

INTISARI

Citra destinasi wisata merupakan elemen penting dalam melakukan pendekatan terhadap wisatawan dalam pemilihan destinasi wisata. Penelitian ini menganalisis isu wisata seks dalam aktivitas pariwisata wisatawan asal Timur Tengah, yang berefek pada terciptanya citra Puncak Cianjur sebagai destinasi wisata seks, karakteristik wisatawan, persepsi, dan motivasi menjadi fokus utama kajian dalam mengkonstruksi bagaimana citra destinasi wisata seks Puncak Cianjur terbentuk berdasarkan perspektif wisatawan Timur Tengah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan yang digunakan dalam adalah pendekatan kualitatif perspektif emik, yang proses pengumpulan datanya dilakukan melalui kuesioner, wawancara yang bersifat terbuka dan mendalam, observasi tak terstruktur, dan studi dokumentasi.

Dari pengolahan data yang terkumpul diperoleh tiga hasil penelitian, pertama: secara karakteristik wisatawan Timur Tengah masuk kedalam tipe *mid-centric*. Kedua: persepsi wisatawan terkait atribut destinasi didominasi oleh pemandangan alam, udara pegunungan yang sejuk, dan perempuan lokal. Motivasi wisatawan berwisata didasarkan pada motivasi fisik, personal, interpersonal, dan bersenang-senang. Ketiga: konstruksi citra destinasi wisata berdasarkan unsur pembentuknya secara kognisi bersumber informasi teman dan kerabat, hal tersebut mempengaruhi pada motivasi dan sikap mereka selama di destinasi. Pada tahap prakunjungan citra dibangun berdasarkan *stereotype* wisata alam dan perempuan lokal. *stereotype* seksual, mereka menganggap perempuan Puncak Cianjur yang ramah sebagai bentuk godaan terhadapnya, dan pintar melayani tamu.. Pada tahap perjalanan dan partisipasi di destinasi wisata berfungsi untuk membentuk citra destinasi wisata, Keberadaan vila telah melekat pada daerah ini terlihat bahwa yang menjadi andalan potensi wisata, selain keindahan alam dan udara yang sejuk. Semua informan cukup positif tentang fasilitas akomodasi di Puncak Cianjur. Mereka menikmati vila, dekorasi dan pemandangan sekitar, mereka puas dengan tingkat layanan. Citra pascaperjalanan setelah perjalanan, hampir semua dari mereka memiliki citra yang jelas antara wisata alam dan perempuan lokal dan bagi sebagian besar dari mereka citra itu menjadi jelas lebih positif. citra positif tersebut menghasilkan niat positif untuk mengunjunginya kembali dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Kata Kunci: Citra Destinasi Wisata, Perilaku Wisatawan, Timur Tengah, Puncak Cianjur

ABSTRACT

The tourism destination image is an important element in approaching tourists in selecting destinations. This study analyzes the issue of sex tourism in activities of tourists from the Middle East, which has an effect on the creation of the image of Puncak Cianjur as a sex tourism destination, tourist characteristics, perceptions, and motivation are the main focus of the study in constructing how the image of the Puncak Cianjur as sex tourism destination is created based on tourist perspectives. The method used in this research is a case study with the approach used in the emic perspective qualitative approach, where the data collection process is carried out through questionnaires, open and in-depth interviews, unstructured observation, and documentation study. The determination of informant sampling was done purposively.

The motivation for tourists to travel is based on physical, personal, interpersonal, and fun motivations. Third: the construction of tourism destination image in the pre-visit stage is built based on the stereotype of natural tourism and sex tourism. sexual stereotypes, they consider the women of Puncak Cianjur to be friendly as a form of temptation to them, and good at serving guests in sex tours. At the travel stage and participation in tourism destinations, it functions to created a tourism destination image, the existence of villa has been attached to this area that shows that it is the mainstay of tourism potential, in addition to natural beauty and cool air. All informants were quite positive about accommodation facilities in Puncak Cianjur. They enjoy the villa, the decoration and the surrounding scenery, they are satisfied with the level of service. The post-trip image after the trip, almost all of them have a clear image between nature tourism and local women and for most of them that image becomes clearly more positive. This positive image generates a positive intention to revisit it and recommend it to others.

Keywords: Tourism Destination Image, Tourist Behavior, Middle East, Puncak Cianjur