

ABSTRAKSI

Pada zaman sekarang ini, semakin tingginya tingkat persaingan berbisnis sehingga menuntut orang untuk berkerja secara kreatif dan dengan waktu yang cepat. Hal ini berdampak pada meningkatnya tingkat kejenuhan. Untuk mengatasi kejenuhan orang biasanya melakukan aktivitas perjalanan wisata. Dalam berwisata wisatawan di hadapkan pada beberapa pilihan jenis objek dan daya tarik wisata yaitu objek wisata alam, objek wisata minat khusus dan objek wisata budaya. Salah satu objek wisata alam yang di miliki Jawa Timur dan menjadi objek wisata unggulan yang dipromosikan dalam *Visit Indonesia Year (VIY) 2008* adalah Gunung Bromo. Gunung Bromo memiliki keunikan yaitu adanya lautan pasir yang luas atau yang biasa disebut kaldera dan Bromo juga memiliki tempat yang sangat strategis untuk melihat keindahan alam pada saat matahari terbit. Dalam melakukan suatu perjalanan wisata, setiap wisatawan memiliki tujuan, kebutuhan dan harapan yang berbeda-beda atau yang biasa disebut dengan motif. Sehingga pengelola objek wisata Gunung Bromo dituntut untuk menyediakan segala fasilitas dan kebutuhan yang sesuai dengan yang diharapkan oleh wisatawan. Untuk itu melalui konsep *A Typology of Motivators in Tourism* oleh John Swarbrook dan Susan Horner, di bagi menjadi 6 jenis motif wisatawan, yaitu: (1) Motif *Cultural*, (2) Motif *Physical*, (3) Motif *Emotional*, (4) Motif *Status*, (5) Motif *Personal Development*, (6) Motif *Personal*. Untuk mendapatkan data primer, dilakukan melalui wawancara langsung secara mendalam (*depth interview*) terhadap responden berdasarkan pertanyaan-pertanyaan mengenai penerapan faktor-faktor motif wisatawan. Dimana bertujuan untuk mengeksplorasi motif-motif apa saja yang mendasari wisatawan untuk berkunjung ke gunung Bromo.