



ABSTRACT

Masjid Agung Jawa Tengah is a sanctuary of Moslem, as well as one kind of tourism attraction, which takes place in Semarang city, Central Java Province. Masjid Agung Jawa Tengah is notorious for its splendor and grandeur of the architecture of the building which is considered to be similar to the mosques in the holy land of Mecca and in Medina. That is what makes the Masjid Agung Jawa Tengah is not only a place of worship but also become one of the favorite religious attractions in the city of Semarang. Therefore, the aim of this study was to find out what the motivation of tourists visiting the Masjid Agung Jawa Tengah.

Variables of tourist motivation used in this research were self-actualization, curiosity, and need of a sense of beauty. These variables were derived from a theory proposed by Mill and Morisson (1985:5) which divides motivation of tourists into seven variables. However, adjusting to the object of research which is Masjid Agung Jawa Tengah, only three variables aforementioned were employed. The method used in this study is qualitative method which is data-collection by conducting in-depth interviews with the authorized management of Masjid Agung Jawa Tengah and a number of visitors of the Masjid Agung Jawa Tengah; randomly and done at different times. Afterward, data was processed into descriptive qualitative report. Additionally, a literature review and observation was conducted.

The results showed that the dominant motivation of tourists visiting the Masjid Agung Jawa Tengah is a need for a sense of beauty. The state is reasonable because the Masjid Agung Jawa Tengah has the beauty and grandeur of building architecture. A couple of tourists also visit the Mosque due to curiosity, especially those who have never visited the place beforehand; quite a few of tourists who visit due to needing of self-actualization.

Keywords: Masjid Agung Jawa Tengah, religious tourism, tourist motivation



INTISARI

Masjid Agung Jawa Tengah merupakan salah satu tempat ibadah umat muslim dan juga daya tarik wisata religi yang berlokasi di Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Masjid Agung Jawa Tengah ini memang terkenal akan keindahan dan kemegahan arsitektur bangunannya yang dianggap setara dengan masjid-masjid di tanah suci Mekkah maupun di Madinah. Hal itulah yang menjadikan Masjid Agung Jawa Tengah ini tidak hanya menjadi tempat ibadah saja melainkan juga menjadi salah satu daya tarik wisata religi favorit di Kota Semarang. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian yang bertujuan untuk mencari tahu apa yang menjadi motivasi wisatawan mengunjungi Masjid Agung Jawa Tengah.

Variabel motivasi wisatawan yang digunakan dalam penelitian ini adalah motivasi kebutuhan aktualisasi diri, motivasi kebutuhan rasa ingin tahu dan motivasi kebutuhan akan rasa keindahan. Variabel tersebut berasal dari teori yang dikemukakan oleh Mill dan Morisson (1985:5) yang membagi motivasi wisatawan menjadi tujuh variabel. Namun menyesuaikan dengan objek penelitian yaitu Masjid Agung Jawa Tengah, maka penulis hanya menggunakan tiga variabel yang sudah disebutkan sebelumnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yaitu melakukan pengambilan data dengan melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) kepada pihak pengelola Masjid Agung Jawa Tengah yang berwenang dan beberapa responden yang merupakan pengunjung Masjid Agung Jawa Tengah secara acak dan dilakukan pada waktu yang berbeda. Lalu kemudian data hasil wawancara diolah dan dijelaskan secara deskriptif kualitatif. Selain itu, pengambilan data juga dilakukan dengan cara observasi dan studi pustaka.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, diketahui bahwa motivasi wisatawan mengunjungi Masjid Agung Jawa Tengah yang paling dominan adalah motivasi kebutuhan akan rasa keindahan. Hal itu terjadi karena memang Masjid Agung Jawa Tengah memiliki keindahan dan kemegahan arsitektur bangunan. Lalu beberapa wisatawan juga berkunjung karena motivasi kebutuhan rasa ingin tahu terutama mereka yang belum pernah berkunjung sebelumnya dan hanya sedikit sekali wisatawan yang berkunjung karena motivasi kebutuhan aktualisasi diri.

Kata Kunci : Masjid Agung Jawa Tengah, motivasi wisatawan, wisata religi