

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	xi
BAB I	PENDAHULUAN
	A. Latar Belakang masalah 1
	B. Rumusan masalah 8
	C. Tujuan Penelitian 9
	D. Review Literatur 9
	E. Kerangka Teori 25
	1. Pertarungan Kuasa di Arena Wisata 25
	2. Praktik sebagai Dialektika antara Struktur Objektif dan Subjektif 32
	3. Habitus: Dasar Tindakan Agen Memilih Strategi Kekuasaan 34
	4. Strategi Penempatan Kapital 38
	F. Metode Penelitian 42
	1. Desa Wisata Bejiharjo sebagai Aena Studi..... 42
	2. Jenis Penelitian 46
	3. Tahapan Penelitian 47
	4. Analisis Data 52
BAB II	KEUNGGULAN DESA BEJIHARJO SEBAGAI ARENA KEKUASAAN
	A. Pengantar 57
	B. Lokasi Desa Wisata Bejiharjo 58

	C. Desa Bejiharjo sebagai Desa Budaya dan Desa Sejarah	63
	D. Desa Bejiharjo sebagai Desa Wisata.....	70
	1. Kekayaan Alam.....	71
	2. Sumber Daya Manusia: Tingkat Pendidikan, Jenis Pekerjaan, Kemampuan Pengembangan Teknologi Informasi, dan Mutasi Penduduk Desa	78
	3. Agen-Agen Wisata dan Munculnya Pertarungan Antaragen	85
	E. Simpulan	88
BAB III	AGEN-AGEN DALAM PERTARUNGAN KUASA	
	A. Pengantar	91
	B. Kelompok Usaha Wisata Dewa Bejo	92
	C. Kelompok Usaha Wisata Wira Wisata, Panca Wisata, dan Tunas Wisata: Lebur Menjadi Kelompok Usaha Wisata Dewa Bejo 2, 3, dan 4....	101
	1. Kelompok Usaha Wisata Wira Wisata.....	101
	2. Kelompok Usaha Wisata Panca Wisata	106
	3. Kelompok Usaha Wisata Tunas Wisata.....	111
	4. Peleburan menjadi Kelompok Usaha Wisata Dewa Bejo 1, 2, 3, dan 4	112
	D. Enam Kelompok Usaha Wisata Membentuk Persatuan Operator Wisata (POW)	114
	1. Kelompok Usaha Wisata Mriwis Putih	115
	2. Kelompok Usaha Wisata Karya Wisata	118
	3. Kelompok Usaha Wisata Dewi Taliman	120
	4. Kelompok Usaha Wisata Gelaran Indah	122
	5. Kelompok Usaha Wisata Sumber Banyu Moto..	123

	6. Kelompok Usaha Wisata Ngancar Wisata	125
	E. Kelompok Kelompok Ayanti (KA).....	127
	F. Pertarungan Kuasa	129
	G. Simpulan	137
BAB IV	KAPITAL DAN POSISI KELOMPOK USAHA WISATA DALAM PENTAS DOMINASI KUASA DI ARENA WISATA	
	A. Pengantar	138
	B. Posisi Penguasaan Kapital	139
	1. Posisi Kapital Ekonomi	141
	2. Posisi Kapital Sosial Kelompok Usaha	154
	3. Posisi Kapital Budaya	159
	4. Posisi Kepemilikan Kapital Wilayah Destinasi Wisata	169
	C. Kepemilikan Kapital dan Posisi kelompok-Kelompok Usaha Wisata	173
	D. Simpulan	181
BAB V	STRATEGI PERTARUNGAN KUASA ANTARA KELOMPOK USAHA WISATA	
	A. Pengantar	184
	B. Kelompok-kelompok dan Strategi Pertarungan Kuasa	186
	C. Strategi KUW Dominan versus KUW Privat	188
	1. Proses Reproduksi Arena Wisata	188
	2. Dukungan dan Penguatan Reproduksi Wacana Simbolik: “Sah atau Tidak Sah”	191
	3. Struktur dan Kegagalan Mendapatkan Izin Usaha Wisata Privat	193
	4. Goa Pindul: Wacana Simbolik “Sosial atau Privat”	196

5. SP3 atas Gugatan Pengadilan	197
6. Menutup Jalan Kekuasaan Bisnis - Politik	206
7. Strategi Media sebagai Pembingkai Wacana Publik	210
8. Menguasai Wilayah – Menutup Akses	213
9. Memperkuat Kesalehan Ekonomi	223
10. Sentimen Etnis pada Kelompok Usaha Wisata Privat	225
D. Pola Pertarungan Kuasa: KUW Dominan versus KUW Privat	226
E. Pertarungan Kuasa antara KUW Dominan Versus KUW Subordinat	229
1. Memperkuat Dominasi: Memperbanyak Kelompok dan Integrasi Dominan	230
2. Merebut Kuasa Pengaturan “Pintu Masuk”	233
3. Mengalami doksa (Doxa): Nge Sub pada Kelompok Dominan	235
4. Strategi Perlawanan Kelompok Usaha Wisata Subordinat	240
4.1. Merespon Wacana Simbolik	241
4.2. Strategi Satu Destinasi Satu Manajemen: Perang Tarif sampai dengan Perang Jongki	245
4.3. Strategi “Mbalelo” Gelaran Indah dan Ngancar Wisata	254
4.4. Strategi Aliansi Strategis: Pembentukan Persatuan Pokdarwis Wisata (POW)	259
F. Pola Pertarungan kuasa KUW Dominan versus KUW Subordinat	261
G. Efektivitas Strategi dalam Pertarungan	264

	H. Simpulan	270
BAB VI	DISKURSUS PEMIKIRAN BOURDIEU DALAM ARENA WISATA GOA PINDUL	
	A. Pengantar	274
	B. Arena Wisata Sebagai Pertarungan Kuasa Antaragen	275
	C. Tumbuhnya Habitus Baru Wisata	277
	D. Menguatnya Kapital-Kapital	279
	E. Strategi Pertarungan dan Penempatan Kapital	283
	F. Dekapitalisasi Arena Wisata	289
BAB VII	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
	A. Kesimpulan	294
	B. Rekomendasi Untuk Studi Selanjutnya	301
RINGKASAN		

TABEL

Nomor	Tabel	Halaman
1.1.	Hasil Penelitian Terdahulu	20
1.2.	Contoh Pelaku Wisata, Kapital Budaya, dan Kapital Ekonomi	56
2.1.	Adat Istiadat dan Kesenian	64
2.2.	Sebaran Potensi Desa Wisata Bejiharjo	78
2.3.	Tingkat Pendidikan Penduduk Desa Bejiharjo	79
2.4.	Kelompok Usaha Wisata, Ketua, Lokasi, dan Tahun Berdiri di Desa Bejiharjo	80
2.5.	Kelompok Usaha Wisata, Alamat Website, dan Jumlah postingan berita di Komputer	82
3.1.	Kelompok Usaha Wisata Tergabung dalam Dewa Bejo 1, 2, 3, dan 4	113
3.2.	Kelompok Persatuan Operator Wisata (POW)	115
4.1.	Kelompok Usaha Wisata, Tahun Berdiri, Pemilik, dan Karyawan Kelompok Usaha	144
4.2.	Kekuatan Kapital Ekonomi Kelompok Usaha Wisata di Bejiharjo	145
4.3.	Tingkat Pendidikan, Pekerjaan, dan Jenis Kelamin	162
4.4.	Kelompok Pekerjaan Subjek, Pendidikan, dan Pekerjaan Orang Tua	165
5.1.	Penguasaan Wilayah: Jarak Ke Goa Pindul dan Infrastruktur Publik	213
5.2.	Pola Kebaikan Sosial Sebagai Kesalehan Ekonomi	225
5.3.	Kelompok Usaha Wisata dan Destinasi Wisata	232



5.4.	Kelompok Usaha Wisata yang Nge-Sub ke Dewa Bejo 1,2,3, dan 4	237
5.5.	KUW Subordinat Berdasarkan Izin, Jenis, dan Kelembagaan Penerbit Izin Usaha	243

GAMBAR

1.	Skema Strategi Penempatan Kapital dalam Pertarungan Kuasa	40
2	Wisatawan Goa Pindul Seperti “Cendol”	42
3.	Wawancara dengan Bupati Gunungkidul	50
4.	Siklus Interaktif Analisis Penelitian	54
5.	Joki dan Spanduk Penujuk Arah yang Dipasang Joki	61
6.	Peta Arah Lokasi Desa Wisata Bejiharjo/Goa Pindul	62
7.	Upacara Adat Bersih Sumber Gunungbang 17 April 2017	67
8.	Encek dan Kepala-Kepala Dukuh Makan Bersama	68
9.	Bagian Depan dan Belakang Goa Pindul	73
10.	Kegiatan <i>Cave Tubing</i> di dalam Goa Pindul	75
11.	Kegiatan <i>rafting</i> Sungai Oyo	76
12.	Peta Sebaran Potensi Desa Wisata Bejiharjo	77
13.	Alat Transportasi ke Destinasi-Destinasi Wisata	83
14.	Jumlah Kunjungan Wisata	86
15.	Rumah Usaha Burung Walet Ayanti Di Atas Goa Pindul	128
16.	Kapital Ekonomi Kelompok Usaha Wisata	150
17.	Posisi Kepemilikan Kapital Sosial	156
18.	Posisi Kepemilikan Kapital Budaya	168
19.	Posisi Kepemilikan Kapital Wilayah Destinasi Wisata	171



20	Kapital Ekonomi dan Sosial	175
21	Kapital Ekonomi dan Kapital Kepemilikan Wilayah Destinasi Wisata	180
22.	Peta Lokasi Kantor Sekretariat Kelompok Usaha Wisata	217
23.	Arena Pertarungan Hak Milik	215
24.	Pola Pertarungan Kuasa: KUW Dominan Versus KUW Privat	229
25.	Kelompok Usaha Wisata Tidak Melayani Joki	253
26.	Pola Pertarungan Kuasa diantara Kelompok Usaha Wisata	263
27.	Tingkat Dominasi Kuasa: Hasil Strategi Pertarungan	265
28.	Struktur Kelompok Usaha Wisata	285