang kuasa. Khususnya di lokasi Museum Sisa Harta Ku. Tidak tau mengapa, ketika saya sampe dilokasi Museum Sisa Harta Ku membuat takjub dan terdiam seakan – akan saya berada, dan mengalami langsung ketika terjadinya erupsi pada tahun 2010 tesebut. Sisa peninggalan yang ada, dan foto – foto kejadian erupsi menambah semakin terkesannya saya dalam bencana erupsi Merapi pada tahun 2010.

5. Lokasi apa yang menarik dari wisata Merapi dan apa alasannya ?
   - Saya sangat berkesan di lokasi Museum Sisa Harta Ku

6. Selain Gunung Merapi, anda pernah berkunjung ke Gunung apa ?
   - Untuk gunung saya baru Merapi

7. Bagaiman menurut anda sarana dan prasarana yang ada di wisata Merapi ?
    - Cukup baik, mungkin tempat sampah yang harus di tambah lagi.

Draft Wawancara : Wisatawan

Nama : Novi

Jenis Kelamin : Wanita

Usia : 23 tahun

Asal : Temanggung

Hari dan Tanggal : Selasa, 21 Februari 2017

Daftar Pertanyaan

1. Motivasi berkunjung ke destinasi wisata di Merapi ?
   - Motivasi, kebetulan saya dan rombongan ikut dalam paket tour agent. Tadi add pilihan dari paket, ada yang ke jogja bay dan Merapi. Dari pada saya main air saya lebih memilih merapi untuk sekalian edukasi untuk saya.

2. Sudah berapa kali berkunjung ke distinasi wisata di Merapi ?
   - Ini merupakan kunjungan saya yang pertama saya.

3. Dari mana mendapat informasi mengenai wisata di Merapi ?
   - Informasi tentang merapi banyak, tapi saya banyak mendapat informasi dari media elektronik seperti televisi.

4. Kesan setelah berkunjung ke destinasi wisata di Merapi ?
   - Dengan melihat Bunker kaliadem tersebut saya dapat merasakan langsung bagaimana dasyatnya erupsi tersebut selain itu saya juga bias tau bagaimana bentuk bangunan yang kuat terhadap gempa. Dengan bangunan yang diperuntukan untuk menjadi tempat perlindungan ketika erupsi malah menjadi tempat 2 relawan mati di dalamnya.

5. Lokasi apa yang menarik dari wisata Merapi dan apa alasannya ?
   - Saya sangat terkesan dengan Bunker Kaliadem, selain ini merupakan lokasi bukti dari dasyatnya erupsi Merapi, Bunker Merupakan bangunan anti gempa.

6. Selain Gunung Merapi, anda pernah berkunjung ke Gunung apa ?
   - Kebetulan saya pernah juga berkunjung ke Gunung Bromo.

7. Apa yang membedakan wisata di Merapi dengan wisata di gunung lain?
   - Jika di merapi yang saya ambil atau rasakan bukan dari keindahan alam seperti di Bromo, akan tetapi yang saya rasakan berupa lokasi bekas bencana erupsi yang terjadi di gunung Merapi pada tahun 2010 yang bisa kita ambil pelajaran.

8. Bagaiman menurut anda sarana dan prasarana yang ada di wisata Merapi ?
   - Masih banyak yang harus ditambahkan, seperti; tidak adanya penjelasan mengenai bangunan, cerita dan foto saat kejadian erupsi. Dengan penambahan tersebut akan menambah hal yang didapat bagi wisatawan

9. Menurut anda strategi apa yang tepat dalam pengembangan wisata di Merapi?
   - Saya rasa strategi yang tepat adalah lebih banyak lagi fasilitas sejarah yang berhubungan dengan Merapi.

PEDOMAN OBSERVASI

No.	Aspek Yang Diamati	Keterangan
1	Objek Wisata Yang Teridentifikasi *Dark Tourism*	
2	Letak Dan Kondisi Destinasi Wisata Di Merapi	
3	Kondisi Alam Di Merapi	
4	Sumber Daya Alam Di Merapi	
5	Kondisi Masyrakat	
6	Jumlah Wisatawan Yang Berkunjung Setiap Minggu	
7	Kelompok Wisatawan Yang Berkunjung (SD-SMP-SMA-UMUM)	