



POTENSI WISATA MISTIK DI KOTA YOGYAKARTA (Studi Pada Komunitas Dark Tourism Kerabat Keliling Jogja)

Teti Safari¹, Yulianto², Andreas Ario Budi Prasetyo Utoma³
Amayo¹, UBSI Kota Yogyakarta², BPPD Provinsi Maluku Utara³
Email : tetisafari@gmail.com¹, Yulianto.ylt@bsi.ac.id², Ranggabhumi90@gmail.com³

Abstrak

Potensi Wisata Mistik Di Kota Yogyakarta (Studi Pada Komunitas Dark Tourism Kerabat Keliling Jogja)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Potensi Wisata Mistik Di Kota Yogyakarta (Studi Pada Komunitas *Dark Tourism* Kerabat Keliling Jogja). Subyek penelitiannya adalah perilaku, persepsi motivasi, secara *holistic*. Metode penelitian menggunakan teknik cuplikan. Sampel dalam penelitian ini yaitu anggota inti KDT-KKJ dan *dark tourism*. 1). Konsep Wisata Mistik merupakan sebuah kata kunci yang menimbulkan rasa penasaran serta ketertarikan. Hal tersebut merupakan hal yang melatarbelakangi pembuatan sebuah konsep wisata alternative yang terjangkau untuk kalangan pelajar dan mahasiswa. 2). Potensi Wisata Mistik di Kota Yogyakarta banyak mengundang banyak peminat, ketika para peserta bisa melihat sesuatu yang benar – benar diluar nalar manusia yakni melihat sebuah sejarah yang pernah terjadi dengan mata kepala mereka sendiri, peserta yang sudah dibuka mata bathin nya menjadi peka dan bisa melihat penampakan hantu, 3). Faktor – faktor pendukung dan penghambat, Konsekuensi adalah pembangunan fasilitas penunjang yang memadai serta tujuan tempat wisata yang menarik. Dan faktor penghambat adanya keterbatasan waktu, peserta yang akan dibukakan mata batinnya karena menimbulkan resiko besar bagi orang tersebut.

Kunci : Wisata Mistik, Konsep Wisata Mistik, Komunitas Dark Tourism

Abstract

The Potential of Mystical Tourism in the City of Yogyakarta (Study on the Dark Tourism Community of Relatives of Yogyakarta)

The purpose of this study was to determine the Potential of Mystical Tourism in the City of Yogyakarta (Study on the Dark Tourism Community of Roving Relatives of Jogja). The research subject is behavior, perception of motivation, holistically. The research method uses the sampling technique. The samples in this study were the core members of KDT-KKJ and dark tourism. 1). The concept of Mystical Tourism is a keyword that creates curiosity and interest. This is the reason behind the creation of an affordable alternative tourism concept for students. 2). The potential of mystical tourism in the city of Yogyakarta invites many enthusiasts, when participants can see something that is truly beyond human reason, namely seeing a history that has happened with their own eyes, participants who have opened their inner eyes become sensitive and can see appearances. ghost, 3). Supporting and inhibiting factors, Consequences are the construction of adequate supporting facilities and attractive tourist destinations. And the inhibiting factor is the limited time, the participant's inner eyes will be opened because it poses a big risk for that person.

Key : Mystical Tourism, Mystical Tourism Concept, Dark Tourism Community

PENDAHULUAN

Peningkatan industri pariwisata dari tahun ke tahun memunculkan beberapa wisata baru yang kreatif dalam rangka menarik minat wisatawan sebanyak-banyaknya untuk berkunjung ke negaranya, salah satunya adalah pariwisata yang berhubungan dengan sejarah kelam, kematian dan bencana alam yang (bahkan) sudah menjadi legenda atau cerita-cerita rakyat (*urban legend*) yang dituturkan dari generasi satu ke generasi lainnya. Kegiatan wisata ini dinamakan dengan *dark tourism*.

Kata *dark tourism* sendiri pertama kali dicetuskan pada tahun 1996 yang kemudian dipertegas oleh buku karangan dari Profesor Malcolm Foley dan John Lennon dari Glasgow Caledonian University dengan judul yang sama "*Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster*". *Dark Tourism* adalah perjalanan wisata ke tempat-tempat yang pernah terjadi peristiwa-peristiwa kematian atau bencana (Stone:2005). *Dark Tourism* jika diartikan secara langsung adalah pariwisata gelap, akan tetapi dark disini mewakili kata gelap dimana maksudnya adalah sisi gelap perbuatan manusia antara lain bencana dan kematian. Contoh tempat yang merupakan lokasi *dark tourism* di antaranya yang paling terkenal yaitu *Holocaust* di Polandia, *Killing Field* di Kamboja dan *Ground Zero* di Amerika Serikat. *Holocaust* merupakan sebuah peristiwa pembantaian jutaan bangsa Yahudi yang dilakukan oleh Nazi pada masa sekitar Perang Dunia II. Salah satu kamp pembantaian yang paling terkenal adalah di Auschwitz-Birkenau, Polandia. *Killing Field* atau dalam Bahasa Indonesia adalah ladang pembunuhan merupakan nama sebuah tempat di Desa Cheoung Ek, di Kota Phnom Pen, Kamboja dimana para penduduk Kamboja dibunuh secara massal saat rezim Pol Pot berkuasa sekitar tahun 1975-1979. *Ground Zero* merupakan lokasi bekas menara kembar *World Trade Centre* di New York, Amerika Serikat yang hancur setelah ditabrak 2 pesawat yang dikuasai teroris.

Kaitannya dengan *dark tourism*, kenangan pengalaman yang diperoleh wisatawan berbeda dengan kenangan ketika berwisata ke tempat-

tempat yang indah seperti pantai dan alam pegunungan karena dalam *dark tourism* kenangan yang diperoleh adalah biasanya keseraman. Bagi wisatawan yang menyukai hal-hal yang terkait dengan keseraman dan pengalamannya sesuai dengan harapannya, kemungkinan ia akan berwisata kembali.

Saat ini, kegiatan wisata mistik sudah dilakukan oleh sebuah komunitas bernama Komunitas *Dark Tourism* Kerabat Keliling Jogja, selanjutnya disebut KDT-KKJ, yang pada awalnya ada karena ketertarikan akan bidang sejarah dan kemudian berkembang dengan mengkaitkan cerita sejarah dengan dunia mistik/metafisik melalui metode *retrocognisi*. Sebenarnya komunitas ini lebih cenderung sebagai komunitas praktisi wisata mistik akan tetapi nama "wisata mistik" sudah dipergunakan oleh komunitas lain, salah satunya Komunitas Wisata Mistis Bandung, dan untuk menghindari kesan yang terlalu 'klenik' sehingga komunitas ini lebih memilih istilah *dark tourism* dari pada wisata mistik.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Potensi Wisata

Potensi merupakan daya tarik, keunikan, kekuatan yang dimiliki oleh suatu obyek yang memungkinkan untuk dikembangkan (KBBI). Artinya segala sesuatu yang berguna untuk pengembangan pariwisata. Bisa juga dikatakan sebagai suatu aset yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata atau obyek wisata yang dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi dengan tidak mengesampingkan aspek sosial budaya (Yoeti, 2010). Jadi dapat disimpulkan bahwa potensi itu merupakan sesuatu yang memiliki peluang untuk dikembangkan agar mampu menjadi lebih besar atau berhasil atau bahkan lebih dikenal.

a. Potensi Wisata

Potensi wisata adalah segala macam bentuk sumber daya yang terdapat di suatu daerah tertentu yang bisa diramu dan dikembangkan menjadi suatu aneka atraksi wisata. (Pendit, 1999)

b. Potensi Produk Wisata

Berpegang pada uraian di atas mengenai arti potensi, berarti potensi wisata dapat dikatakan sebagai sebuah produk wisata yang memiliki peluang untuk dikembangkan dan berkembang. Ia memiliki sumber daya. Soekadijo mengatakan (dalam Warpani, 2007) bahwa potensi pariwisata merupakan suatu modal yang nantinya menjadi daya tarik dan dikembangkan menjadi atraksi wisata.

Ada 4 (empat) jenis potensi pariwisata (Pitana dan Diarta, 2009), yaitu :

- 1) Potensi alam,, meliputi alam fisik seperti gua, sungai, danau, topografi, fauna dan flora
- 2) Potensi kebudayaan, meliputi adat istiadat dan segala kebiasaan yang hidup di tengah – tengah masyarakat seperti upacara ngaben di Bali
- 3) Potensi manusia, maksudnya adalah manusia yang menjadi obyek wisata yang dapat menarik datangnya wisatawan seperti atraksi lompat batu di Nias
- 4) Potensi minat khusus, artinya daya tarik wisata ini memiliki fokus yang mampu memenuhi kebutuhan spesifik wisatawan seperti panjat gunung, taman hiburan, menyelam atau *snorkeling*

2. Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. (UU RI No. 10 Tahun 2009).

Jenis-jenis Pariwisata menurut Nyoman S. Pendit (2010:37) adalah, sebagai berikut :

a. Wisata Budaya

Kegiatan wisata ini mempelajari tentang keadaan, kebiasaan, adat istiadat, cara hidup, budaya dan seni suatu bangsa.

b. Wisata Kesehatan

Hal ini dimaksud perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan tersebut untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari – hari dimana dia tinggal demi kepentingan beristirahat dalam arti jasmani

dan rohani dengan mengunjungi tempat peristirahatan seperti mata air panas yang mengandung mineral yang dapat menyembuhkan.

- c. Wisata Olahraga, wisata ini digunakan untuk wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan olahraga.
- d. Wisata Industri, wisata yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa atau orang awam ke suatu kompleks atau daerah – daerah perindustrian.
- e. Wisata Politik, perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian secara aktif dalam kegiatan politik seperti mengikuti peringatan ulang tahun suatu negara.
- f. Wisata Konvensi, wisata ini berhubungan kegiatan sidang, rapat – rapat kerja suatu partai atau organisasi.
- g. Wisata Sosial, wisata remaja masuk ke dalam jenis wisata ini yaitu pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberikan kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah.
- h. Wisata Pertanian, sebagaimana halnya wisata industri, wisata pertanian adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan.
- i. Wisata Maritim atau Bahari, Wisata yang melibatkan kegiatan olahraga air, khususnya di danau, pantai, teluk dilaut lepas seperti memancing, menyelam, *snorkeling*, dan berlayar
- j. Wisata Cagar Alam, wisata ini banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran udara di pegunungan, kajaiban hidup binatang marga satwa yang langka.
- k. Wisata Buru, jenis wisata ini banyak dilakukan di negara – negara yang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dilegalkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan wisata.
- l. Wisata Pilgrim, wisata ini banyak dikaitkan dengan wisata religi atau agama, sejarah,

adat istiadat dan kepercayaan suatu umat atau kelompok dalam masyarakat.

3. Daya Tarik Wisata

Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.(UU No 10 Tahun 2009 dan PP No 50 Tahun 2011). Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 huruf b meliputi:

a. Daya Tarik Wisata alam, Daya Tarik Wisata yang berupa keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam.

b. Daya Tarik Wisata budaya, Daya Tarik Wisata berupa hasil olah cipta, rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya.

4. *Dark Tourism*

Dark tourism merupakan bentuk perpaduan dari sejarah dan *heritage*, pariwisata dan tragedi. Dari tinjauan produk, *dark tourism* adalah suatu komoditas berbentuk situs kematian, bencana atau tragedi yang dikunjungi oleh wisatawan minat khusus. Sedangkan dari perspektif pasar, *dark tourism* merupakan suatu bentuk perjalanan wisata ke situs – situs yang meninggalkan kenangan menyedihkan dan melibatkan emosi yang dalam para wisatawan (Damanik, Dkk, 2012).

Tabel.2.1.Terminologi mengenai *Dark Tourism*

NAMA	TAHUN	TERMINOLOGI	PENJELASAN
O'Rourke	1988	<i>Holiday In Hell</i>	-
Uzel	1992	<i>"Hot" Site</i>	berkaitan dengan peperangan dan konflik
Rojek	1993	<i>Blackspot</i>	pengembangan komersial lokasi pemakam dan lokasi selebritis serta banyak manusia mengalami kematian secara tiba - tiba dengan mengerikan
Dann	1994	<i>Milking The Macabre</i>	terdiri dari 5 kategori, diantaranya adalah tempat yang terkenal penuh bahaya, <i>house of horror</i> , medan kematian, perjalanan ke sebuah siksaan, dan tema <i>thanatos</i>
Seaton	1996	<i>Thanatourism</i>	perjalanan ke lokasi yang secara keseluruhan atau sebagian dimotivasi oleh keinginan untuk mengalami atau melihat aktual atau simbol kematian khususnya (namun tidak eksklusif) kematian yang mengerikan
Tunbrige dan Ashworth	1996	<i>Dissonant Heritage</i>	perjalanan yang dilakukan ke tempat dimana telah terjadi tragedi atau peristiwa yang berhubungan dengan kematian dan kesedihan, sementara beberapa orang atau warga setempat ingin melupakan peristiwa tersebut
Foley and Lennon	1996	<i>Dark Tourism</i>	Fenomena yang mencakup penawaran (<i>supply</i>) dan konsumsi (oleh pengunjung) dari kematian dan bencana yang riil (nyata, asli) atau sudah di komodifikasi
Bloom	2000	<i>Morbid Tourism</i>	Fokus pada kematian yang terjadi secara tiba - tiba dan secara cepat telah menarik perhatian
Tarlow	2005	<i>Dark Tourism</i>	Perjalanan (kunjungn) ke tempat - tempat dimana tragedi atau kematian penting dalam sejarah telah terjadi dan mempengaruhi kehidupan manusia
Stone	2006	<i>Dark Tourism</i>	Fenomena dimana orang - orang berdatang (berkunjung) secara khusus ataupun dalam rangkaian perjalanan (<i>itinerary</i>) dengan lingkup tempat atraksi dan tampilan yang beragam dan menampilkan atau mempresentasikan kematian, penderitaan dan kengerian

Sumber : (Bloom, 2000; Stone P.R dan Sharpley, 2008 ; Stone, 2006 ; Stone, 2005 ; Yuill, 2003)

METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menggali atau membangun proposi atau menjelaskan makna di balik realita . Menurut Sugiyono (2012:1) metode penelitian kualitatif sering disebut metode

naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*).

Berdasarkan penelitian kualitatif untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai fokus penelitian maka peneliti akan menggunakan teknik

cuplikan yaitu *purposive sampling* atau sampel bertujuan.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Yogyakarta melalui studi kasus pada kegiatan-kegiatan *Dark Tourism* yang pernah dilakukakan oleh KDT-KKJ. Penelitian ini dilakukan kurang lebih selama 2 (dua) bulan.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Adapun cara pengumpulan data primer sebagai berikut :

1) Observasi Lapangan

Observasi lapangan adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat dim lapangan atau lokasi penelitian sesuai dengan masalah yang dianalisis, seperti tempat dan peristiwa berlangsungnya aktivitas yang berkaitan dengan wisata mistik.

2) Narasumber (Informan)

Narasumber dalam hal ini adalah orang yang bisa memberikan informasi lisan tentang sesuatu yang ingin diketahuimemuat kumpulan cerita yang tak terungkap seputar mitos – mitos atau *urban legend* di beberapa lokasi yang populer di mata masyarakat Yogyakarta pada khususnya dan masyarakat Jawa pada umumnya, dengan metode *retrocognisi* atau kemampuan metafisik untuk melihat rekaman kejadian masa lalu.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari narasumber tetapi dari pihak ketiga Data ini dapat berupa data teks, buku, jurnal, tempat pertunjukan, gambar serta internet yang terkait dengan judul penelitian sebagai bahan landasan teori dan analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Bagaimana Konsep Wisata Mistik itu.

Berawal dari group FB tersebut, pada akhirnya terbentuk sebuah acara wisata mistis *Dark Tourism* Kerabat Keliling Jogja atau disingkat DTKKJ dimana sebenarnya wisata

tersebut adalah merupakan permintaan para anggota group yang menginginkan kunjungan wisata pada tempat – tempat yang dinilai memiliki sejarah yang pernah dibahas dan diulas pada group FB tersebut.

Sebenarnya acara *dark tourism* adalah salah satu upaya untuk mengenalkan sejarah yang dibalut dengan cerita mistis. Karena jika kita hanya bicara sejarah saja, bisa dipastikan orang – orang yang tidak berminat akan sejarah akan cenderung mengabaikan dan apatis. Namun sebaliknya jika kita bicara mistis dan dibalut dengan sejarah maka orang yang awalnya apatis akan menjadi lebih tertarik, dan itu benar terjadi menurut hasil wawancara kami kepada pengggagas acara DTKKJ.

2. Apa saja Potensi Wisata Mistik di Kota Yogyakarta

Potensi Wisata Mistik di kota Yogyakarta, Ketika acara DTKKJ ziarah ke makam Roro Mendut serta Makam Ki Dalang Panjang Mas, kebetulan tanpa dipungut biaya dan diadakan pada siang hari peserta yang hadir cukup banyak, hampir 40 orang, bahkan acara tersebut diliput oleh salah satu media online yakni Tribunnews dan rekamannya hari ini masih bisa dilihat di Youtube dengan kata kunci “*Dark Tourism* Ki Dalang Panjang”. Salah satu sisi positif acara tersebut terkadang muncul rasa kegotong – royongan, salah satu dari peserta mendonasikan sekedar makan gratis untuk seluruh peserta

Secara rata - rata peminat *dark tourism* cukup banyak maka para peserta diseleksi. Metode seleksi peserta dengan cara mengirimkan foto dan nama lengkap serta motivasi yang melatar belakanginya ikut dalam acara DTKKJ. Para peserta tidak hanya berasal dari Kota Yogyakarta saja, bahkan dari Surabaya, Jakarta, Bandung juga kota – kota lainnya turut ikut berpartisipasi dalam kegiatan ini. Para peserta sengaja datang ke Yogyakarta hanya sekedar untuk ikut dalam DTKKJ dan usai acara langsung kembali ke kota masing – masing. Ada juga beberapa warga asing salah satunya dari Perancis yang turut serta karena diajak oleh temannya warga lokal dan timbulnya rasa penasaran.

3. Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam usaha menjadikan wisata mistik sebagai wisata unggulan baru di Kota Yogyakarta

Faktor pendukung

Menurut Kepala Dinas Pariwisata DIY, Aris Riyanta, pernah mengungkapkan dalam sebuah wawancara yang dilakukan oleh tabloid online Tribunnews pada tahun 2017 lalu, terdapat 4,7 juta wisatawan domestik berkunjung ke Yogyakarta. Jumlah tersebut, sudah melampaui target 4,5 juta wisatawan domestik, yang telah dicanangkan sebelumnya. Sedangkan untuk wisatawan asing, atau mancanegara, jumlahnya tercatat mencapai 397.000 orang yang berkunjung ke Yogyakarta selama tahun 2017 dan kunjungan wisata tersebut diprediksi akan terus meningkat dengan dibukanya bandara baru di wilayah Kulonprogo yang sedianya akan dibuka pada tahun 2019 nanti.

Kebijakan pemasaran wisata mistik yang akan dan sedang berjalan dalam rangka otonomi daerah memang memiliki dampak positif bagi pelaku mistik. Bidang pemasaran dan promosi wisata memiliki strategi khusus untuk menarik wisatawan. Yakni, dengan cara tetap memperhatikan nilai-nilai budaya spiritual tradisi. Namun demikian, mereka juga merangkul para pelaku seni budaya Jawa dan pelaku mistik di Yogyakarta untuk ikut bersama-sama menggarap ritual mistik secara kolaboratif. Dalam kaitan itu, Bidang Pemasaran dan Promosi wisata Dinas Pariwisata dan Budaya memberikan gambaran sebagai berikut: Ritual mistik itu, kami garap matang.

Secara pragmatis wisata mistik juga memiliki fungsi bisnis. Aspek pragmatis semacam ini, tidak berarti wisata mistik suatu bentuk ritual yang bersifat komersial melulu, melainkan tetap non-komersial. Maksudnya, ritual wisata mistik dan hantu hanya sebagai svahana untuk mencapai tujuan keselamatan pengelolaan wisata. Lebih dari itu wisata spiritual demikian juga akan memiliki andil pada pelestarian tradisi leluhur, seperti yang pernah dilakukan oleh Panembahan Senapati.

Situs-situs pertemuan mistik antara Panembahan Senapati dengan Ratu Kidul, tempat yang pernah dikunjungi Sultan Agung, dan seterusnya akan menjadi aset wisata spiritual yang berharga.

Faktor Penghambat

Faktor yang menghambat kegiatan ini dikarenakan sifatnya bukan murni bisnis, para peserta tidak musti selalu ditarik biaya. Adakalanya dibuat gratis, terkadang membayar 20 ribu atau bayar seikhlasnya sebagai mahar atau sifatnya sebatas *take and give* dan khusus kunjungan wisata yang ditarik biaya, peserta hanya dibatasi maksimal 15 – 20 orang saja dan peserta diseleksi ketat karena pertimbangan lokasi yang akan dikunjungi dirasa cukup berbahaya baik secara alam maupun sisi mistisnya.

Penelitian ini tentang wisata horor yang mengeksplorasi potensi atraksi, mengidentifikasi wisatawan yang sdh ada dilihat dari karakteristik dan jenis wisatawan, motivasi dan pengalaman wisatawan. Hal tersebut diteliti agar wisata horor ini dapat dikelola lebih baik lagi dan dikembangkan menjadi sebuah kegiatan wisata komersial karena melihat kegiatan ini telah menarik datangnya wisatawan. Terkadang sebagian orang bilang itu hanya halusinasi dan bohong. Itulah perbedaan antara reaksi dan persepsi dari masing-masing individu.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan yang sudah dijelaskan diatas, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa otonomi daerah, ternyata wisata mistik memiliki peranan penting. Para pengelola wisata, berupaya menampilkan wisata mistik sebagai salah satu komoditi daya tarik wisata. Dalam kaitan ini, ada beberapa kebijakan yang diambil untuk memberdayakan wisata mistik, yaitu sebagai berikut:

1. Konsep Wisata Mistik itu Secara keseluruhan, pelaksanaan teknis lapangan acara DTKKJ dari 3 tahun lalu hingga terakhir diadakan beberapa bulan kemarin, metode nya hampir sama, baik dilakukan

malam hari maupun siang hari. *Dark tourism* adalah salah satu upaya untuk mengenalkan sejarah yang dibalut dengan cerita mistis. Karena jika kita hanya bicara sejarah saja, bisa dipastikan orang – orang yang tidak berminat akan sejarah akan cenderung mengabaikan dan apatis. Namun sebaliknya jika kita bicara mistis dan dibalut dengan sejarah maka orang yang awalnya apatis akan menjadi lebih tertarik,

2. Potensi Wisata Mistik di Kota Yogyakarta
Kebijakan wisata mistik juga memperhatikan potensi wilayah yaitu pemberdayaan dunia hantu, Ketika acara DTKKJziarah ke makam Roro Mendut serta Makam Ki Dalang Panjang Mas, kebetulan tanpa dipungut biaya dan diadakan pada siang hari peserta yang hadir cukup banyak, hampir 40 orang, bahkanacara tersebutdiliput oleh salah satu media online yakni Tribunnews dan rekamannyahari ini masih bisa dilihat di Youtube dengan kata kunci “*Dark Tourism Ki Dalang Panjang*”.Salah satu sisi positif acara tersebut terkadang muncul rasa kegotong – royongan, salah satu dari peserta mendonasikan sekedar makan gratis untuk seluruh peserta
3. Faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan wisata mistik terfokus pada lokasi-lokasi yang ada dikota

Yogyakarta, yang dikemas ke dalam tampilan wisata spiritual dengan memperhatikan aspek-aspek budaya tradisi leluhur, terutama budaya spiritual Jawa (kejawen) sebagaimana yang sudah diteliti.

Saran

Peneliti memberikan saran diharapkan dengan adanya potensi wisata ini, pemerintah daerah setempat dapat melakukan pembenahan dan pengembangan, khususnya dilokasi-loaksi kota Yogyakarta, agar wisatawan mendapatkan lebih banyak informasi yang edukatif ketika sedang berkunjung

DAFTAR PUSTAKA

- Damanik, Janianton dan Frans, Teguh. 2012. *Manajemen Destinasi Pariwisata, Sebuah Pengantar Ringkas*, Kepel Press , Yogyakarta
- I Gede Pitana dan I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset
- Nyoman, S. Pendit. 2006. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita.
- Oka, A. Yoeti. 2010. *Dasar – Dasar Pengertian Hospitality dan Pariwisata*. Bandung:Angkasa.Persada.
- Undang – Undang Kepariwisata Nomer 10 Tahun 2009