

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Hakikat Daya Tarik Wisata

Menurut Maryani (1991) suatu daya tarik wisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, syarat- syarat tersebut adalah:

*a. What to see*

Di tempat tersebut harus ada objek dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki daerah lain. Dengan kata lain daerah tersebut harus memiliki daya tarik khusus dan atraksi budaya yang dapat dijadikan “*entertainment*” bagi wisatawan. *What to see* meliputi pemandangan alam, kegiatan, kesenian dan atraksi wisata.

*b. What to do*

Di tempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan nyaman tinggal lama ditempat itu.

*c. What to buy*

Tempat tujuan wisata harus tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk di bawa pulang ke tempat asal.

*d. What to arrived 20*

Di dalamnya termasuk aksesibilitas, bagaimana kita mengunjungi daya tarik wisata tersebut, kendaraan apa yang akan digunakan dan berapa lama tiba ketempat tujuan wisata tersebut.

*e. What to stay*

Bagaimana wisatawan akan tinggal untuk sementara selama dia berlibur.

Diperlukan penginapan-penginapan baik hotel berbintang atau hotel yang sederhana.

Selain itu Menurut Cooper (2005), terdapat empat komponen yang harus dimiliki suatu daya tarik wisata, komponen tersebut yaitu:

*a. Atraksi (attraction)*

Merupakan produk utama dalam sebuah daya tarik wisata yang menjadi pendorong

kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata.

b. Aksesibilitas (*accessibilities*)

Merupakan sarana dan infrastruktur untuk menuju daya tarik wisata. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu petunjuk jalan juga merupakan aspek yang penting bagi sebuah daya tarik wisata.

c. Fasilitas (*amenities*)

Merupakan segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di daya tarik wisata. Amenitas ini berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran untuk makan dan minum.

d. Jasa Pendukung Pariwisata (*Ancillary Services*)

Berkaitan dengan ketersediaan sebuah organisasi atau orang-orang yang mengurus daya tarik wisata tersebut. Daya tarik wisata membutuhkan kelembagaan guna mengatur dan mengurus daya tarik wisata tersebut agar tidak terbengkalai.

## 2. **Hakikat Minat dan Motivasi Wisatawan**

a. Hakikat Revisit Intention

Menurut Wulanjani & Derriawan, (2017) minat kunjung ulang atau revisit intention merupakan bentuk perilaku (*behavioral intention*) atau keinginan pelanggan untuk datang kembali, memberikan word of mouth yang positif, tinggal lebih lama dari perkiraan, berbelanja lebih banyak dari perkiraan. Minat berkunjung berarti konsumen (pengunjung) potensial yang pernah dan belum pernah dan yang sedang akan berkunjung pada suatu objek wisata. Minat merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada suatu objek.

Menurut Suryabrata dalam Halimatussaddiah Marpaung (2017), minat adalah kecenderungan dalam individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau menyenangi objek tersebut, hal ini berarti minat berkunjung adalah kecenderungan dalam individu untuk tertarik pada suatu objek sehingga terdorong untuk berkunjung atau mendatangi objek tersebut. Minat berkunjung ulang adalah keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu. Definisi ini diasumsikan sebagai respon langsung dari perilaku. Penerapannya dalam riset terhadap definisi minat berkunjung ulang adalah

pelanggan akan melakukan tindakan pembelian kembali diwaktu yang akan datang sebagai respon langsung dari perilaku paska pembelian dalam jangka waktu tertentu. minat berkunjung ulang dalam hubungannya dengan kunjungan wisatawan dalam pembelian jasa pariwisata disebut sebagai *behavior attention to visit*. (Basiya dan Rozak : 2017)

Chung-Hslen Lin dalam Yuniawati, dkk (2016) menjelaskan bahwa *Revisit intention* adalah kemungkinan wisatawan untuk mengulangi aktifitas atau berkunjung ulang ke suatu destinasi. Songshan (Sam) Huang dan Cathy H.C. Hsu (2016) dalam Jurnalnya “Effects of Travel Motivation, Past Experience, Perceived Constraint, and Attitude on Revisit Intention”, mengemukakan terdapat empat dampak yang dapat menimbulkan minat berkunjung ulang, yaitu:

1) *.Travel Motivation*

Menyelidiki dampak dari berbagai faktor motivasi pada sikap wisatawan selama berkunjung ulang suatu destinasi dan dalam minat ingin berkunjung ulang.

2) *Past Experience*

Untuk menguji pengaruh pengalaman wisata masa lalu pada sikap wisatawan selama berkunjung ulang suatu destinasi dan dalam minat ingin berkunjung ulang.

3) *Perceived Contstraint*

Untuk menyelidiki pengaruh atau kendala yang dirasakan pada minat wisatawan untuk berkunjung ulang.

4) *Attitude*

Untuk mengukur sejauh mana sikap wisatawan dalam memediasi dampak dari faktor-faktor tertentu pada niat untuk berkunjung ulang.

Pengertian Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu. Terdapat tiga batasan minat yakni pertama, suatu sikap yang dapat mengikat perhatian seseorang ke arah objek tertentu secara selektif. Kedua, suatu perasaan bahwa aktivitas dan kegemaran terhadap objek tertentu sangat berharga bagi individu. Ketiga, sebagai bagian dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah

laku ke suatu arah atau tujuan tertentu. Ada beberapa macam karakteristik minat, antara lain:

- 1) Minat menimbulkan sikap positif terhadap suatu objek.
- 2) Adanya sesuatu yang menyenangkan yang timbul dari sesuatu objek.
- 3) Mengandung suatu penghargaan menimbulkan keinginan untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi keinginan.

Motivasi berasal dari kata *movere* bahasa latin yang mempunyai arti dorongan atau menggerakkan. Motivasi dalam diri merupakan komponen yang sangat penting, karena motivasi merupakan suatu hal yang mendukung perilaku manusia sebagai penyebab, penyalur dan dalam bertindak (Setiadi, 2003:94). Motivasi merupakan komponen yang penting dalam diri wisatawan untuk proses pengambilan keputusan dalam mengunjungi daya Tarik wisata yang akan di kunjunginya.

Dalam proses motivasi wisatawan akan mempersepsikan daya Tarik wisata yang memungkinkan untuk dikunjungi, persepsi ini didapat dari persepsi individual, pengalaman dan informasi yang wisatawan dapatkan (Setiadi, 2003:94). Dengan demikian motivasi wisatawan diartikan sebagai pemberi daya penggerak yang menciptakan dorongan kepada seseorang dalam melakukan kegiatan, dan sebagai penyebab, penyalur dan dalam bertindak yang terintegrasi dengan segala upaya untuk mencapai kepuasan (Setiadi, 2003:94).

### 3. **Hakikat Wisatawan dan Karakteristiknya**

Undang-undang RI nomor 10 tahun 2006 menjelaskan bahwa wisatawan adalah seseorang atau sekelompok orang yang mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara. Menurut International Union of Official Travel Organization (IUOTO) dalam Suchaina 2014, pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah. Pengunjung digolongkan dalam dua kategori, yaitu:

#### a. Wisatawan (*tourist*)

Pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya selama 24 jam di negara yang dikunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan ke dalam klasifikasi

sebagai berikut:

- 1). Pesiari (*leisure*), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga.
  - 2). Hubungan dagang (*business*), keluarga, konferensi, misi, dan lain sebagainya.
- b. Pelancong (*exursionist*)

Pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam. Dari beberapa pengertian tersebut yang dimaksud dengan pengunjung adalah seseorang yang melakukan kunjungan pada objek dan daya tarik wisata. Karakteristik pengunjung dapat dibedakan ke dalam dua jenis, yaitu karakteristik sosialekonomi dan karakteristik perjalanan wisata Smith (1989:13) dalam suahiana 2014.

Menurut *World Tourism Organization* (WTO), wisatawan merupakan pengunjung sementara yang tinggal sekurang-kurangnya 24 jam di Negara tujuan atau yang dikunjungi. Tujuan Perjalanan wisatawan dapat digolongkan dalam dua bagian, yaitu:

- a. Pesiari, yaitu untuk keperluan rekreasi, kesehatan, studi, keagamaan, olahraga dan kunjungan keluarga.
- b. Bukan Pesiari, yaitu untuk keperluan bisnis serta menghadiri konferensi, seminar atau pertemuan lainnya.

#### 4. **Hakikat Kepuasan Berkunjung**

Keputusan berkunjung merupakan proses dimana wisatawan melakukan proses penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, kemudian memilih salah satu atau beberapa alternatif yang dibutuhkan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Amirulah, 2002:62).

Pengambilan keputusan berwisata mengadaptasi konsep pengambilan keputusan membeli. Keputusan tersebut timbul karena adanya penilaian objektif atau karena adanya dorongan emosi, keputusan untuk bertindak adalah hasil dari serangkaian aktifitas yang dapat dideskripsikan dalam proses pembelian. Berdasarkan hal tersebut, dengan mengadaptasi Kotler dan Keller (2006:500) tentang model AIDA, yaitu:

- a. *Attention*, timbulnya perhatian konsumen terhadap suatu stimulus pemasaran yang dilakukan produsen, dalam hal ini tempat wisata.
- b. *Interest*, munculnya rasa ketertarikan terhadap objek yang ditawarkan produsen

tersebut atau membangkitkan minat.

- c. *Desire*, setelah rasa tertarik, timbul hasrat atau keinginan untuk memiliki objek tersebut atau berkunjung.
- d. *Action*, tindakan konsumen pembelian yang dilakukan konsumen setelah memiliki hasrat atau keinginan untuk memiliki objek atau berkunjung ke suatu tempat wisata.

## 5. Hakikat Museum

Museum adalah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk umum, yang mengumpulkan, merawat dan memamerkan, untuk tujuan-tujuan penelitian, pendidikan dan hiburan, benda-benda bukti material manusia dan lingkungannya (Ishaq, 2000:15).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Museum adalah gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap benda-benda yang patut mendapat perhatian umum, seperti peninggalan sejarah, seni, dan ilmu. Pengertian museum menurut International Council of Museums yang dirumuskan pada 1974 adalah:

*"A museum is a non-profit making, permanent institution in the service of society and of its development, and open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates, and exhibits, for purpose of study, education and enjoyment, material evidence of man and his environment".*

Ada pun pengertian Permuseuman adalah segala hal atau seluk beluk dan sistem yang berkenaan dengan museum. Selain itu juga dikumandangkan perihal Tiga Pilar Permuseuman Indonesia mengemukakan bahwa museum-museum Indonesia selayaknya mampu mencerdaskan kehidupan bangsa, membentuk kepribadian bangsa dan mengokohkan ketahanan nasional dan Wawasan Nusantara (Sutaarga, 1990: 84).

### a. Sejarah Museum Zoologi

Pada Agustus 1894 Dr. J.C. Koningberger mendirikan Museum Zoologicum Bogoriensis (MZB) merupakan bagian dari 5 Lands P/antentuin. Fungsi awalnya adalah laboratorium zoologi sebagai wadah penelitian bidang pertanian dan zoologi, dengan nama Landbouw Zoologisch Museum. Pembangunan gedung museum baru selesai akhir Agustus 1931.

Tujuan pendirian museum ini adalah mengumpulkan dan memamerkan koleksi binatang-binatang yang telah diawetkan dari jenis mamalia, reptilia, serangga,

burung, amfibia, ikan, dan moluska. Juga himpunan conchyologia dari Jawa khususnya Hindia Belanda pada umumnya serta himpunan carcinaogia termasuk jenis kerang - kerang dari Kepulauan Indonesia. Tugas dan kewajiban Museum Zoologi Bogor didasarkan pada Surat Keputusan Pemerintah tanggal 26 Januari 1908 No. 42 Departement van Landbouw (Departemen Pertanian) 20. Museum ini bergabung dengan Laboratorium di Bogor dan dengan Stasiun Perikanan (Visserij station) di Batavia. Koleksi atau spesimen yang dimiliki Museum Zoologi Bogor pada saat ini terdiri atas berbagai jenis fauna yang tersebar di seluruh Indonesia. Dengan jumlah dan jenis koleksi yang begitu besar menjadikan koleksi Museum Zoologi Bogor sebagai sumber informasi fauna Indonesia bagi masyarakat, khususnya pelajar, mahasiswa, dan peneliti biologi baik dari dalam maupun luar negeri (Sofyan, 2015).

b. Perkembangan Museum Zoologi Bogor

Museum Zoologi Bogoor tidak dapat dilepaskan dari perkembangan induk organisasi tempat lembaga ini bernaung. Museum ketika berdirinya (1894-1942) berada di bawah pemerintah Hindia Belanda pada Departemen van Landbouw dan Departemen van Economicshe, kemudian tahun 1942-1945 di bawah pemerintahan Jepang dengan nama Dobutsu Hakubutsukan, dan pada tahun 1945-1961 diserahkan kepada pemerintah Republik Indonesia pada Kementrian Pertanian.

Pada tahun 1962-1966 MZB berada di bawah Majelis Ilmu Pengetahuan Indonesia (MIPI) dan Lembaga Research Nasional (LEMRENAS). Dengan surat Keputusan Presiden R.I. no.128 Tahun 1967 dan keputusan MPRS No. 18/8/1967, MIPI dan LEMRENAS digabung menjadi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), sejak tahun 1967 itulah MZB di bawah naungan LIPI sampai saat ini (Kadarsan, et al., 1994). Pada bulan Agustus 1997, MZB berada langsung di bawah Pusat Penelitian Biologi (P2B) LIPI dengan nama Bidang Zoologi. Bidang Zoologi merupakan salah satu unit di P2B yang membidangi disiplin Ilmu Zoologi atau binatang.

Nama bidang Zoologi merupakan perubahan nama oleh induk dimana lembaga ini bernaung, akan tetapi segala fungsi dan peran museum masih dijalankan. Walaupun mengalami perubahan nama dalam perkembangannya, Museum Zoologi

Bogor tetap eksis dalam permuseuman. Museum Zoologi Bogor telah dikenal luas di dunia internasional dalam bidang Zoologi, di dalam negeri dikenal dengan nama Museum Zoologi Bogor. Dengan demikian bidang Zoologi merupakan nama lain dari Museum Zoologi Bogor. Penggunaan kedua nama lembaga ini dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan dan peruntukannya.

Nama Museum Zoologi Bogor selalu melekat pada nomor katalog koleksi ilmiahnya. Ini terbukti dengan dimilikinya gedung baru di Cibinong. Gedung baru tersebut diberi nama Gedung Widyasatwaloka yang merupakan gedung untuk tempat penyimpanan koleksi ilmiah dan tempat untuk penelitian fauna. Gedung Widyasatwaloka merupakan hibah dari pemerintah Jepang yang dibangun di atas lahan 26.000 m<sup>2</sup> dengan luas bangunan 8.209 m<sup>2</sup> terletak di kawasan Cibinong Science Center – LIPI Cibinong . Sedangkan ruang pameran fauna untuk umum, tetap berada di Bogor dan dikelola oleh bagian Tata usaha melalui program Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) Pusat penelitian Biologi – LIPI.

c. Daya Tarik Koleksi Museum Zoologi Bogor

Museum Zoologi Bogor memiliki 24 ruang koleksi dan terdapat lebih dari 954 koleksi jenis replika fauna maupun hasil pengawetan yang terbagi dalam kelompok tertentu. Adapun jenis koleksi yang dimiliki Museum Zoologi Bogor terdiri dari kelompok burung 211 koleksi, mamalia 88 koleksi, reptil dan amphibi 92 koleksi, ikan 55 koleksi, moluska 243 koleksi, udang 3 koleksi dan serangga 262 koleksi (Unit Edukasi Museum Zoologi, 2018).

Sebagian besar koleksi yang dipamerkan di Museum Zoologi Bogor berupa tubuh asli satwa yang diawetkan dan ditempatkan di ruang kaca yang dibuat seperti lingkungan tempat tinggal fauna tersebut. Selain itu, Museum Zoologi Bogor memiliki satu koleksi yang sangat menarik perhatian pengunjung yaitu fosil Paus Biru (*Balaenoptera Musculus*) dengan ukuran panjang 26 meter dan fosil paus ini diperoleh dari temuan paus yang terdampar di Pantai Pamengpeuk, Garut pada tahun 1916.





Gambar 2. 1 Koleksi Jenis Burung Pulau Dua yang diawetkan dan dibuat seperti habitat aslinya



Gambar 2. 2 Koleksi fosil Paus Biru (*Balaenoptera Musculus*)

## B. Penelitian Relevan

Tabel 2.1 Penelitian Relevan

| No. | Nama Peneliti  | Judul   | Metode                        | Hasil  |
|-----|--|---|-------------------------------|--|
| 1   | Halimatussadiyah (Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu UNA 2017)                          | Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Air Terjun Ponot di Desa Tangga Kecamatan Aek Songsongan Kabupaten Asahan. | Kuantitatif pendekatan survey | Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial masing-masing variabel bebasnya berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dimana untuk daya tarik $t$ hitung (2,082) > $t$ tabel (1,99) dan $sig < 0,05$ yang berarti daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, begitupula aksesibilitas $t$ hitung (6,085) > $t$ tabel (1,99) dan $sig < 0,05$ artinya aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan   |
| 2   | Syakir Kamil Ainul Fitroh (Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya 2017)                  | Pengaruh Atraksi Wisata dan Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung  | Kuantitatif pendekatan survey | Hasil analisis data menggunakan regresi linier berganda, variabel atraksi wisata dan motivasi wisatawan menunjukkan pengaruh yang signifikan baik secara bersama-sama dan individu terhadap keputusan berkunjung wisatawan, dan juga analisis berhasil menunjukan variabel motivasi wisatawan memiliki pengaruh dominan.   |
| 3   | Rivan Maulidin (Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia 2017) | Pengaruh Atraksi Wisata terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Waduk Darma Kabupaten Kuningan   | Deskriptif Kuantitatif        | Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan bahwa variabel atraksi wisata berada dalam kategori baik dengan persentase 68,33 % begitupun dengan variabel minat berkunjung berada pada kategori baik dengan presentase 69,18 % sedangkan pengaruh dari Atraksi Wisata terhadap Minat Berkunjung memperoleh hasil 32,8% Hasil tersebut bernilai positif yang artinya semakin baik atraksi wisata yang ada di Daya Tarik Wisata Waduk Darma, maka semakin meningkat pula minat berkunjung di Daya Tarik Waduk Darma  |
| 4   | Febri Kusuma Dewi (Pendidikan Geografi UNJ 2017)   | Daya Dukung Fisik Pariwisata Alam di Pulau Untung Jawa Kabupaten Kepulauan Seribu Provinsi DKI Jakarta  | Deskriptif                    | Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang daya dukung fisik kawasan wisata alam pulau untung jawa, maka dapat disimpulkan dari penelitian ini bahwa daya dukung fisik untuk kegiatan wisata alam pada setiap objek wisata alam pada setiap objek wisata di pulau untung jawa pertahun 2016 belum melampaui daya dukung fisik dari pulau untung jawa.   |
| 5   | Nur Fajar Sidik (Fakultas Ilmu Universitas Negeri Jakarta 2020)                                    | Analisis Daya Dukung Pariwisata dan Tingkat Kepuasan Wisatawan di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta  | Deskriptif                    | Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan wisatawan yang dihasilkan secara kumulatif setelah melakukan survey kepada wisatawan adalah 9,43% wisatawan merasa puas, wisatawan merasa sangat puas berinteraksi dengan satwa jenis burung yang dapat dijumpai seperti elang, bangai, merak, kakak tua dan kasuari selain itu wisatawan juga sangat menikmati adanya kereta keliling, karena sangat membantu wisatawan yang tidak ingin berjalan kaki untuk mengelilingi Taman Margasatwa Ragunan terdapat empat kereta wisata keliling yang beroperasi masing-masing terdiri dari 3 rangkaian. |

*Sumber : Halimatussaddiah (2017), Syakir Kamil Ainul Fitroh (2017), Rivan Maulidin (2017), Febrilia Kusuma Dewi Skripsi (2017), Nur Fajar Sidik (2020)*

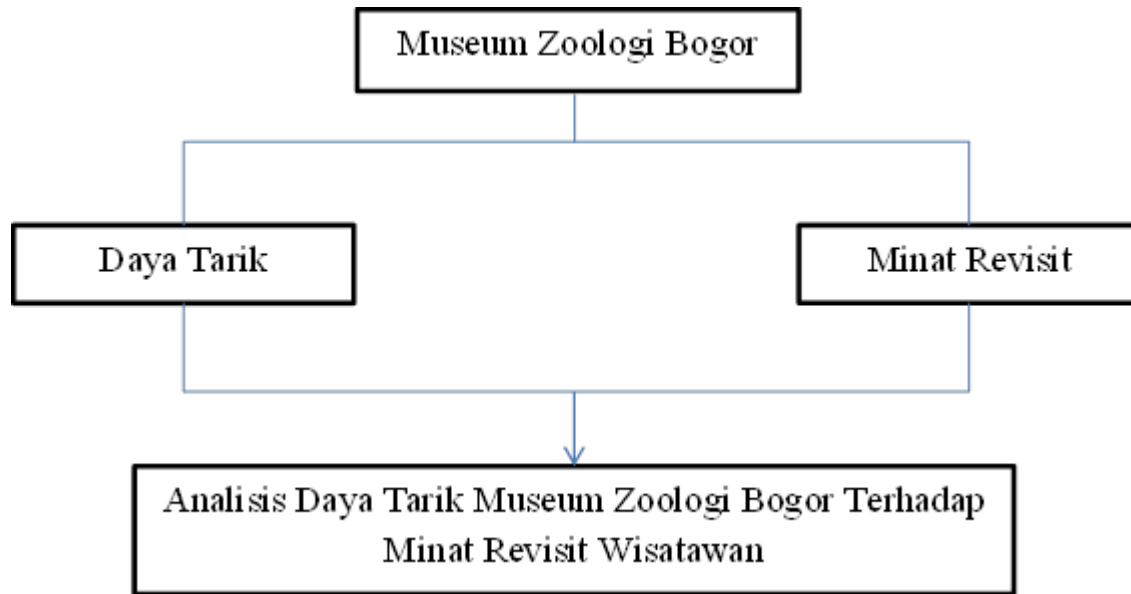
### **C. Kerangka Berpikir**

Museum Zoologi Bogor menjadi peran penting dalam pameran museum sebagai nilai daya tarik di museum. Museum Zoologi Bogor yang berada di Kebun Raya Bogor adalah salah satu museum yang dapat menarik perhatian wisatawan Indonesia maupun manca Negara.

Daya tarik wisata yang dimiliki Museum Zoologi Bogor diharapkan dapat menjadikan Museum Zoologi Bogor menjadi pilihan masyarakat dalam berwisata. Museum Zoologi Bogor memiliki daya tarik wisata tersendiri untuk menarik wisatawan berkunjung selain jumlah koleksi yang dimiliki museum ini, kerangka ikan paus yang dipamerkan di museum diharapkan dapat menjadi atraksi wisata yang diminati pengunjung untuk dapat berkunjung ulang ke Museum Zoologi Bogor.

Dalam usaha mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan dan layanan kepada pengunjung, pengelola perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi daya tarik dan motivasi kunjung ulang wisatawan ke Museum Zoologi Bogor. Apabila atraksi wisata dan

motivasi pengunjung terpenuhi sesuai dengan harapan yang mereka alami saat berkunjung maka wisatawan akan senang dan juga puas. Sehingga dampak dari rasa senang dan puas akan berdampak pada kunjung ulang ke Museum Zoologi Bogor.



Gambar 2. 3 Skema Kerangka Berpikir