



Manajemen Citra dan Keamanan Destinasi Pariwisata di Kawasan Waduk Darma, Kabupaten Kuningan

Syirin Syahira, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Amanda Azza Laeliyah, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Rappi Murni Rara Astiti, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Abrori, Abdul JabarIdris , UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Email: syirinsyahira285@gmail.com, amandaazzalaeliya2@gmail.com, rmurnirara207@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to explain the effect of destination image and safety on tourist satisfaction at Darma Reservoir. This type of research is descriptive research using a quantitative approach. Data collection is done through field interviews. Data analysis of this research will be carried out using descriptive analysis. Data analysis in this study using descriptive analysis. The results showed that destination image and security have a significant influence on tourist satisfaction. Based on the results of the study, it is recommended that local governments and tourism industry stakeholders foster the image and safety of the darma reservoir by promoting all types of tourist attractions through the creation of a good and optimal image and security. darma reservoir which has a variety of facilities that can fulfill satisfaction in tourists so that the darma reservoir has a good image.

Keywords: Image, Security, Tourism, Waduk Darma

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperjelas bagaimana kebahagiaan pengunjung di Waduk Darma dipengaruhi oleh citra dan keamanan destinasi. Jenis penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dan bersifat deskriptif. Wawancara lapangan digunakan untuk memperoleh data. Analisis deskriptif akan digunakan untuk menganalisis data penelitian. Analisis deskriptif digunakan dalam analisis data penelitian ini. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kebahagiaan pengunjung dipengaruhi secara signifikan oleh citra dan keamanan destinasi. Temuan studi ini menunjukkan bahwa pemerintah daerah dan pemangku kepentingan industri pariwisata harus berupaya meningkatkan keamanan dan citra Waduk Darma dengan mempromosikan semua jenis daya tarik wisata dan menciptakan keamanan dan citra terbaik. Ada sejumlah fasilitas di Waduk Darma yang mungkin bisa memuaskan pengunjungnya.

Kata Kunci: Citra Destinasi, Wisatawan, Keamanan Destinasi, Waduk Darma.

* Corresponding author

A. INTRODUCTION

Kawasan Waduk Darma Di Kuningan, waduk ini dibangun untuk menampung air dari Sungai Cisangalung. Jalur 14 juga melintasi waduk melalui bagian atas bendungan sebelum jalan lingkar dibangun, yang menyebabkan bendungan miring ke utara. Waduk ini menawarkan pemandangan indah dan udara sejuk karena dikelilingi perbukitan dan lembah. Waduk ini terletak 12 kilometer dari pusat kota Kuningan dan 37 kilometer dari pusat kota Cirebon. Tujuan utama pembuatan waduk ini adalah untuk mengairi sekitar 22.600 hektar lahan pertanian di Cirebon dan Kuningan. Selain itu, sebagian masyarakat Lulagun, Chiawigebang, Garawangi, dan Kuningan menerima air dari waduk. Oleh karena itu, penduduk setempat pun memanfaatkan waduk ini. Waduk ini juga dapat digunakan sebagai sarana rekreasi dan olah raga terutama pada sore hari. Waduk ini memiliki fasilitas berupa tempat perkemahan, kapal pesiar, akomodasi, panggung hiburan, wahana anak, aula, dan spot foto.

Pengembangan pariwisata Indonesia meliputi lokasi pariwisata. Rangkaian komponen suatu destinasi wisata meliputi atraksi dan barang wisata, aksesibilitas, amenitas (fasilitas yang membantu pariwisata), serta institusi dan fasilitas yang mempromosikan pariwisata (Sara, 2013). Salah satu pendorong utama pertumbuhan pendapatan negara, selain migas dan perpajakan, adalah pariwisata. Sebagai negara berkembang, Indonesia sudah mulai mengiklankan pariwisata dalam upaya menarik wisatawan dari negara lain. Menjual kekayaan pariwisata dan budaya Indonesia menjadi tujuan kampanye tersebut. Hal ini ditanggapi positif dengan banyaknya wisatawan

mancanegara berkunjung ke Indonesia (Fitriani, 2018).

Indonesia dapat memaksimalkan potensi pariwisatanya agar pengunjung dapat merasakan daya tarik berwisata, yang diperkirakan akan memberikan dampak yang berkelanjutan: Reputasi negara kita semakin meningkat di luar negeri, dan negara ini menerima lebih banyak uang asing untuk meningkatkan standar hidup warga negaranya (Prasetya & Rani, 2014). Setiap tahunnya, industri pariwisata Indonesia semakin berkembang. Kementerian Pariwisata telah meluncurkan sejumlah inisiatif pariwisata untuk meningkatkan pertumbuhan industri ini. Inisiatif pemberian merek "Wonderful Indonesia" pada tahun 2011 bertujuan untuk meningkatkan dan merevitalisasi perjalanan dan budaya di setiap provinsi. Pertumbuhannya sebagai destinasi wisata tentunya harus memenuhi sejumlah standar, salah satunya dari sudut pandang wisatawan. Karena mereka merupakan konsumen atau pengguna jasa yang diberikan oleh lokasi pariwisata, maka wisatawan dipandang sebagai pihak yang krusial dalam melakukan penilaian terhadap suatu tempat. Wisatawan mengevaluasi suatu tempat berdasarkan asumsi dan kesannya, yang disebut dengan citra destinasi. Pikiran, ide, dan persepsi seseorang mengenai suatu benda membentuk citranya. Di sisi lain, merek adalah frasa, tanda, simbol, nama, atau kombinasi keseluruhan yang dimaksudkan untuk membantu pelanggan mengenali produk dan layanan yang disediakan oleh bisnis (Kotler, 2009 dalam Chamdani, 2016: 15)

Persepsi dan pemahaman wisatawan terhadap suatu lokasi disebut sebagai citra destinasi mereka.

Mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi kebahagiaan pengunjung adalah cara lain untuk memastikan bahwa pertumbuhan destinasi wisata dapat mengakomodasi kebutuhan pengunjung. Melalui evaluasi pariwisata secara total, kepuasan pengunjung sebagai konsumen atau pengguna jasa dapat diperhitungkan. Penilaian ini berfokus pada kualitas hasil wisatawan di tempat tersebut. Ketika situs wisata yang dirancang dengan baik tercipta, pengunjung akan merasa senang, berkeinginan untuk kembali lagi, dan mereferensikan orang lain ke situs serupa. Setelah berkunjung, suatu perilaku disebut sebagai loyalitas wisatawan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari sebanyak mungkin tentang bagaimana pengunjung melihat Waduk Darma; jika beruntung, wisata Waduk Darma akan berkembang untuk mengakomodasi permintaan pengunjung. Hal ini dilakukan untuk memastikan pengunjung senang dan dapat menjadwalkan perjalanan mereka di masa depan atau paling tidak memberitahu orang lain bahwa Waduk Darma adalah lokasi wisata yang bermanfaat. Selain itu, Anda dapat menilai apakah pengunjung mempunyai kesan buruk terhadap Waduk Darma dan apakah peningkatan pariwisata diperlukan untuk meningkatkan kualitas waduk dengan mempelajari aspek fitur pariwisata apa yang perlu dilestarikan dan ditingkatkan. dari bawah.

Uraian ini mengarah pada dua rumusan masalah penelitian ini:

1. Bagaimana memahami pentingnya citra dan keamanan untuk meningkatkan daya tarik dan jumlah pengunjung di Waduk Darma?
2. Langkah langkah apa saja yang dapat diambil untuk memperkuat

citra dan keamanan di Waduk Darma?

B. MATERIAL AND METHOD

Menurut Sugiyono (2010), metode pengumpulan data merupakan bagian terpenting dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh data. Sedangkan Djaman Satori dan Aan Komariah (2011) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data dalam penelitian ilmiah adalah langkah-langkah sistematis untuk memperoleh data yang diperlukan. Menurut para ahli di atas, metode pengumpulan data adalah serangkaian langkah yang digunakan selama proses penelitian untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif multi metode yaitu:

1. Observasi

Menurut buku Pengertian Penelitian Kualitatif karya Basrowy dan Suwandi, observasi adalah tindakan mengamati atau mengamati tingkah laku individu atau kelompok, yang sifatnya proses pencatatan perilaku secara sistematis dengan Saya belajar secara langsung. Metode pengumpulan data observasional melibatkan peneliti mengamati secara langsung objek kepentingan yang ada di TKP. Bisa berupa fenomena, perilaku manusia, atau proses perubahan. Untuk lebih memahami citra dan keamanan Waduk Darma, peneliti dapat melakukan pengamatan langsung pada waduk tersebut. Observasi memungkinkan peneliti melihat

secara detail langsung kondisi fisik waduk seperti kebersihan, struktur bangunan, dan kondisi alam. Selain itu, peneliti dapat melihat aktivitas manusia di sekitar waduk, seperti nelayan, pengunjung, dan petugas keamanan. Observasi juga dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang keamanan jaringan internet dan sistem informasi yang terkait dengan Waduk Darma, seperti kemungkinan adanya gangguan pada jaringan. Dengan menggunakan data observasi, kita dapat menganalisis dan memahami kondisi waduk, potensi risiko keamanan, dan upaya yang perlu dilakukan untuk meningkatkan citra dan keamanan waduk.

2. Wawancara

Menurut Nazir (1988), wawancara adalah proses mendapatkan informasi tentang tujuan penelitian melalui tanya-jawab secara langsung antara orang yang diwawancarai dan orang yang diwawancarai dengan menggunakan alat yang disebut sebagai panduan wawancara. Peneliti dapat melakukan wawancara dengan berbagai orang yang terkait, seperti pengelola waduk, petugas keamanan, pengunjung, dan orang-orang yang tinggal di sekitar waduk. Tergantung pada tujuan penelitian dan informasi yang ingin diperoleh, wawancara dapat dilakukan dengan menggunakan panduan pertanyaan terstruktur atau tidak terstruktur. Peneliti dapat melakukan wawancara untuk mengetahui pendapat, persepsi, dan pengalaman responden tentang citra Waduk Darma, seperti persepsi masyarakat tentang waduk, apakah

waduk aman, dan faktor-faktor yang mempengaruhi citra dan keamanan waduk. Peneliti juga dapat menanyakan tentang upaya yang telah dilakukan untuk meningkatkan citra dan keamanan waduk, serta saran untuk perbaikan tambahan. Peneliti dapat memperoleh informasi yang mendalam dan kaya tentang citra dan keamanan Waduk Darma melalui metode wawancara. Informasi yang diperoleh melalui wawancara dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan memungkinkan peneliti untuk memahami pandangan dan pengalaman orang-orang yang relevan dengan subjek penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian tentang citra dan keamanan Waduk Darma, metode kualitatif seperti wawancara dapat digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang persepsi, pendapat, dan pengalaman orang-orang yang terkait dengan waduk tersebut.

3. Dokumentasi

Sugiyono (2017) mendefinisikan dokumentasi sebagai proses pengumpulan data dan informasi dalam bentuk dokumen, buku, arsip, tulisan angka, gambar, dan laporan yang dapat mendukung penelitian. Peneliti dapat mengumpulkan laporan keamanan, kebijakan pengelolaan, atau catatan peristiwa keamanan Waduk Darma. Dokumen tersebut dapat dianalisis untuk mendapatkan pemahaman tentang gambar yang terbentuk tentang Waduk Darma dan upaya yang dilakukan untuk menjaga

keamanannya. Selain itu, analisis dokumen tersebut dapat memberikan informasi tentang kebijakan dan prosedur keamanan yang berlaku di waduk tersebut. Peneliti dapat memperoleh data yang mendalam dan terperinci tentang citra dan keamanan Waduk Darma dengan menggunakan metode dokumentasi. Informasi yang diperoleh dari metode dokumentasi dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang upaya dan hambatan yang telah dihadapi untuk menjaga citra dan keamanan waduk tersebut.

C. RESULTS AND DISCUSSION

Seperti yang sudah diketahui bahwa pariwisata merupakan sektor industri dengan efek berganda (multiplying effects) yang mempengaruhi aspek pokok dalam agenda pembangunan nasional, seperti pendapatan negara, penyerapan tenaga kerja, pembangunan manusia, pembangunan infrastruktur, hingga urusan konservasi alam atau budaya (Kemenparekraf, 2018). Namun, sektor pariwisata juga merupakan sektor yang sangat rentan dengan krisis, baik yang ditimbulkan manusia namun krisis di luar dugaan seperti bencana alam. Dengan dampak yang sangat besar, oleh karena itu kondisi krisis pada sektor pariwisata harus segera diselesaikan agar ekosistem pariwisata dapat terus terjaga.

Pariwisata memiliki keterkaitan yang erat dengan citra dan keamanan pariwisata. Citra destinasi adalah gabungan keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki orang tentang suatu tempat tujuan yang dibentuk melalui konstruksi nalar dan emosi wisatawan di mana berasal dari keyakinan kognitif dan perasaan terhadap

destinasi pariwisata (Kemenparekraf, 2018). Untuk menarik wisatawan, keamanan destinasi wisata juga sangat penting. Wisatawan cenderung memilih destinasi yang dianggap aman dan bebas dari ancaman dan risiko kriminal. Oleh karena itu, manajemen keselamatan di destinasi wisata sangatlah penting. Untuk tingkat keamanan yang dimiliki Waduk Darma sangat ditinjau dengan adanya pengawasan atau patroli keamanan yang bertugas melakukan pengawasan terhadap area Waduk Darma untuk mencegah terjadinya tindakan kriminal dan siaga untuk memberikan bantuan jika ada yang memerlukan.

Waduk Darma juga memiliki keamanan seperti papan informasi dan peringatan dengan adanya papan informasi dan peringatan yang jelas dan mudah di baca untuk memberi tahu kepada wisatawan tentang aturan, bahaya potensial, dan tindakan yang harus di ambil dalam situasi darurat seperti ketika wisatawan menaiki perahu atau banana bot. Keamanan Memberikan tinjauan atau pengarahan untuk memaksimalkan penumpang di dalam perahu dengan nominal 10 orang dan selalu siaga memakai pelampung untuk menaiki perahu agar keselamatannya terjamin dan peralatan keamanan lainnya seperti contoh pelampung, ring bouy dan peralatan penyelam lainnya.

Keamanan untuk penjaga pantai yang sudah terlatih dan siap memberikan pertolongan kepada wisatawan yang membutuhkan pertolongan sekitaran Waduk Darma supaya tidak terjadi tenggelam. dan adanya keamanan pemeriksaan kondisi air Melakukan pemeriksaan rutin terhadap kondisi air Waduk Darma untuk memastikan kualitas

air yang aman bagi kegiatan rekreasi seperti bermain perahu atau baban bot.

Seperti yang telah di ketahuai oleh Ir. G.A. de Jengh kedalaman air di Waduk Darma mencapai± 100 m (setelah pendangkalan) dan Luas genangan waduk yaitu 400 ha dan kapasitas aktif mencapai 33,9 juta m³.

Dalam membahas tentang citra dan keamanan destinasi wisata Waduk Darma, Adanya Waduk Darma sendiri yaitu pada tahun 40an dan dilakukan repitasinya pada tahun 2019. Citra yang di tunjukan dengan adanya keindahan alam seperti halnya adanya fasilitas bermain seperti perahu dan gazebo yang di ukir seperti ala ala Jepang.

Dalam konteks keamanan pada Waduk Darma, pengelola dan pemangku kepentingan seperti dishub memastikan bahwa fasilitas dan infrastruktur di sekitar waduk aman dan terjaga dengan baik. Pengawasan dan patroli keamanan perlu ditingkatkan untuk menjaga keamanan pengunjung dan mencegah terjadinya kejadian yang tidak diinginkan.

Terkait dengan adanya beberapa investor yang minat dengan membuka wahana di taman wisata Waduk Darma namun dari kebijakan yang telah di tentukan Waduk Darma sendiri ingin membuat atau mempunyai ciri khas yang tersendiri, seperti tidak terlalu banyak di wahana tetapi lebih memilih view-nya yang menjadikan daya tarik atau daya minat citra Waduk Darma terhadap wisatawan.

Reputasi destinasi merupakan hasil dari persepsi publik yang didasarkan pada sinergi gambar komunikasi, peristiwa, dan ulasan lokasi (Stacks & Tilson, 2002). Reputasi destinasi pariwisata juga dapat dinilai dari nilai merek, kebijakan pemerintah, stabilitas investasi, dan kondisi masyarakat sekitar. Daya tarik atau

citra yang di miliki oleh Waduk Darma yang membuat wisata tertarik ingin mengunjungi kembali wisata tersebut dengan adanya objek yang menimbulkan wisatawan minat terhadap suatu objek yang di tandai dengan adanya rasa senang atau tertarik.

Wisatawan yang datang ke Waduk Darma mengatakan bahwa mereka tertarik untuk mengunjungi kembali karna merasakan udara yang sejuk, suasana yang tenang dan memberikan kenyamanan serta sarana permainan untuk anak anak yang membuat mereka betah menghabiskan waktu berlama lama di Waduk Darma. Citra yang di miliki Waduk Darma banyaknya fasilitas dan kenyamanan terhadap wisatawan saat berkunjung ke Waduk Darma seperti disediakan nya toilet, mushola ,dan warung-warung makan.

D. CONCLUSION

Dengan pengamatan yang peneliti kita lakukan, pengelola perlu mengembangkan kembali daya tarik dan keamanan supaya citra waduk darma menjadi lebih baik dan meningkatkan wisatawan. Komunikasi juga berperan penting dalam meningkatkan daya tarik destinasi waduk darma. Pada sektor peningkatan citra dan keamana manajemen waduk darma perlu ide baru untuk meningkatkan daya tarik tersendiri di wisata waduk darma. Manajemen waduk darma menekankan peran tanggapan dalam memperbaiki citra dan keamanan yang di miliki wisata waduk darma menjadi lebih strategis dan kenyamanan yang membuat wisatawan tertarik ingin datang kembali ke wisata tersebut. pengelola atau manajemen waduk darma membuat ketertarikan tersendiri. Teori Wacana Pembaruan atau Discourse of Renewal Theory digunakan dalam pendekatan tim pen gelola TNG Rinjani untuk menyelesaikan krisis kepariwisataan. Menurut dasar teori ini, penyelesaian krisis berdampak pada reputasi dengan

mengakui kesalahan, belajar dari krisis, keinginan untuk memperbaiki, dan berkomunikasi. Keputusan yang dibuat oleh wisatawan, terutama wisatawan mancanegara, tentang sebuah destinasi dipengaruhi oleh reputasinya. Untuk memastikan bahwa pariwisata di TNG Rinjani dan sekitarnya dapat kembali dikunjungi dan dianggap aman oleh wisatawan, diperlukan tindakan cepat dan tepat untuk memperbaiki reputasi setelah gempa Lombok. Dalam memberikan informasi tentang progres pemulihan, pengelola harus memberikan informasi yang tepat dan akurat. Mereka juga harus menunjukkan upaya nyata untuk menjaga keamanan jika bencana alam terjadi di daerah tersebut. Agar upaya pemulihan dan pembaruan reputasi TNG Rinjani berhasil, semua pihak harus bekerja sama.

REFERENCES

- Coombs, W. T. (2006). The protective powers of crisis response strategies: Managing reputational assets during a crisis. *Journal of Promotion Management*, 12(3-4), 241- 260. Retrieved from https://doi.org/10.1300/J057v12n03_13 doi: 10.1300/J057v12n03_13
- Davis, A. (2007). *Mastering public relations*. Palgrave Macmillan. Dowling, G. R. (2001). *Creating corporate reputations: identity, image, and performance*. Choice Reviews. Retrieved from <https://doi.org/10.5860/choice.39-0405> doi: 10.5860/choice.39-0405
- Elsbach, K., & Benoit, W. (1997). Accounts, excuses, and apologies: A theory of image restoration strategies. *Adm. Sci. Q.* Retrieved from <https://doi.org/10.2307/2393739> doi: 10.2307/2393739
- Fall, L. T. (2004). *Journal of Vacation Marketing*, 10(3), 238– 252. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/135676670401000304> doi: 10.1177/135676670401000304
- Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, 22(2), 135-147. Retrieved from [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00048-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00048-0) doi: 10.1016/S0261-5177(00)00048-0
- Griffin-Padgett, D. R., & Allison, D. (2010). Making a case for restorative rhetoric: Mayor Rudolph Giuliani and Mayor Ray Nagin's response to disaster. *Communication Monographs*, 77(3), 376-392. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/03637751.2010.502536> doi: 10.1080/03637751.2010.502536
- Henderson, J. C. (1999). Tourism management and the Southeast Asian economic and environmental crisis: A Singapore perspective. *Managing Leisure*, 4(2), 107– 120. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/136067199375887> doi: 10.1080/136067199375887
- Kemendparekraf. (2018). *SOP pengelolaan krisis kepariwisataan*. Jakarta: Author.
- Konecnik, M. (2004). Evaluating Slovenia's image as a tourism destination: A self-analysis process towards building a destination brand. *Journal of Brand Management*, 11(4), 307– 316. Retrieved from <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540175> doi: 10.1057/palgrave.bm.2540175
- Pepy Afriliani, & Givara Oksafa Silvandi. (2022). *Jurnal Kajian Pariwisata. Citra Destinasi Terhadap Loyalitas Wisatawan Melalui Kepuasan Wisatawan Di Desa Terindah Pariangan*, 4(2), 1–12. <https://doi.org/10.51977/jiip.v4i2.753>
- Rachmawati, F. (2019). *Pasca-gempa Lombok, pelaku wisata pendakian Gunung Rinjani mulai berbenah*. Kompas.com.
- Reynolds, B., & Shenhar, G. (2016). *Crisis and emergency risk communication*. Ritchie, B. W. (2004).

- Chaos, crises and disasters: A strategic approach to crisis management in the tourism industry. *Tourism Management*, 25(6), 669–683. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.004> doi: 10.1016/j.tourman.2003.09.004
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen public relations dan media komunikasi: Konsepsi dan aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Seeger, M. W., & Padgett, D. R. G. (2010). From image restoration to renewal: Approaches to understanding postcrisis communication. *Review of Communication*, 10(2), 127- 141. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/15358590903545263> doi: 10.1080/15358590903545263
- Simonin, B. (2008). Nation branding and public diplomacy: Challenges and opportunities. *Fletcher Forum World Aff.* Stacks, D., & Tilson, D. (2002). *Paradise lost and restored. Florida and the tourist murders*. London: Routledge.
- Suriyani, L. (2018). *Pasca gempa, sistem baru pendakian Rinjani bakal berlakukan kuota dan monitoring: Seperti apa?* Mongabay.
- Ulmer, R., Sellnow, T., & Seeger, M. (2007). *Effective crisis communication*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Ulmer, R. R., & Sellnow, T. L. (2002). Crisis management and the discourse of renewal: Understanding the potential for positive outcomes of crisis. *Public Relations Review*, 28(4), 361-365. Retrieved from [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(02\)00165-0](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(02)00165-0) doi: 10.1016/S0363-8111(02)00165-0
- Wasesa, S. (2005). *Strategi public relations: Bagaimana strategi public relations dari 36 merek global dan lokal membangun citra, mengendalikan krisis dan merebut hati konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dinas Pariwisata Pos dan Telekomunikasi dan Pusat Penelitian Kepariwisataaan Lembaga Penelitian ITB, 1997. *Penelitian Sistem Pariwisata Nasional*. Jakarta. Pitana, I Gde dan I Ketut Surya Diarta. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009