



Analisis pemberdayaan masyarakat sekitar *dark tourism destination* "museum sisa hartaku" dengan *rets framework*

Reynaldi Dwi Junianta*, Yuda Fathi Albani, Bunga Ira Widiastuti, Muhammad Fadhilah Husain

Universitas Islam Indonesia

*Email korespondensi: 242141202@uii.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the impact of the dark tourism destination "museum sisa hartaku" on the community around the tourist destination using the Rural Empowerment of Tourism Scale (RETS) approach. The measurement with RETS examines aspects of psychological, social, and political empowerment. Dark tourism destinations are a form of niche tourism that seeks to highlight the dark side of an area and turn it into a tourist attraction. The presence of dark tourism destinations in communities affected by disasters is expected to have an empowering effect. The research method uses a mixed method in an effort to obtain data and conduct analysis using SPSS and SEM-AMOS. The results show that the community agrees that they have been empowered psychologically and socially, but doubts whether they have been empowered politically. The implications of the study indicate that RETS can be used to measure community empowerment around dark tourism, and also how residents around the tourist destination "museum sisa hartaku" need to be more politically empowered.

Keywords: dark tourism; niche tourism; rets frameworks; rural empowerment; tourist destination.

<https://doi.org/10.26740/jim.v13n3.p716-728>

Received: July 10, 2025; Revised: August 10, 2025; Accepted: September 22, 2025; Available online: September 30, 2025

Copyright © 2025, The Authors. Published by Universitas Negeri Surabaya. This is an open access article under the CC-BY International License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Pendahuluan

Kehadiran destinasi wisata pada suatu wilayah tidak selalu membawa dampak pemberdayaan pada masyarakat sekitar (Gong *et al.*, 2019; Wiweka *et al.*, 2020). Pariwisata menjadi pendukung terhadap pertumbuhan ekonomi, budaya, dan lingkungan sosial yang efektif dalam meningkatkan pembangunan daerah, terutama pada wilayah pedesaan (Bestaeva, 2022). Walau secara definisi pemberdayaan dapat bermacam-macam, namun bentuk aktualnya dapat berupa level partisipasi masyarakat terhadap eksistensi destinasi wisata, apakah mereka dilibatkan dan sampai memiliki kendali terhadapnya (Boley & McGehee, 2014). Namun pada beberapa destinasi wisata yang ada di sekitar warga, keberadaan destinasi wisata tidak selalu memberikan perubahan kesejahteraan terhadap masyarakat sekitarnya (Rasyid *et al.*, 2024).

Kurangnya perhatian terhadap masyarakat sekitar oleh pengembang destinasi wisata dapat menjadi sebab destinasi wisata kurang berdampak pada pemberdayaan masyarakat sekitar. Padahal, membangun masyarakat yang berdaya menjadi bagian dari tujuan pembangunan berkelanjutan (Park *et al.*, 2024; Wani *et al.*, 2024). Fenomena ini muncul dari pengukuran dampak pemberdayaan yang belum dilakukan oleh pengelola destinasi wisata, sehingga tidak diketahui bagaimana pengaruh kehadiran destinasi wisata terhadap pemberdayaan masyarakat sekitarnya (Gong *et al.*, 2019). Kehadiran *dark tourism* tidak sekedar menjadi ikon wilayah saja, juga sebagai peningkatan ekonomi dan viabilitas untuk penduduk sekitar dapat kembali bangkit dari tragedi yang telah terjadi, yang didalamnya melibatkan aspek emosi, psikologis, dan sosial (Tarlow, 2005). Sehingga idealnya dengan adanya *dark tourism* dapat menjadikan masyarakat sekitar menjadi lebih berdaya. Urgensi terhadap dampak

pemberdayaan dari destinasi wisata akan semakin penting jika melihat pada *dark tourism destination* (Morten *et al.*, 2018). *Dark tourism* menjadi bagian dari *niche tourism*, yang dibangun berdasarkan premis bahwa kawasan bekas peperangan, lokasi bencana alam, atau peristiwa tragis lainnya akan memberikan pengalaman unik dengan mengenang kejadian di masa lalu (Proos & Hattingh, 2022). Destinasi wisata muncul di kawasan sekitar masyarakat yang juga dulunya mengalami fenomena yang sama dengan *dark tourism* yang dimunculkan. Proses pembangunan yang dilakukan seringkali hanya menekankan pada bagaimana destinasi wisata dapat muncul sebagai metode pelestarian dan interpretasi dari fenomena yang terjadi di wilayah bekas bencana (Maryanti *et al.*, 2021; Seraphin & Korstanje, 2021). Hal ini memunculkan problematika bahwa belum terukurnya dampak yang diberikan oleh *dark tourism destination* terhadap pemberdayaan masyarakat sekitarnya. Masyarakat sekitar destinasi wisata, terutama pada wilayah bekas bencana alam, perlu diberdayakan kembali melalui kehadiran destinasi wisata (Lin *et al.*, 2018; Seraphin & Korstanje, 2021). Eksplorasi pengukuran pemberdayaan masyarakat sekitar destinasi wisata menjadi fokus pada penelitian ini.

Pengukuran terhadap pemberdayaan masyarakat telah menjadi perhatian beberapa peneliti yang merupakan dampak dari kesadaran terhadap pembangunan keberlanjutan (Boley & McGehee, 2014). Sustainable tourism sendiri menjadi bagian penting pada poin SDGs 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi) dan berkontribusi pada SDGs 12 (pola produksi dan konsumsi yang bertanggungjawab). Dari penelitian yang telah dilakukan, terdapat sebuah pengukuran pemberdayaan masyarakat destinasi wisata, yaitu *Rural Empowerment of Tourism Scale* (RETS). Penggunaan RETS akan mengukur terhadap beberapa dimensi pemberdayaan: *psychological*, *social*, dan *political empowerment* (Boley *et al.*, 2015). Pengukuran menggunakan RETS telah dilakukan pada beberapa destinasi wisata. Perlu digarisbawahi bahwa belum ada penelitian yang mengadopsi pengukuran RETS pada *dark tourism destination*. Padahal, sebagai wilayah terdampak bencana, dampak pemberdayaan menjadi penting untuk masyarakat sekitar dapat menjadi berdaya kembali. Penelitian ini menetapkan objek penelitian *dark tourism destination* sebagai objek pengukuran terhadap RETS.

Dengan beberapa gap yang telah disebutkan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak pemberdayaan *dark tourism destination* pada masyarakat sekitar dengan menggunakan sample pada masyarakat dalam radius Gunung Merapi. Sample penelitian dipilih merepresentasikan warga yang terdampak bencana alam Gunung Merapi serta banyak bermunculan destinasi wisata baru pasca bencana Gunung Merapi. Jika instrument RETS dapat digunakan pada konteks *dark tourism destination*, maka akan memperkuat universalitas pengukuran RETS, terutama pada *dark tourism destination* yang menjadi fokus penelitian ini, serta menjawab pertanyaan pada penelitian ini apakah destinasi wisata yang dibangun di sekitar masyarakat terdampak bencana dapat memberdayakan warga sekitar.

Kajian Pustaka

Niche Tourism and Dark Tourism Destination

Berwisata telah menjadi bagian kebutuhan dari masyarakat modern saat ini, yang akibatnya menarik persaingan ketat di dalamnya. Destinasi wisata telah menjadi produk yang mengundang kompetisi di antara penyedia destinasi wisata. Mereka menyadari bahwa tidak setiap destinasi wisata akan menarik perhatian dari wisatawan (Page & Connell, 2020). Hal ini mendorong diciptakannya destinasi wisata yang bersifat *niche*, atau memenuhi ketertarikan pada audiens yang spesifik. Destinasi wisata bagi para wisatawan dilihat melalui pengalaman yang lebih bermakna sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka terkait berwisata (Febrian, 2022). Salah satu *niche* destinasi wisata adalah *dark tourism*, atau *thanatourism*, merupakan suatu peristiwa yang terjadi tidak hanya muncul sebagai tragedi dalam sejarah, namun sampai menyentuh dalam sisi emosional, sosial, dan politik (Becker, 2019). Esensi dari nostalgia dan edukasi sejarah menjadi bagian menarik dari *dark tourism destination*, menjadi bagian dari proses pelestarian tempat bersejarah (Ridzuan *et al.*, 2019). Destinasi wisata ini dapat didefinisikan sebagai aktivitas kunjungan pada situs yang berkaitan dengan tragedi dan bencana yang

menggabungkan antara aktivitas penringatan dan ekonomis (Chakraborty, 2023; Mokodongan & Masjhoer, 2023; Stone, 2022).

Perubahan selera wisatawan menjadi bagian penting dari daya tarik destinasi wisata yang bersifat *niche*. Pengunjung akan tertarik untuk mengunjungi destinasi wisata untuk menemukan, merasakan, berpartisipasi, mempelajari, hingga terlibat lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari suatu destinasi wisata (Brecko & Sklencar, 2020; Febrian, 2022). Perlu dipahami bahwa pasar dalam konteks destinasi wisata tidak semata-mata bersifat homogen dengan kebutuhan yang bersifat umum, namun memiliki kebutuhan spesifik yang bersifat individual, yang kemudian berdampak pada kualitas yang diberikan oleh produk destinasi wisata (Page & Connell, 2020). Walaupun bersifat *niche*, pasarnya dapat diasumsikan berada pada situasi dimana cukup besar bagi suatu bisnis untuk senantiasa beroperasi namun tidak begitu besar sehingga menarik kompetitor yang besar. *Niche tourism* berfokus pada pasar yang kecil dan spesifik (Febrian, 2022). Melihat dariacamata berbeda, *niche tourism* dapat dilihat sebagai suatu cara untuk menarik minat *high spending tourist*, yang melihat suatu produk menjadi mewah dibandingkan suatu bentuk produk yang bersifat *mass consumption*. Pilihan untuk menjadi *niche tourism* dapat memungkinkan destinasi wisata dijalankan secara kompetitif dalam pasar yang cenderung jenuh (Wu *et al.*, 2016). Hal ini yang memungkinkan *dark tourism destination* hadir sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat walaupun berada pada situasi yang *hypercompetitive*.

Eksistensi dari *dark tourism*, begitu juga dengan bentuk tourism lainnya, membuka kesempatan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat lokal melalui berbagai kesempatan lapangan pekerjaan (Proos & Hattingh, 2022; Ridzuan *et al.*, 2019). Kehadiran destinasi ini berdampak terhadap masyarakat lokal sekitar. yang diasosiasikan dengan kematian, tragedi, maupun bencana, ternyata memiliki *niche* audiensnya sendiri. Masyarakat sekitar akan memiliki berbagai persepsi akan kehadiran situs wisata ini, dimana sebagian akan melihatnya sebagai bagian pembangunan ekonomi, dan pihak lain akan merasakan ketidaknyamanan dari penggunaan lokasi yang merupakan titik tragedi (Panayidou *et al.*, 2024). *Dark tourism destination* dapat mendorong restorasi dari lokasi bersejarah sekaligus mengenalkan kultur lokal, berdampak pada penguatan identitas masyarakat (Slusariuc, 2018). Pada penelitian ini, destinasi wisata yang ada pada lokasi meletusnya Gunung Merapi menjadi *dark tourism destination* yang menjadi fokus pada penelitian ini.

Rural Empowerment dan RETS Framework

Tren pembangunan berkelanjutan saat ini seringkali mengangkat pemberdayaan dalam konsep *sustainable tourism*. Pemberdayaan menjadi bagian penting pada pembangunan suatu daerah, termasuk *rural area* (Ballesteros *et al.*, 2021; Gao *et al.*, 2019). Indonesia memiliki banyak *rural area* yang berpotensi dikembangkan melalui pendekatan destinasi wisata, menjadi alasan mengapa konsep “desa wisata” menjadi populer di Indonesia. *Rural area* pada penelitian ini adalah wilayah dengan kepadatan penduduk yang rendah (Putri *et al.*, 2022), yang pada wilayah Yogyakarta dikenal dengan nama kalurahan. Keunikan dari destinasi wisata yang ada pada pedesaan dapat menarik perhatian dari wisatawan untuk berkunjung (Iriani *et al.*, 2024). Tidak heran bahwa terdapat berbagai pilihan destinasi wisata yang tersebar pada 74.09% dari desa-desa yang ada di Indonesia, yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa (Badan Pusat Statistik, 2022). Hal ini menunjukkan peran destinasi wisata terhadap pemberdayaan suatu desa.

Ketika membahas mengenai *empowerment*, beberapa literatur telah berusaha mendefinisikan konsep ini. *Empowerment* dapat dipahami sebagai tingkatan yang lebih tinggi dimana partisipasi masyarakat tidak sekadar pada tahap perencanaan, namun juga pada tahap pengendalian. *Empowerment* dalam konteks masyarakat daerah destinasi wisata juga dapat diartikan sebagai tingkatan partisipasi warga dimana mereka menjadi agen perubahan, memiliki kemampuan dalam mencari solusi atas permasalahannya, mengambil keputusan, implementasi, hingga melakukan evaluasi. Keberadaan *tourism* pada suatu masyarakat dapat memberikan pemberdayaan dalam hal psikologis, sosial, ekonomi,

dan politik. Pemahaman ini yang kemudian membangun kerangka RETS, yang bertujuan untuk mengukur secara kuantitatif dampak destinasi wisata terhadap aspek psikologis, sosial, dan politik warga sekitar. Untuk aspek ekonomi tidak diukur dalam kerangka ini dengan argument bahwa pemberdayaan pada aspek ekonomi dapat diukur dari pertumbuhan pendapatan masyarakat dan dapat dilacak relatif mudah dibandingkan aspek non-ekonomis (Boley & McGehee, 2014).

RETS merupakan sebuah kerangka pengukuran untuk menilai persepsi masyarakat terhadap pemberdayaan psikologis, sosial, dan politis (Boley & McGehee, 2014). Pemberdayaan psikologis dalam konteks *tourism* merujuk pada ketika rasa bangga dan harga diri seseorang meningkat dikarenakan mereka meyakini dirinya spesial dan memiliki skill dan sumberdaya yang berharga untuk ditunjukkan kepada wisatawan. Pemberdayaan sosial dalam konteks *tourism* merupakan situasi ketika seseorang melihat komunitasnya menjadi lebih kohesif, semakin terhubung dalam bermasyarakat, dan semakin terhubung terhadap sesama warga. Pengukuran terhadap aspek ini berfokus pada bagaimana masyarakat menangkap apakah destinasi wisata menjadikan mereka lebih kohesif atau malah semakin menjauhkan satu sama lain. Pemberdayaan politik pada konteks *tourism* adalah bagaimana warga memiliki agency atau kontrol terhadap arah pengembangan destinasi wisata yang ada dalam komunitasnya. Bagian ini menggambarkan bagaimana masyarakat memiliki kemampuan untuk menentukan keputusan terkait pembangunan destinasi wisata dan menyalurkan perhatiannya terhadap destinasi wisata (Boley *et al.*, 2015).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed-method*, yang merupakan pendekatan yang seringkali digunakan pada penelitian terkait *tourism*. Pendekatan ini menjadi pilihan agar memudahkan bagi peneliti untuk menganalisis kesuksesan maupun kegagalan pada suatu objek *tourism* dalam konteks maupun situasi tertentu (Rachmawati, 2020). Pendekatan kuantitatif pada penelitian ini dapat dilihat dari proses mendapatkan jawaban dari responden terkait tingkatan *empowerment* yang dirasakan oleh warga sekitar *dark destination tourism*. Pendekatan kualitatif dapat dilihat pada *field observation* yang dilakukan peneliti, dilakukan dengan melakukan kunjungan pada destinasi wisata dan warga sekitar memberikan tambahan wawasan kontekstual melalui observasi.

Penelitian ini dilaksanakan pada wilayah destinasi wisata bekas terdampak bencana alam Gunung Merapi. Secara spesifik dilaksanakan di wilayah pemukiman di sekitar *dark tourism destination* di wilayah Gunung Merapi. Populasi penelitian ini adalah warga desa yang berada di sekitar destinasi wisata bekas letusan Gunung Merapi. Sampel penelitian didapatkan menggunakan teknik *purposive sampling*, yang mengambil sample berdasarkan kriteria: 1) merupakan warga di sekitar *dark tourism destination* sekitar Gunung Merapi, dan 2) mengetahui keberadaan *dark tourism destination*. Jumlah sampel penelitian adalah 215 responden.

Penelitian ini menggunakan metode survei untuk mendapatkan karakteristik responden terkait demografis, keterlibatan pada *dark tourism destination*, dan *empowerment* yang dirasakan dari *dark tourism destination*. Pernyataan yang didapatkan dari responden akan didasarkan dari kerangka RETS. Dari beberapa instrument pertanyaan yang diberikan, peneliti akan memodifikasi sesuai dengan konteks responden penelitian dan menyesuaikan penggunaan teks yang relevan.

Kuesioner penelitian akan terbagi dari 4 bagian. Bagian pertama berupa pertanyaan terkait karakteristik responden. Bagian kedua, ketiga, dan keempat secara berurutan memuat pertanyaan sesuai poin-poin instrument dimensi psikologis, sosial, dan politik. Pada bagian ini, digunakan skala Likert 1-5 untuk mengukur jawaban responden dengan mulai dari sangat tidak setuju (1) sampai sangat setuju (5). Item kuesioner dari kerangka RETS dapat dilihat pada tabel 1 yang diadopsi dari penelitian Boley & McGehee (2014) dan Boley *et al.* (2015). Data yang didapatkan kemudian dilakukan analisis menggunakan SPSS dan SEM AMOS untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Tabel 1. Item Kuesioner Kerangka RETS

Variabel	Items*
<i>Psychological Empowerment</i>	Destinasi wisata museum sisa hartaku ... • Membuat saya bangga menjadi warga di sekitar museum sisa hartaku • Membuat saya merasa special karena orang-orang berdatangan untuk melihat bagian spesial lingkungan saya • Membuat saya ingin memberitahu orang lain apa yang bisa didapatkan pada museum sisa hartaku • Mengingatkan saya bahwa saya punya keunikan di daerah saya tinggal untuk dibagikan kepada pengunjung • Membuat saya semakin giat berkontribusi untuk menjaga museum sisa hartaku tetap spesial
<i>Social Empowerment</i>	Destinasi wisata museum sisa hartaku ... • Membuat saya makin terhubung dengan masyarakat sekitar • Menumbuhkan “semangat kebersamaan” pada masyarakat saya • Menyediakan cara untuk semakin terlibat dengan masyarakat
<i>Political Empowerment</i>	Saya merasa... • Saya memiliki suara untuk menentukan arah pengembangan museum sisa hartaku • Saya dapat mengakses proses pengambilan keputusan terkait museum sisa hartaku • Suara saya dapat mempengaruhi bagaimana museum sisa hartaku akan dikembangkan • Saya punya saluran untuk menyampaikan perhatian saya terhadap pengembangan museum sisa hartaku

Diadopsi dari Boley & McGehee (2014) dan Boley *et al.* (2015).

Sumber: diolah peneliti

Hasil Penelitian

Kuesioner penelitian yang telah disebarkan pada responden di daerah sekitar destinasi wisata “museum sisa hartaku” mendapatkan sejumlah 215 responden penelitian. Hasil ini kemudian diolah untuk mendapatkan jawaban penelitian terkait dampak desa wisata terhadap warga sekitar. Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS dan SEM AMOS untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Karakteristik Responden

Hasil deskriptif dari responden penelitian dapat dilihat pada tabel 2. Dapat dilihat bahwa dari jenis kelamin responden didominasi oleh perempuan, dengan rata-rata usia responden berada pada usia sekitar 33 tahun. Untuk status pernikahan responden sebagian besar masih berstatus lajang. Responden sendiri walau tinggal di dekat destinasi wisata ada 17.7% yang belum mengunjungi destinasi wisata disebutkan. Banyak dari responden yang tinggal di dekat destinasi wisata dalam radius jarak 2 sampai 5 kilometer.

Tabel 2. Kesimpulan Deskriptif dari Sampel

Variabel	n	%
Jenis Kelamin (n=215)	Laki-laki	72 33.5
	Perempuan	143 66.5
Usia (M=33.5 tahun)	18-25	113 52.6
	26-35	31 14.4
	36-50	25 11.6
	>50	46 21.4
Status	Lajang	125 58.1
	Menikah	90 41.9
Pernah Mengunjungi Destinasi Wisata	Ya	177 82.3
	Tidak	38 17.7
Estimasi Jarak dari Destinasi Wisata (Km) (M=4.7 Km)	1 atau kurang dari 1	33 15.3
	2 sampai 5	112 52.1
	6 sampai 10	56 26.0
	Lebih dari 10	14 6.5

Sumber: diolah peneliti

Validity Test

Pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, RETS memiliki faktor-faktor yang perlu diuji untuk memastikan model yang dibuat telah ideal. Seperti yang dilakukan oleh (Boley *et al.*, 2015), ketiga faktor yang membangun RETS, yaitu psikologis, sosial, dan politis, diuji menggunakan pendekatan CFA pada data dari penduduk Indonesia.

Tabel 3. Analisis *confirmatory* pada item-item RETS

Variable	Items	LF	CR	AVE	PS	SC	PL
PS	PS1	0.738	0.837	0.507	0.712*		
	PS2	0.715					
	PS3	0.697					
	PS4	0.712					
	PS5	0.696					
SC	SC1	0.757	0.823	0.608	0.637	0.780*	
	SC2	0.822					
	SC3	0.759					
PL	PL1	0.896	0.919	0.791	0.405	0.425	0.889*
	PL2	0.959					
	PL3	0.806					

LF: loading factor; CR: composite reliability; AVE: average variance extracted

PS: psychological empowerment; SC: social empowerment; PL: political empowerment

*square root of AVE on diagonal

Sumber: diolah peneliti

Tabel 3 merupakan hasil pengujian *convergent validity* yang diuji *loading factor* setiap item, nilai AVE, dan reliabilitas *construct* pada penelitian (Hair *et al.*, 2014). Berdasarkan rekomendasi dari Hair *et al.* (2014), *loading factor* dari setiap item diharapkan memiliki nilai lebih dari 0.5 untuk menyatakan memenuhi *convergent validity*, dengan nilai AVE juga berada lebih dari 0.5. *Construct Reliability* (CR) merupakan bagian kriteron dari pengujian *convergent validity*, yang dilihat dengan nilai CR lebih dari 0.7 untuk dinyatakan memiliki *internal consistency*. Berdasarkan tabel 2, semua item pengukuran dari ketiga variabel memiliki nilai lebih dari 0.5, dengan nilai paling rendah 0.696 dan nilai paling tinggi 0.959. Nilai AVE dari ketiga variabel konstruk RETS memiliki nilai diatas 0.5, dengan pemberdayaan psikologis memiliki nilai AVE 0.507, pemberdayaan sosial dengan nilai AVE 0.608, dan nilai

pemberdayaan politis dengan nilai AVE 0.791. Kemudian melihat pada nilai CR dari masing-masing variabel memiliki nilai diatas 0.7, dengan pemberdayaan psikologis memiliki nilai CR 0.837, pemberdayaan sosial memiliki nilai CR 0.823, serta pemberdayaan politis memiliki nilai CR 0.919. Nilai diagonal dari AVE digunakan untuk menguji validitas diskriminan. Berdasarkan Fornell and Lacker nilai *square root* AVE lebih besar daripada nilai non-diagonal, menunjukkan kesesuaian dengan kriteria Fornel and Larcker. Berdasarkan hasil yang didapatkan pada pengujian *loading factor*, AVE dan juga CR menunjukkan bahwa skala RETS yang digunakan pada konteks data penduduk Indonesia dalam pengukuran persepsi pemberdayaan dari destinasi wisata memiliki *convergent validity* dan baik.

Penelitian ini melakukan pengujian *nomological validity*, yang merupakan pengujian untuk mengidentifikasi konstruk yang digunakan memiliki korelasi terhadap konstruk lain sesuai dengan teori (Hair *et al.*, 2019). Pengujian ini memastikan bahwa konstruk yang digunakan sesuai dengan pengukuran yang diharapkan oleh teori (Boley & McGehee, 2014), yang hasilnya dapat dilihat pada *appendix 1*. Korelasi dinyatakan signifikan ketika memiliki nilai 0.01 di antara ketiga konstruk yang ditentukan pada penelitian ini, yang dengan melihat pada hasil di tabel 3, dapat dinyatakan memiliki validitas nomologis. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, pengujian validitas dari instrument RETS yang diuji pada konteks masyarakat Indonesia dapat digunakan untuk pengukuran persepsi warga pada *psychological*, *social*, dan *political empowerment* melalui destinasi wisata di sekitarnya.

Pengujian *model fit* dilakukan dengan melihat beberapa kriteria-kriteria *goodness-of-fit* yang ada pada SEM-AMOS (Hair *et al.*, 2014). Pada penelitian ini dilakukan pengujian *model fit* dengan melihat kriteria CMIN/DF, GFI, AGFI, CFI, dan RMSEA. Pada pengujian CMIN/DF diharapkan memiliki nilai dibawah 3 untuk dikatakan *acceptable fit* dan dibawah 0.5 untuk *reasonable fit*. Nilai GFI dan AGFI dapat dinyatakan *acceptable fit* dengan nilai lebih dari 0.9, serta nilai CFI diatas 0.9 untuk *acceptable fit*. Penelitian ini menunjukkan bahwa model fit berada pada level *acceptable fit* dengan nilai CMIN/DF 3.162, GFI 0.895, AGFI 0.831, CFI 0.917, serta RMSEA 0.101. Disimpulkan bahwa *model fit* penelitian ini dapat diterima untuk digunakan dalam pengukuran RETS sesuai tujuan penelitian.

Field Observation Results

Melalui observasi yang dilakukan oleh peneliti dalam kunjungan ke destinasi wisata dan warga lokal, didapatkan respon masyarakat lokal terkait dua gagasan utama, yaitu bagaimana persepsi mereka terhadap destinasi wisata dan bagaimana dampak yang dirasakan dari destinasi wisata terhadap mereka sebagai masyarakat. Hasil observasi dapat dilihat pada *appendix 2* dan *appendix 3*.

Masyarakat sekitar destinasi wisata mengekspresikan berbagai persepsi dari keberadaan destinasi wisata. Beberapa responden menyatakan tentang keindahan alam dari destinasi wisata dengan beberapa kata kunci "asri", "bersih", "sejuk", dan "menyegarkan". Masyarakat juga menyatakan destinasi wisata sebagai objek yang mampu memberikan nilai kultural dan sejarah, mengingatkan dengan fenomena letusan gunung Merapi. Dampak terhadap penambahan ekonomi juga menjadi perhatian dengan masyarakat menyebutkan aktivitas-aktivitas terkait peluang bisnis dan kegiatan bisnis berbasis jasa seperti supir jeep yang menjadi wahana favorit sekitar destinasi wisata. Dalam aspek aksesibilitas dan manajerial masyarakat menyebutkan sebagai tantangan seperti dengan menggunakan kata kata "kurang manajemen", "manajemen yang lemah" dan "ramai di saat-saat tertentu saja". Beberapa pernyataan ini tercermin dari jawaban-jawaban responden yang telah dikategorikan pada *appendix 2*.

Masyarakat sekitar destinasi wisata mengekspresikan berbagai persepsi dari keberadaan destinasi wisata. Beberapa responden menyatakan tentang keindahan alam dari destinasi wisata dengan beberapa kata kunci "asri", "bersih", "sejuk", dan "menyegarkan". Masyarakat juga menyatakan destinasi wisata sebagai objek yang mampu memberikan nilai kultural dan sejarah, mengingatkan dengan fenomena letusan gunung Merapi. Dampak terhadap penambahan ekonomi juga menjadi perhatian dengan masyarakat menyebutkan aktivitas-aktivitas terkait peluang bisnis dan kegiatan bisnis berbasis jasa seperti supir jeep yang menjadi wahana favorit sekitar destinasi wisata. Dalam aspek aksesibilitas dan manajerial masyarakat menyebutkan sebagai tantangan seperti dengan menggunakan kata kata "kurang manajemen", "manajemen yang lemah" dan "ramai di saat-saat tertentu saja". Beberapa pernyataan ini tercermin dari jawaban-jawaban responden yang telah dikategorikan pada *appendix 2*.

Appendix 3 menampilkan persepsi dampak yang dirasakan oleh masyarakat, yang telah diklasifikasikan menggunakan kategori dari kerangka RETS. Dapat dilihat bahwa dari destinasi wisata yang ada di sekitar mereka, masyarakat menyatakan mereka menjadi lebih bangga dan termotivasi dalam menjaga lingkungan mereka yang menjadi bagian dari destinasi wisata itu sendiri. Masyarakat juga menyatakan mereka menjadi lebih kohesif karena lebih kompak. Pada aspek politis, mereka menyatakan manajemen saat ini kurang baik, dan muncul keterbatasan akses pada masyarakat dalam aspek manajemen destinasi wisata

Pembahasan

Destinasi wisata pada suatu daerah telah dianggap sebagai bagian penting dari pembangunan suatu desa (Basuki *et al.*, 2023; Gunawan & Yunita, 2018). Hal ini diperkuat dengan bagaimana tren desa wisata tumbuh sebagai bagian untuk kesejahteraan masyarakat desa. Pertumbuhan tren ini perlu didukung dengan metode pengukuran bagaimana dampak destinasi wisata terhadap suatu wilayah. *Rural Empowerment of Tourism Scale* (RETS) hadir sebagai salah satu pendekatan untuk mengukur bagaimana dampak pemberdayaan yang diberikan suatu destinasi wisata pada masyarakat di sekitarnya (Boley & McGehee, 2014). Penelitian ini berupaya menguji secara empiris bagaimana dampak destinasi wisata pada konteks masyarakat Indonesia, yang pada sampel penelitian ini, berada pada wilayah dekat destinasi wisata “museum sisa hartaku”, sebagai salah satu destinasi wisata yang tumbuh pasca insiden letusan gunung Merapi, menjadi beberapa destinasi wisata yang ada dapat dikategorikan sebagai *dark tourism*.

Sebagai bentuk dari *dark tourism*, destinasi wisata diharapkan mampu memberikan efek pemberdayaan. Pemberdayaan yang diukur pada penelitian ini ditinjau dari 3 variabel sesuai dengan pengukuran RETS, yaitu *psychological*, *social*, dan *political*. Ketiga hal ini berkaitan dengan penguatan daya masyarakat untuk menjadi masyarakat yang sejahtera. Pada pengujian validitas dari pengukuran RETS pada konteks masyarakat Indonesia dalam radius sekitar Gunung Merapi, ditemukan bahwa kerangka RETS valid untuk mengukur apa yang diukur sesuai teori terkait.

Hasil dari pengukuran RETS pada masyarakat di sekitar *dark tourism* memberikan insight menarik, berdasarkan ketiga variabel RETS. Pertama, pada variabel *psychological empowerment* hasil menunjukkan nilai rata-rata mulai dari 3.85-4.08 untuk setiap item variabel. Hasil ini menunjukkan bahwa masyarakat setuju terhadap adanya dampak pemberdayaan pada aspek *psychological* dari *dark tourism* di sekitarnya. Pada bagian ini memastikan bagaimana warga memiliki kebanggaan, merasa spesial menjadi bagian dari masyarakat sekitar destinasi wisata dan aktif mempromosikan, memahami keunikannya, serta aktif dalam berkontribusi pada destinasi wisata agar tetap spesial. Kehadiran *dark tourism* kuat kaitannya dengan melestarikan nilai-nilai unik pada destinasi wisata tersebut, yang dapat berupa upaya melestarikan nilai daerah setempat yang terdampak oleh bencana, ataupun berupaya menghadirkan nilai unik dari bencana yang hadir di wilayah tersebut (Kunwar & Karki, 2019). Sebagai pihak yang terlibat langsung, warga sekitar *dark tourism destination* menginternalisasi nilai tersebut dan mengadopsi hal tersebut sebagai keunikan dari masyarakat. Di saat mereka beraktivitas di daerah tersebut, mereka mampu menyuarakan keunikan tersebut, dan nilainya akan lebih kuat jika disampaikan oleh masyarakat sekitar (Morten *et al.*, 2018). Perilaku ini muncul khususnya pada mereka yang melakukan aktivitas ekonomis di destinasi wisata, dan pernah mengunjungi destinasi wisata terutama sebagai bagian dari wisatawan lokal.

Kedua, pada variabel *social empowerment* hasil menunjukkan nilai 3.84-3.66 pada rata-rata nilai item variabel. Nilai rata-rata ini memberikan penilaian bahwa masyarakat setuju terdapat dampak pemberdayaan sosial dari *dark tourism* di sekitar masyarakat. Melalui variabel ini dapat diketahui bagaimana masyarakat menjadi lebih dekat, memiliki semangat kebersamaan, dan memiliki wadah untuk semakin terlibat dengan sesama warga di lingkungannya. Kehadiran destinasi wisata memberikan jembatan bagi warga untuk semakin terhubung satu sama lain. Selain sebagai warga desa tersebut, mereka memiliki identitas baru yaitu sebagai saksi yang dekat dari fenomena yang ingin ditangkap oleh

dark tourism destination. Hal ini akan semakin kuat jika warga memang terlibat dalam aktivitas kelompok, baik formal maupun non formal, di wilayah sekitar destinasi wisata, apakah aktivitas itu berkaitan dengan aktivitas yang bernilai ekonomis maupun sekedar aktivitas sosial saja (Boley *et al.*, 2015). Kesempatan ini terutama relevan jika dikaitkan dari bagaimana responden yang didominasi oleh usia dewasa muda yang masih memiliki kebiasaan untuk melakukan kegiatan bersama.

Ketiga, pada variabel *political empowerment* hasil menunjukkan nilai 3.06-3.17 untuk hasil rata-rata setiap item, yang menunjukkan bahwa masyarakat sekitar *dark tourism* menilai ragu-ragu jika ada dampak pemberdayaan politis terhadap mereka dari *dark tourism*. Hasil ini menarik karena menjadi satu-satunya variabel pemberdayaan yang masyarakatnya ragu apakah memberikan pengaruh terhadap mereka. Pemberdayaan ini berkaitan dengan bagaimana warga memiliki suara dan daya untuk menentukan arah dari destinasi wisata. Keraguan ini menunjukkan bahwa tidak semua warga merasa memiliki daya untuk memberikan arah pada destinasi wisata akan dibangun sesuai pendapat mereka. Beberapa warga mungkin beraktifitas di sekitar destinasi wisata dengan motif mendapatkan keuntungan ekonomi, atau sekedar tinggal dalam radius destinasi wisata. Namun tidak semua benar-benar terlibat, atau bahkan beberapa destinasi wisata memang dikelola dari pihak luar masyarakat (Ranasinghe & Pradeepamali, 2019). Sehingga untuk pemberdayaan yang berkaitan dengan daya politis warga, mulai muncul keraguan pada diri mereka.

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat dilihat bahwa rekomendasi manajerial terhadap keberadaan destinasi *dark tourism* yang ada di sekitar warga. Destinasi wisata perlu memastikan sebuah interaksi antara fasilitas yang ada yang mampu mengakomodir interaksi antara masyarakat sekitar dan warga sekitar sebagai bagian dari saksi sejarah dan peristiwa. Perlu dicari berbagai kesempatan bagaimana masyarakat sekitar dapat membagikan opininya terhadap pengembangan destinasi wisata untuk meningkatkan pemberdayaan politis dari destinasi wisata. Terutama dengan memahami bahwa kultur masyarakat yang mudah sungkan untuk berpartisipasi secara terbuka.

Kesimpulan, Keterbatasan Penelitian, dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Destinasi wisata menjadi bagian penting bagi pertumbuhan desa, terutama *dark tourism destination* yang hadir sebagai destinasi pada wilayah pasca bencana. Pemberdayaan masyarakat oleh destinasi wisata dapat diukur menggunakan pendekatan RETS, yang mengukur 3 variabel pemberdayaan: psikologis, sosial, dan politis. Dari hasil penelitian ini, ditemukan bahwa pada masyarakat di sekitar *dark tourism destination* di wilayah Yogyakarta, terutama pada radius Gunung Merapi, masyarakat merasa setuju telah terberdayakan pada aspek *psychological* dan *social*, namun ragu memiliki dampak terhadap mereka pada aspek *political*. Mereka setuju bahwa mereka menjadi spesial, memiliki kebanggaan, dan semakin dekat terhadap warga sekitar berkat adanya *dark tourism destination*, namun tidak yakin memiliki daya untuk menentukan arah dari *dark tourism destination* yang ada di sekitarnya. Hal ini dapat menjadi perhatian bahwa walaupun *dark tourism destination* memiliki dampak terhadap warga sekitar, perlu ada upaya untuk melibatkan warga sekitar dalam menentukan arah pertumbuhan *dark tourism destination* untuk menumbuhkan daya politis mereka.

Dengan hasil yang diberikan oleh penelitian ini, terdapat beberapa batasan yang dapat menjadi perhatian pada peneliti selanjutnya. Pertama, objek *dark tourism destination* pada penelitian ini hanya mengambil pada bencana yang muncul akibat fenomena alam. Menambah varian terhadap *dark tourism* yang muncul dari aktivitas manusia dapat membantu generalisasi instrument RETS, seperti destinasi wisata berkaitan dengan lokasi peperangan atau bencana akibat kelalaian manusia, yang terdapat pada beberapa titik di Indonesia. Kedua, persebaran radius responden yang terlalu luas. Disadari ternyata terdapat responden yang menilai suatu destinasi wisata yang secara wilayah masih relevan dengan status kependudukannya, namun ternyata ada destinasi wisata yang tidak disadari lebih dekat dengan mereka. Hasil respon bisa jadi memiliki perbedaan jika proses limitasi radius dilakukan.

Pernyataan Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan dalam penelitian ini. Seluruh proses penelitian dan penulisan artikel ini dilakukan secara independen, tanpa adanya kepentingan pribadi, komersial, atau institusional yang dapat memengaruhi hasil atau interpretasi dari penelitian ini.

Daftar Pustaka

Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Potensi Desa Indonesia 2021*.

Ballesteros, D., Caldevilla, P., Vila, R., Barros, X. C., & Alemparte, M. (2021). Linking Geoheritage and Traditional Architecture for Mitigating Depopulation in Rural Areas: the Palaeozoic Villages Route (Courel Mountains UNESCO Global Geopark, Spain). *Geoheritage*, 13(3), 63. <https://doi.org/10.1007/s12371-021-00590-8>

Basuki, R., Wonoseputro, C., & Tarigan, Z. J. H. (2023). The effect of tourism village development project on economic sustainability through tourism villages based on natural and cultural potentials. *Journal of Project Management*, 8(2), 133–140. <https://doi.org/10.5267/j.jpm.2022.11.001>

Becker, A. (2019). Dark tourism: The “heritagization” of sites of suffering, with an emphasis on memorials of the genocide perpetrated against the Tutsi of Rwanda. *International Review of the Red Cross*, 101(910), 317–331. <https://doi.org/10.1017/S181638311900016X>

Bestaeva, S. (2022). The Role of Rural Tourism in the Development of Economically Backward Regions, the Example of Georgia. *European Scientific Journal ESJ*, 7(1). <https://doi.org/10.19044/esipreprint.7.2022.p462>

Boley, B. B., Maruyama, N., & Woosnam, K. M. (2015). Measuring empowerment in an eastern context: Findings from Japan. *Tourism Management*, 50, 112–122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.01.011>

Boley, B. B., & McGehee, N. G. (2014). Measuring empowerment: Developing and validating the Resident Empowerment through Tourism Scale (RETS). *Tourism Management*, 45, 85–94. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.04.003>

Brecko, Y., & Sklencar, P. (2020). The Transformation Of Aspirations And The Behavior Of Modern Tourists. *Materials Of The International Scientific And Practical Conference*, 55–59. <https://doi.org/10.31617/k.knute.2020-06-01.05>

Chakraborty, O. (2023). Dark Tourism: A Novel Trending Sector in Tourism – A Study in the Indian Subcontinent. In *Exploring Niche Tourism Business Models, Marketing, and Consumer Experience* (pp. 158–186). <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-7242-2.ch007>

Febrian, F. (2022). Targeting Niche Tourism Using Niche Media: Expanding the Media in a Digital Era towards the Hashtag Generation. *The 5th International Conference on Vocational Education Applied Science and Technology 2022*, 39. <https://doi.org/10.3390/proceedings2022083039>

Gao, C., Cheng, L., Iqbal, J., & Cheng, D. (2019). An Integrated Rural Development Mode Based on a Tourism-Oriented Approach: Exploring the Beautiful Village Project in China. *Sustainability*, 11(14), 3890. <https://doi.org/10.3390/su11143890>

- Gong, J., Detchkhajornjaroen Sri, P., & Knight, D. W. (2019). Responsible tourism in Bangkok, Thailand: Resident perceptions of Chinese tourist behaviour. *International Journal of Tourism Research*, 21(2), 221–233. <https://doi.org/10.1002/jtr.2256>
- Gunawan, W., & Yunita, D. (2018). Village Tourism Development With Sharing Grants Model The Solution To Promote Village Sovereignty. *Jurnal Community*, 1(1). <https://doi.org/10.35308/jcpds.v1i1.200>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., Gabriel, M. L. D. da S., & Patel, V. K. (2014). AMOS Covariance-Based Structural Equation Modeling (CB-SEM): Guidelines on Its Application as a Marketing Research Tool. *Brazilian Journal of Marketing*, 13(2), 44–55. <https://doi.org/10.5585/remark.v13i2.2718>
- Iriani, S. S., Nuswantara, D. A., Sukardani, P. S., Kartika, A. D., Nugrohoseno, D., Junianta, R. D., & Run, P. (2024). Stand out among others: Utilizing green marketing strategy to achieve competitive advantage on Tourism Villages. *E3S Web of Conferences*, 568. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202456804030>
- Kunwar, R. R., & Karki, N. (2019). Dark Tourism: Understanding the Concept and Recognizing the Values. *Journal of APF Command and Staff College*, 2(1), 42–59. <https://doi.org/10.3126/japfcsc.v2i1.26731>
- Lin, Y., Kelemen, M., & Tresidder, R. (2018). Post-disaster tourism: building resilience through community-led approaches in the aftermath of the 2011 disasters in Japan. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(10), 1766–1783. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1511720>
- Maryanti, S., Netrawati, I. G. A. O., Suastina, I. G. P. B., Sukmana, F. H., & Martini, D. (2021). Post-Disaster Mitigation and Recovery in Tourism Destinations: Learning from The Lombok Earthquake. *International Journal of Scientific Research in Science and Technology*, 571–584. <https://doi.org/10.32628/IJSRST218297>
- Mokodongan, T., & Masjhoer, J. M. (2023). Mount Kelud in Dark Tourism Ethical Perspective. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 17(1), 1–11. <https://doi.org/10.47608/jki.v17i12023.1-11>
- Morten, R., Stone, P. R., & Jarratt, D. (2018). Dark Tourism as Psychogeography: An Initial Exploration. In *The Palgrave Handbook of Dark Tourism Studies* (pp. 227–255). Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/978-1-137-47566-4_10
- Page, S. J., & Connell, J. (2020). Marketing tourism destinations. In *Tourism* (pp. 325–352). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003005520-18>
- Panayidou, C., Christou, P., & Saveriades, A. (2024). Dark tourism development in a leisure destination: the perceptions of the local community in Cyprus. *Journal of Heritage Tourism*, 19(6), 861–879. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2024.2328721>
- Park, J., Zou, S., & Soulard, J. (2024). Transforming rural communities through tourism development: an examination of empowerment and disempowerment processes. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(4), 835–855. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2178446>
- Proos, E., & Hattingh, J. (2022). Dark tourism: Growth potential of niche tourism in the Free State Province, South Africa. *Development Southern Africa*, 39(3), 303–320. <https://doi.org/10.1080/0376835X.2020.1847636>

- Putri, L. P., Russell, D. J., O'Sullivan, B. G., Meliala, A., & Kippen, R. (2022). A critical review of definitions of rural areas in Indonesia and implications for health workforce policy and research. *Health Research Policy and Systems*, 20(1), 46. <https://doi.org/10.1186/s12961-022-00847-w>
- Rachmawati, E. (2020). Tourism and community empowerment at Gunung Leuser National Park, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 528(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/528/1/012001>
- Ranasinghe, R., & Pradeepamali, J. (2019). Community Empowerment and their Support for Tourism Development: an Inquiry based on Resident Empowerment through Tourism Scale. *Journal of Tourism and Services*, 10(19), 55–76. <https://doi.org/10.29036/jots.v10i19.96>
- Rasyid, M., Makhfudhah, N. I. N., Cahyono, J. P., & Kristina, A. (2024). Impact of Tourism on Poverty Reduction: Strategies to Achieve Sustainable Development Goals Through Local Community Participation. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 5(2), e02959. <https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v5.n02.pe02959>
- Ridzuan, H. I., Hamed, M. K., Omar, S. I., & Caesarina, I. (2019). *The Potentials Of Dark Tourism In Banda Aceh, Indonesia*. 699–707. <https://doi.org/10.15405/epms.2019.12.70>
- Seraphin, H., & Korstanje, M. E. (2021). Neither Passive nor Powerless: Reframing Tourism Development in a Postcolonial, Post-conflict and Post-disaster Destination Context. In *Progress in Ethical Practices of Businesses* (pp. 117–135). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-60727-2_7
- Slusariuc, G. C. (2018). Rural Tourism an Opportunity For Development. *Revista de Turism: Studii Si Cercetari in Turism*, 26, 1–17. <https://doi.org/10.1080/15022250.2017.1287002>
- Stone, P. R. (2022). Atlas of Dark Destinations—Explore the World of Dark Tourism by Peter Hohenhaus. *Journal of Scientific Exploration*, 36(2), 325–326. <https://doi.org/10.31275/20222609>
- Tarlow, P. (2005). Dark tourism— The appealing dark side of tourism and more. In *Niche Tourism Contemporary issues, trends and cases* (1st ed., Vol. 1, pp. 47–58). Elsevier.
- Wani, M. D., Dada, Z. A., & Shah, S. A. (2024). The impact of community empowerment on sustainable tourism development and the mediation effect of local support: a structural equation Modeling approach. *Community Development*, 55(1), 50–66. <https://doi.org/10.1080/15575330.2022.2109703>
- Wiweka, K., Setiawan, B., Wachyuni, S. S., & Adnyana, P. P. (2020). Local Perspective of Community Participation in Lake Toba as a Tourism Destination. *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews*, 7(1), 87–94. <https://doi.org/10.18510/ijthr.2020.7110>
- Wu, C. H., Ho, G. T. S., Lam, C. H. Y., Ip, W. H., Choy, K. L., & Tse, Y. K. (2016). An online niche-market tour identification system for the travel and tourism industry. *Internet Research*, 26(1), 167–185. <https://doi.org/10.1108/IntR-08-2014-0204>

Appendix

Appendix 1. Korelasi antar Konstruk

	PS	SC	PL
Psychological	1	0.473**	0.332**
Social	0.473**	1	0.398**
Political	0.332**	0.398**	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: diolah peneliti

Appendix 2. Persepsi Masyarakat terhadap Destinasi Wisata

Tema	Deskripsi	Jawaban Responden
Keindahan alam	Apresiasi terhadap nilai estetika dan lingkungan destinasi	"Sangat asri, indah, dan cocok untuk refreshing"; "Suasana sekitar terada menyegarkan"; "Asri, bersih, dan sejuk"
Nilai Kultural dan Sejarah	Menghubungkan warga dengan peristiwa yang terjadi	"Mengingatkan akan dahsyat letusan Gunung Merapi 2010"
Keuntungan Ekonomis	Kesempatan dalam meningkatkan pendapatan dan berbisnis	"Sangat membantu perekonomian warga"; "Para suami bisa menjadi supir jeep, ibu-ibu bisa berjualan"; "Menurunkan angka pengangguran"
Aksesibilitas dan Manajerial	Akses terhadap lokasi dan proses manajerial	"Kurangnya pengelolaan yang baik"; "Ramai hanya saat peak season"; "Bagus, cuman karena terpencil jadi jarang orang kesana."

Sumber: diolah peneliti

Appendix 3. Persepsi Dampak Destinasi Wisata Terhadap Masyarakat

Kategori	Deskripsi	Jawaban Responden
Psikologis	Rasa bangga, motivasi, dan harapan	"Melestarikan budaya dan kearifan lokal", "Memberi ketenangan di tengah hiruk pikuk pekerjaan"; "Membuat semangat masyarakat menjaga lingkungan"
Sosial	Kohesi dalam masyarakat, reputasi, dan menjaga nilai kultur	"Mendatangkan budaya luar, ada positif dan negatifnya", "Membuat masyarakat lebih kompak"; "Dapat menjalin kerukunan antar masyarakat"
Politis	Keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan	"Kurangnya pengelolaan yang baik"; "Ramai hanya saat peak season"; "Kesadaran masyarakat masih rendah dalam menaati aturan"

Sumber: diolah peneliti