

PERANAN KOMUNIKASI DALAM INDUSTRI PARIWISATA ERA MILINEAL: TINJAUAN TERHADAP MUSEUM DI BALI

Oleh:

Ni Desak Made Santi Diwyarthi
Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali
santidiwyarthi@yahoo.com

ABSTRAK

Bali, termasuk museum, terlibat dalam industri pariwisata era milenial 4.0. Pengelolaan museum tidak lagi bisa bersifat inklusif tanpa analisis dan penerapan yang *borderless* dan *out of the box*. Museum merupakan salah satu sarana berkomunikasi di tengah masyarakat milenial dewasa ini yang harus dikaji manfaatnya dalam industri pariwisata. Metode penelitian adalah kuantitatif dan kualitatif, menggunakan instrumen penelitian berupa angket, wawancara, studi dokumentasi, dengan populasi pengunjung museum di Bali. Hasil penelitian memperlihatkan tamu yang mengunjungi museum sebagian besar adalah orang yang sudah mempelajari informasi terkait museum terlebih dahulu, yakni 52 persen, 52 persen akan menuliskan kisah perjalanannya mengunjungi museum, 80persen akan mempromosikan keberadaan museum melalui media internet, 92 persen mengenal sejarah museum yang akan dikunjungi dan pendirinya, 60 persen akan mempromosikan kembali pada orang lain. 40 persen akan kembali mengunjungi museum yang sama.

Kata Kunci: Komunikasi, Pariwisata, Milenial, Museum

PENDAHULUAN

Perkembangan jaman dalam dunia kehidupan yang demikian pesat membuat masyarakat harus mempersiapkan diri dengan sebaiknya. Mau tidak mau, suka tidak suka, sebagai bagian dari era milenial, masyarakat Bali terlibat dalam situasi pariwisata 4.0. Industri pariwisata, termasuk usaha perjalanan wisata (*travel agent*), akomodasi hotel (*hotelier*), diminta mempersiapkan diri menghadapi perubahan dan perkembangan pasar di era pariwisata 4.0. Situasi ini menuntut berbagai komponen di dalam masyarakat untuk kreatif membangun jejaring, menjalin komunikasi harmonis satu sama lain.

Menteri Pariwisata Arif Yahya menjelaskan “Saya yakin pasar sudah siap karena didominasi wisatawan milenial yang sudah digital, sedangkan industri masih perlu dipersiapkan,” kata Menteri Pariwisata (Menpar) Arief Yahya dalam jumpa pers se usai membuka sekaligus menjadi keynote speech dalam Rakornas Kementerian Pariwisata (Kemenpar) II Tahun 2019 dengan mengangkat tema "Curriculum & Training Wonderful Indonesia Digital Tourism (WIDI) Champion 4.0" di Balairung Soesilo Soedarman, Gedung Sapta Pesona, Kantor Kemenpar Jakarta, Kamis (4/7/2019).

Data tersebut tentu harus didukung oleh analisis tepat agar tercapai sinergi komunikasi antara berbagai komponen industri pariwisata dan masyarakat yang terlibat di dalamnya. Data BPS memperlihatkan hasil penelitian yang dilakukan BPS Indeks kebahagiaan orang Bali berdasar data BPS tahun 2017 adalah sebesar 72,48 dari rentang 0 - 100. Terdapat 5 propinsi dengan indeks kebahagiaan sebesar 80 %. Kepala BPS Propinsi Bali, Adi Nugroho, 2018 menyatakan, indeks kebahagiaan ini lebih tinggi dari rerata indeks kebahagiaan nasional yang hanya 72,40. Kontribusi masing-masing dimensi terhadap indeks kebahagiaan tersebut meliputi kepuasan hidup 34,80 persen, perasaan 31,18 persen dan makna hidup 34,02 persen. Hal ini memberi gambaran bahwa masyarakat Bali mampu menjalin komunikasi dalam menyalurkan harapan, keinginan, kemampuan dengan berbagai pihak, sehingga kepuasan hidup tercapai.

Data tahun 2017 memperlihatkan terdapat 99 museum dan galeri seni di Bali, belum termasuk jumlah sanggar seni dan berbagai perkumpulan kajian budaya. Pada umumnya, masyarakat beranggapan museum sebagai suatu tempat atau lembaga yang bersuasana statis, berpandangan konservatif atau kuno, mengurus benda-benda kuno kalangan elite hanya untuk kebanggaan dan kekaguman semata.

Dalam era pembangunan dan perkembangan teknologi yang pesat dewasa ini, peranan museum sangat diharapkan untuk mengumpulkan, merawat, dan mengkomunikasikan berdasarkan penelitian dari benda-benda yang merupakan bukti konkret dari proses pengembangan kebudayaan manusia. Masyarakat dapat melakukan rekreasi sambil belajar, mendapatkan informasi mengenai berbagai peristiwa yang terkait dalam kehidupan masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Pada umumnya masyarakat masih memandang museum sebagai suatu tempat atau lembaga yang bersuasana statis, berpandangan konservatif atau kuno, mengurus benda-benda kuno kalangan elite untuk kebanggaan dan kekaguman semata. Hal ini membuat analisis kajian mendalam terhadap museum diperlukan, terkait keberadaan masyarakat dan industri pariwisata di tengah era milenial.

TEORI

Arah perkembangan era milenial dengan digitalisasi telah mengakibatkan situasi masyarakat borderless. Masyarakat banyak menghabiskan waktu dengan dunia masing-masing yang seolah tanpa batas, namun justru sesungguhnya semakin menjauhkan mereka dari lingkungan sosial. Hal ini yang disampaikan oleh Baudrillard sebagai dunia semu, masyarakat mengalami apa yang disebut sebagai berada di dalam dunia hyperrealitas. Dorongan untuk memenuhi berbagai kebutuhan justru membuat mereka terjebak di dalam dunia semu. Dunia modernism justru mendorong masyarakat ke dalam daerah posmodernisme.

Akbar S. Ahmed dalam “Posmodernisme dan Islam” (1993: 143-4) menjelaskan delapan karakter sosiologis posmodernisme, yaitu: *Satu*, timbulnya upaya menentang Modernitas, memudarnya kepercayaan terhadap agama yang bersifat transeden (metanarasi), dan diterimanya pandangan pluralism relativisme kebenaran. *Dua*, meledaknya industri media massa, yang kemudian bagai menjadi kepanjangan tangan dari sistem indra, organ dan syaraf, membuat dunia menjadi semakin kecil, borderless world, kekuata media massa menjelma menjadi bagai “agama” atau “Tuhan” sekuler. Hal ini terjadi karena perilaku orang tidak lagi ditentukan oleh agama-agama tradisional, tetapi tanpa disadari telah diatur oleh media massa, seperti program televisi. *Tiga*, munculnya radikalisme etnis dan keagamaan. Fenomena ini muncul diduga sebagai reaksi atau alternatif ketika orang semakin ragu atas kebenaran sains. Teknologi dan filsafat dianggap telah gagal memenuhi janji membebaskan manusia, dan telah terjadi penindasan hak asasi manusia. *Empat*, munculnya kecenderungan baru untuk menemukan jati diri atau identitas, apresiasi serta keterikatan rasionalisme dengan masa lalu. *Lima*, semakin menguatnya wilayah perkotaan (urban area) sebagai pusat kebudayaan, dan wilayah pedesaan (rural area) sebagai daerah pinggiran. Pola ini juga berlaku bagi menguatnya dominasi negara maju atas Negara berkembang. Wilayah perkotaan ini bagai Negara maju, sebagai “titik pusat” yang menentukan gerakan “daerah pinggiran”, menarik pergerakan lainnya. *Enam*, semakin terbukanya peluang bagi kelas-kelas sosial atau kelompok, untuk mengemukakan pendapat secara lebih bebas. Dengan kata lain, era posmo telah mendorong bagi lahirnya proses demokratisasi. *Tujuh*, era posmo juga ditandai dengan munculnya kecenderungan bagi tumbuhnya eklektisisme (upaya memilih sesuatu yang paling baik/tepat) dan pencampuradukan dari berbagai pandangan / pendapat / wacana, potret serpihan – serpihan realitas, sehingga seseorang sulit untuk dikelompokkan ke dalam suatu kelompok budaya secara eksklusif. *Delapan*, bahasa yang digunakan dalam wacana posmodernisme sering mengesankan ketidakjelasan makna dan inkonsistensi, sehingga

sesuatu yang disebut “era posmodernisme” banyak mengandung paradoks (sesuatu yang sering bertolakbelakang / kontradiksi).

Masyarakat milenial sering pula dianggap sebagai masyarakat yang mobile, sering bergerak dengan cepat, bagai tanpa batas, dari satu tempat ke tempat lain, dari satu ruang ke ruang lainnya (borderless), memiliki pandangan atau pola berfikir *Out of the box*, bila tidak berhati-hati, akan terjebak pada pola yang mereka anggap paling benar dan baku. Dan, dampaknya bisa sangat fatal, seperti merasa mendapat figur teladan yang pasti dan sesuai dengan dirinya. Hal ini bisa terjadi bila masyarakat mengkonsumsi pola ini secara terus menerus, dan menanamkan di dalam dirinya, bahwa hal itu adalah yang paling baik bagi mereka.

Salah satu tokoh pemikir Posmodernisme adalah Jean Baudrillard yang mengemukakan bahwa masyarakat era kini tidak lagi berdasar pada pertukaran materi yang berdaya guna, namun juga melibatkan komoditas tanda dan simbol (Baudrillard) Menurut Baudrillard, masyarakat memiliki pola pikir kritis yang terkadang *out of box*, tidak lazim, di luar kebiasaan, menolak hal-hal yang berlaku secara umum. Bagi Baudrillard, masyarakat Posmo memiliki ciri bersikap di luar kebiasaan umum, memiliki mobilitas tinggi, pola hidup sosial dan ekonomi terkait konsumsi simbol dan tanda, sehingga media massa menjadi sangat berarti bagi mereka. Sangat menghargai privasi.

Padahal, masyarakat posmodernisme dengan tingkat kesibukan yang relatif tinggi, dan mobilitas tinggi, seharusnya tetap menjalin interaksi dan melakukan diskusi secara tatap muka dengan masyarakat lain. Hal ini membantu mereka melakukan banyak hal sekaligus, bersifat multi talenta, multi tasking, dan multi tafsir, yang bersifat realis. Di Bali, sesuai dengan konsep Tri Hita Karana, dan Desa Kala, Patra. Konsep menjalin hubungan dengan Tuhan, menjalin hubungan dengan sesama umat manusia, dan juga dengan lingkungan dimana mereka berada, serta berintrospeksi dengan diri sendiri. Dampaknya, bila terjadi gejala atau kekeliruan dalam pola pikir, perkataan dan perbuatan, akan dapat diketahui semenjak dini, sehingga lebih gampang untuk ditagani dan ditanggulangi sedari awal.

Sampai akhir perang dunia II, terdapat 30 museum di seluruh Indonesia. Kini terdapat 200 an museum di seluruh Indonesia, dengan 99 buah terdapat di Bali yang berperan dalam menggerakkan roda budaya Bali itu sendiri. Tokoh budayawan Ida Bagus Putra menjelaskan (Juli 2019), bahwa Eksklusivitas tidak bisa terjadi di dalam era kekinian, terutama era digital 4.0. Dan masyarakat Bali memiliki indeks bahagia lebih tinggi karena juga didukung oleh lingkungan budaya yang saling peduli, budaya yang berlangsung turun termurun sebagai akses mengekspresikan jiwa dan semangat di dalam dirinya.

International Council of Museum menjelaskan definisi museum adalah institusi atau lembaga pamanen yang melayani kepentingan masyarakat dan kemajuannya, terbuka untuk umum, tidak bertujuan untuk mencari keuntungan, dengan cara mengumpulkan (collect), memelihara (conserve), meneliti (research), memamerkan (publicate), benda nyata material manusia dan lingkungannya, untuk tujuan studi, pendidikan dan rekreasi.

Sejarah museum di Indonesia terbagi menjadi tiga, yakni jaman penjajahan Belanda, Jaman Inggris, dan jaman setelah kemerdekaan. 14 April 1778 merupakan tonggak bersejarah berdirinya museum pertama kali di Indonesia, yakni Bataviaas Genootschap von Kusten en Westenschappen, yang berarti Perkumpulan Batavia untuk memajukan ilmu pengetahuan dan budaya. Museum ini memiliki visi dan misi *Ten nutten van het gemmen* yang berarti berisi berbagai buku dan juga benda bersejarah terkait ilmu pengetahuan, ilmu budaya dan ilmu bangsa-bangsa. Para pasukan tentara Belanda diminta mengumpulkan berbagai buku dan juga benda dari berbagai daerah tanah jajahannya. Pada tahun 1915, berdiri Museum Bali di Denpasar. Pada tahun 1930, Striching end Bataviaasch (Perkumpulan Belanda Kuno) mendirikan End Batavia Museum (Museum Belanda Kuno) di Jakarta. Tahun 1935 berdiri Museum Sono Budoyo di Yogya.

Upaya Peningkatan Kinerja Karyawan Bagian Pengelolaan Koleksi di Museum Negeri Sri Baduga Bandung. Bunga Rampai Permuseuman (1997) karangan Bambang Sumadio menjelaskan bahwa museum akan dapat menarik perhatian bila dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan dengan melibatkan banyak pihak lain. Bila semakin banyak masyarakat berkunjung ke dalam suatu museum, semakin terlihat keberhasilan tingkat pelayanan museum bagi publik atau masyarakat luas.

Bagi masyarakat awam museum merupakan tempat tontonan sehingga hal ini harus disadari oleh para pengelolanya, oleh karena itu harus diusahakan agar penyajian di museum cukup menarik sebagai tontonan. Koleksi museum tidak dengan sendirinya akan memancarkan daya tarik, oleh karena itu pengelola museum harus dapat mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mengandung daya tarik pada koleksinya itu. Museum sangat bertumpu pada penampilan sebagai salah satu daya pikatnya. Kebersihan dan kenyamanan ruang-ruang pameran akan sangat menunjang citra museum itu sehingga akan dengan sendirinya memikat para pengunjung. Selanjutnya penulis juga menggunakan skripsi Anggiat Sinaga (2007) sebagai tinjauan pustaka.

Anggiat dalam skripsinya Peranan Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara (2007), menjelaskan bahwa untuk mendekatkan museum pada masyarakat luas Museum Negeri Propinsi Sumatera Utara melakukan berbagai usaha-usaha dalam memasyarakatkan warisan nilai budaya tradisional seperti mengadakan pameran ataupun perlombaan-perlombaan. Hal ini sangat berkaitan dengan penelitian penulis karena sama halnya dengan Museum Negeri Propinsi Jambi yang berusaha melakukan berbagai kegiatan untuk dapat memberikan pengenalan berbagai kebudayaan ataupun benda-benda sejarah yang sebagian besar belum banyak diketahui oleh masyarakat. Skripsi lain yang penulis gunakan adalah skripsi Krisman Turnip sebagai tinjauan pustaka. Dalam skripsinya Museum Bukit Barisan Medan dan Manfaatnya Bagi Masyarakat (2005), memaparkan bahwa museum dapat memperkuat rasa nasionalisme melalui pameran benda-benda koleksi seperti peninggalan masa revolusi fisik di Sumatera Utara pada tahun Melalui pameran yang ada dalam museum masyarakat diajak untuk dapat merasakan pada masa itu. Hal ini tidak jauh berbeda dengan penelitian penulis mengenai Museum Negeri Provinsi Jambi yang ingin mengenalkan berbagai peninggalan masa lalu kepada masyarakat khususnya kebudayaan masyarakat Jambi sehingga kesadaran untuk mencintai kebudayaan daerah semakin tinggi

PEMBAHASAN

99 museum yang ada di Bali, tersebar di tujuh kabupaten dan kota. Diantaranya, Museum Bali, Museum Neka, Museum Arma, Museum Antonio Blanco, Rumah Topeng dan Wayang Setia Dharma, Museum Puri Lukisan, Museum Subak, Museum Rudana, Museum Gedong Arca, Museum Pendet,

Wisatawan yang menjadi responden penelitian ini berjumlah 25 orang. Wawancara mendalam dilakukan setelah wisatawan mengunjungi dan menikmati museum. Uraian paparan data responden penelitian sebagaimana tercantum di bawah ini.

Tabel 1
Data Responden berdasar Jenis Kelamin
Persepsi Wisatawan terhadap Keberadaan Museum di Bali

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1.	Pria	10	40 %
2.	Wanita	15	60 %
	Total	25	100 %

Data penelitian memperlihatkan bahwa terdapat 10 orang atau 40 % responden pria dan 15 orang atau 60 % responden wanita. Lima orang berpendidikan Doktor, tiga orang

Magister, tujuh orang sarjana, sepuluh orang tamatan SMA, dan tujuh orang SMP. Lima orang berkebangsaan Australia, dan 20 orang dari Indonesia, yang terbagi menjadi 11 orang dari Jakarta, tujuh orang Bali, dan dua orang dari Kalimantan.

Enam orang mengemukakan sudah berkunjung ke museum di Bali lebih dari lima kali, 15 orang mengatakan baru pertama kali mengunjungi museum, dan empat orang sudah berkunjung lebih dari satu kali namun kurang dari lima kali. Tiga orang berkunjung karena ajakan teman atau anggota keluarga, 13 orang (52%) karena mencari data di internet, dan sembilan orang karena promosi dari hotel atau agen perjalanan. 15 orang dari mereka (60 %) akan mempromosikan kembali pada orang lain. 10 orang (40 %) akan kembali mengunjungi museum yang sama, dan 13 orang (52 %) akan menuliskan kisah perjalanan mereka ke museum melalui berbagai bentuk tulisan atau karya, 11 orang mengeluhkan akses menuju museum yang terkendala macet dan minimnya informasi terkait keberadaan museum, 23 orang (92 %) mengenal Museum dan pendirinya, namun kurang mengenal tentang adanya fasilitas lain selain tempat mendalami seni, 20 orang (80 %) akan menulis hasil kunjungan museum melalui media sosial yang mereka punya, 17 orang yang sudah melacak dan menelusuri informasi tentang museum sebelum mereka mengunjunginya.

Data tersebut memperlihatkan tamu yang mengunjungi museum sebagian besar adalah orang yang sudah mempelajari informasi terkait museum terlebih dahulu (*well educated*), yakni 52 persen, 52 persen akan menuliskan kisah perjalanannya mengunjungi museum, 80 persen akan mempromosikan keberadaan museum melalui media internet, 92 persen mengenal sejarah museum yang akan dikunjungi dan pendirinya, 60 persen akan mempromosikan kembali pada orang lain. 40 persen akan kembali mengunjungi museum yang sama.

Temuan hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Museum mampu menjadi sarana berkomunikasi dalam industri pariwisata di era milenial, Museum merupakan asset bangsa yang menjadi bagian dari perkembangan masyarakat era milenial, maka sudah seharusnya pemilik dan pengelola museum mengembangkan berbagai bentuk komunikasi yang tepat dalam era digital 4.0. Hal ini membuat pemerintah, pihak pengelola dan masyarakat yang terlibat di dalamnya harus senantiasa mengikuti perubahan dan perkembangan jaman, yang disebut dengan pandangan posmo, sebagai suatu situasi masyarakat yang *borderless* dan berpikir *out of the box*.

SIMPULAN

Hasil penelitian membuktikan bahwa Museum merupakan salah satu sarana berkomunikasi di tengah masyarakat milenial dewasa ini. Tamu yang mengunjungi museum sebagian besar adalah orang yang sudah mempelajari informasi terkait museum terlebih dahulu (*well educated*), yakni 52 persen, 52 persen akan menuliskan kisah perjalanannya mengunjungi museum, 80 persen akan mempromosikan keberadaan museum melalui media internet, 92 persen mengenal sejarah museum yang akan dikunjungi dan pendirinya, 60 persen akan mempromosikan kembali pada orang lain. 40 persen akan kembali mengunjungi museum yang sama.

SARAN

Museum sangat potensial menjadi tempat penyelenggaraan kegiatan yang tidak hanya berkait dengan seni, namun juga ilmu pengetahuan dan sosial budaya. Penyelenggaraan kegiatan yang lebih terkait dengan digitalisasi akan sangat menarik minat masyarakat, promosi yang masih jauh dari baik, dan segi perawatan yang kurang maksimal untuk gedung museum dan fasilitas yang ada di dalamnya, termasuk perawatan benda bersejarah yang terdapat di dalam museum.

Pihak pengelola museum sebaiknya tidak berdiri sendiri, namun bekerjasama dengan berbagai pihak lain, bahkan secara global. Hal ini baik untuk tujuan menjalin kerjasama, mempromosikan, maupun mengembangkan kinerja museum dalam era pariwisata 4.0

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, Undang – Undang Republik Indonesia No.9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata
- Brannen, Yulia. 1997. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Bukart and Medlik. 1981, *Tourism: Past, Present and Future*. London: Ohio. Grid Inc.Heinemann.
- Chen, Cheng Nan. 2007. *The Relation Among Social Capital, Enterpreneurial Orientation, Organizational Resources and Enterpreneurial Performance for New Ventures*, Contemporary Management Research, National Cheng Kung University.
- Dajan, Anto. 1996. *Pengantar Metode Statistik*. Jakarta:LP3ES
- Damardjati, R.S. 2003. *Istilah – istilah Dunia Pariwisata*, Jakarta:Pradnya Paramitha
- Dinas Pariwisata Propinsi Bali, 2004. *Data Obyek dan Daya Tarik Wisata 2004*. Tidak Dipublikasikan
- Friedman, J. 1993. *Anthropology and Native in Global sruggle for Identity*. Will the real Hawaiian Please Stand.
- Jennings, Gayle. 2007. *Water – Based Tourism, Sport, Leisure, and Recreation Experiences*, UK: Burlington. Elseiver Inc.
- Karyono, Hari.1997. *Kepariwisataaan*. PT Grasindo. Jakarta
- Karang, I.B. 2008. “*Penilaian Wisatawan Mancanegara terhadap Produk Water di Tanjung Benoa – Bali*” (tugas akhir). Nusa Dua : Sekolah Tinggi Pariwisata
- Kodhyat, H. 1996. *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: PT.Gramedia Widisarana Indonesia.
- Kotler, Philip, et al. 2002. *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataan* . Edisi Kedua. Versi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kusmayadi dan Sugiarto, Endar. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: P. Gramedia Pustaka Utama.
- Lastara, I M. 1997. *Peraturan Kepariwisataaan*, Bali : PT. Mabhakti Offset
- Paturusi, Syamsul Alam. 2005. *Materi perkuliahan Perencanaan dan Pengembangan Kawasan Pariwisata Program Pasca sarjana, Program Studi Kajian Pariwisata*. Denpasar : Universitas Udayana.
- Pendit, S. Nyoman. 2002. *Ilmu Pariwisata : Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Pitana, Gd & Gayatri G. 2005. *Sosiologi Pariwista. Kajian sosiologis terhadap struktur, system dan dampak – dampak pariwisata*. Yogyakarta:Andi
- Ramalatu, Gilbert A. 2006. “*Analisis Tingkat Kepuasan wisatawan Domestik Terhadap Produk Wisata Water Sport di Obyek Wisata Bedugul Kabupaten Tabanan*” (tugas akhir). Nusa Dua : Sekolah Tinggi Pariwisata
- Rangkuti, Freddy. 1996. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sihite, Richard. 2000. *Tourism Industry*. Surabaya : SIC
- Sirait, M.T dan Budhi D.K. 2000. *Tata Niaga Usaha Perjalanan dan Wisata*. Jakarta : PT. Pradnya Paramitha.
- Soekadijo, RG. 1996. *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai “Systemic Linkage”*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

- Stewart, Ian Charles; Shaw, Judith (1983). *Indonesians, portraits from an archipelago* (book). Singapore: Paramount Cipta. Bibcode:533135. ISBN 9971-83-772-2.
- Sugiarto, Endar. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sukarno, Teguh H. 2007. “*Strategi Pengembangan Rekreasi Air di Objek Wisata Tanjung Benoa*” (tesis). Denpasar : Universitas Udayana.
- Supranto, J. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Spillane, James. 1997. *Ekonomi Pariwisata : Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta : Kanisius.
- Sutomo, Maskuri. 2012. Kepuasan Pelanggan Menginap di Hotel Berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(1): hal: 79-93.
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Peningkatan Tingkat kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. PT. Rineka Cipta Karya.
- Thio, Shienny. 2001. Membangun Service Quality untuk Mencapai Kepuasan Konsumen di Industry Hospitality. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 3 (1): Hal: 61-71.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : ANDI