

2. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai teori *tourist role*, *trait sensation seeking* yang terdiri atas penjelasan definisi, dimensi, faktor yang mempengaruhi, dan cara mengukurnya. Selain itu, dalam bab ini juga ditambahkan penjelasan mengenai wisata dan wisatawan.

2.1. Wisata

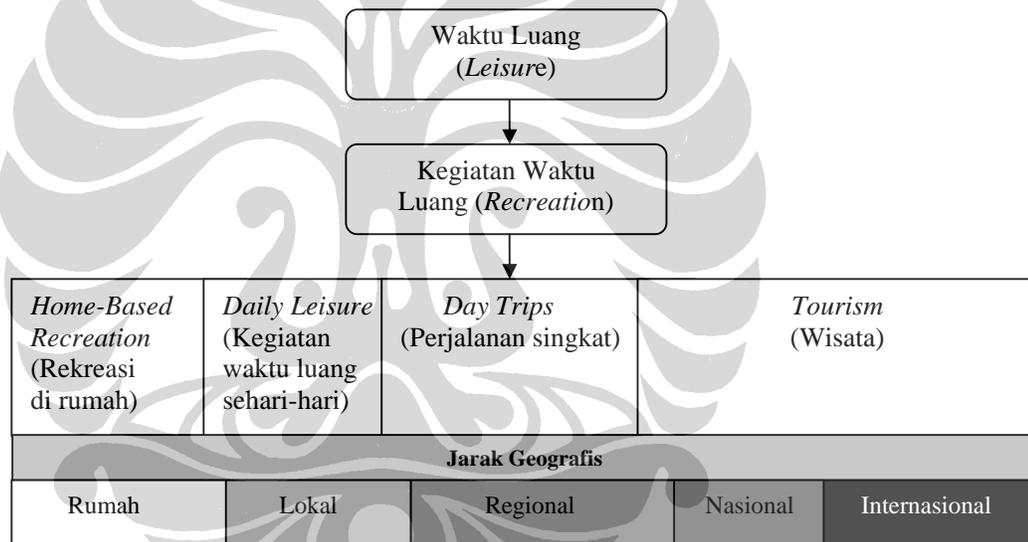
Sebelum menjelaskan mengenai wisata, penulis akan menjelaskan terlebih dahulu hubungan antara aktivitas waktu luang (*leisure activity*) dengan wisata (*tourism*).

2.1.1. Definisi Aktivitas Waktu Luang

Kata *leisure* (waktu luang) berasal dari kata *licer* yang dalam Bahasa Latin berarti diizinkan, diperkenankan atau dibolehkan (*to permit or allow*). Waktu luang (*leisure*) didefinisikan sebagai “*permission to do as one pleases at one’s own pace, to participate in activity of one’s own choice, and to abandon the activity at will*” (Cordes & Ibrahim, 1999, hal.5). Hal ini sejalan dengan Neulinger (1978) yang menyatakan bahwa *leisure* adalah waktu luang atau suatu keadaan lawan dari bekerja. Kemudian Boniface dan Cooper menambahkan bahwa *leisure* adalah “*a combined measure of time and attitude of mind to create periods of time when other obligations are at a minimum*” (dalam Cooper et al., 1998, hal.11). Berdasarkan definisi-definisi tersebut, maka waktu luang adalah waktu di luar waktu individu untuk melaksanakan kegiatan sehari-hari yang memperkenankan individu bebas berpartisipasi dalam aktivitas dan kesenangan yang diinginkan. Individu tidak hanya menggunakan waktu luang sebagai waktu sisa (*residual time*) yang tersedia namun juga harus memiliki sikap hendak melakukan kegiatan dalam waktu luang tersebut.

Aktivitas waktu luang (*leisure activity*) adalah performa atau perbuatan tertentu yang dilakukan pada waktu luang (Cooper et al., 1998; Cordes & Ibrahim, 1999). Boniface dan Cooper (dalam Cooper et al., 1998) membagi kegiatan waktu luang menjadi empat jenis berdasarkan penggunaan waktu dan jarak yang

ditempuh. Keempat kegiatan tersebut adalah *home-based recreation*, *daily leisure*, *day trip* dan *tourism* (wisata). *Home-based recreation* adalah rekreasi yang dilakukan di rumah seperti membaca, berkebun, menonton TV dan lain sebagainya. *Daily leisure* adalah kegiatan rekreasi di luar rumah yang dapat dilakukan sehari-hari seperti menonton bioskop, teater, makan di restaurant, dan berolahraga. *Day trip* adalah kegiatan mengunjungi suatu tempat yang berbeda dari lingkungan sehari-hari dalam waktu singkat tanpa menginap seperti berpiknik, menonton festival tertentu dan terakhir adalah *tourism* (wisata) adalah kegiatan berpindah sementara ke suatu daerah tujuan di luar lingkungan rumah dan tempat kerja biasa. Hubungan antara kegiatan waktu luang dan wisata dapat digambarkan dalam tabel berikut:



Gambar 2.1 Bagan Hubungan Waktu Luang dan Wisata

2.1.2. Definisi Wisata

Bonniface dan Cooper (dalam Cooper et al., 1998) mendefinisikan wisata sebagai kegiatan berpindah sementara ke suatu daerah tujuan di luar lingkungan rumah dan tempat kerja biasanya. Definisi ini sesuai juga dengan definisi UU RI tentang kepariwisataan yaitu UU No. 9 tahun 1990 yang menyatakan bahwa “wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata” (Sammey dalam Malay, 2007). Sementara itu definisi wisata

menurut WTO (*World Tourism Organization*) adalah aktivitas dari orang yang melakukan perjalanan dan menetap di suatu tempat di luar lingkungan yang mereka tempati dalam jangka waktu setidaknya 24 jam dan tidak lebih dari satu tahun berturut-turut dimana tujuan aktivitas tersebut meliputi tujuan kesenangan, alasan keluarga, kesehatan, rekreasi, liburan dan tujuan lain yang bukan merupakan pekerjaan (Cooper et al., 1998; Mill, 2000; Ross, 1998).

Berdasarkan definisi-definisi di atas, maka yang dimaksud dengan wisata adalah kegiatan pergi ke suatu daerah atau tempat di luar lingkungan tempat tinggal atau tempat menetap secara sukarela dan bersifat sementara (minimal 24 jam dan maksimal satu tahun) bertujuan untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.

2.2. Tourist Role

2.2.1. Definisi *Tourist Role*

Giddens (dalam Wickens, 2002) menyatakan bahwa secara umum yang dimaksud dengan *role* atau peran adalah:

As generally accepted, the word "role" refers to the pattern of behavior expected of an individual who occupies a particular status, with each role carrying certain characteristic actions, emotions, and attitudes

(Giddens, dalam Wickens, 2002, hal. 846).

Berdasarkan definisi di atas, *role* atau peran adalah pola perilaku yang dilakukan oleh individu ketika menjalani status tertentu, dimana setiap peran menjadikan individu memiliki karakteristik tindakan, emosi dan sikap tertentu (Giddens, dalam Wickens, 2002). Sementara itu, Cohen (1972) menyatakan bahwa pola perilaku wisata yang stabil dan dapat teridentifikasi disebut dengan *tourist role*. *Tourist role is the stable, clearly identifiable patterns of tourist behavior* (Cohen 1972).

Dari penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa ketika seseorang menyanggah status tertentu (*individual who occupies a particular status*), ia akan menjalani peran (*role*) tertentu pula. Ketika menjalani peran tertentu, seseorang akan memiliki pola perilaku yang diharapkan (*the pattern of behavior expected*).

Pola perilaku ini meliputi tindakan (*action*), emosi (*emotions*) dan sikap (*attitudes*) tertentu.

Contohnya ialah seorang ibu yang berprofesi sebagai guru akan memiliki peran ganda, yakni sebagai guru dan sebagai ibu bagi anaknya. Ketika berperan sebagai guru, ia akan menampilkan perilaku sebagai pengajar di kelas. Sementara ketika berperan sebagai ibu, ia akan menampilkan perilaku sebagai orangtua bagi anak-anaknya. Demikian juga halnya dengan *tourist role*. Ketika seseorang berwisata, ia akan menyandang status sebagai wisatawan (*individual who occupies a particular status*) sehingga orang tersebut akan menjalani perannya sebagai wisatawan. Peran wisatawan ini kemudian menjadikan seseorang memiliki pola perilaku wisata tertentu (*patterns of tourist behavior*) yang meliputi tindakan (*action*), emosi (*emotions*) dan sikap (*attitudes*). Oleh sebab itu *tourist role* pada masing-masing wisatawan akan menjadikan wisatawan memiliki pola perilaku wisata yang berbeda pula.

Giddens (dalam Wickens, 2002, hal. 846) menyampaikan bahwa *tourist role* dapat dipelajari dari bagaimana seorang wisatawan berperilaku wisata dan memilih aktivitas wisata yang akan dilakukannya. Mempelajari *tourist role* bermanfaat dalam memahami bagaimana suatu proses pemilihan kegiatan berwisata yang berbeda antara wisatawan yang satu dengan lainnya, sekaligus akan bermanfaat dalam mensegmentasikan wisatawan.

Berdasarkan definisi-definisi di atas, yang dimaksud dengan *tourist role* adalah pola perilaku wisata yang dilakukan oleh wisatawan, meliputi tindakan, emosi dan sikap.

2.2.2 Kebutuhan yang Mendasari *Tourist Role*

Berdasarkan konsep tipologi wisatawan, Cohen (1972) menyatakan bahwa terdapat dua kebutuhan yang mendasari terbentuknya *tourist role*, yakni kebutuhan atas *familiarity* dan *novelty*. Secara fundamental, kemanapun seorang wisatawan memilih untuk pergi berwisata, keputusan mereka tetap didasari oleh keberadaan dua kebutuhan tersebut. Perilaku wisata yang muncul merupakan hasil dari perbedaan rasio antara kebutuhan mencari *familiarity* dan *novelty*. Oleh sebab itu, perbedaan pola perilaku wisatawan dibedakan berdasarkan sejauh mana

kebutuhan mereka terhadap *familiarity* dan *novelty*. Berikut merupakan penjelasan mengenai kebutuhan *familiarity* dan *novelty*:

1. Kebutuhan *familiarity*

Kebutuhan *familiarity* adalah kebutuhan untuk memperoleh kondisi yang familiar dalam berwisata. Kondisi familiar diartikan sebagai kondisi yang serupa dengan latar belakang budaya atau lingkungan tempat tinggal yang biasa ditemui oleh wisatawan (*home culture*).

Oleh sebab itu, kebutuhan *familiarity* akan mendorong wisatawan untuk mencari kondisi yang serupa dengan latar belakang budayanya, baik dalam memilih tempat penginapan, makanan, transportasi maupun paket wisata. Sebagaimana dijelaskan Cohen (dalam Jiang, Havits dan O’Brein, 2000) di bawah ini:

Tourist would like to experience the novelty of the macro environment of a strange place from the security of a familiar microenvironment, consisting of such familiar components as transportation, hotels, food, and packaged tours.

(Cohen dalam Jiang, Havits dan O’Brein, 2000, hal.967).

Contohnya, masyarakat negara Barat umumnya terbiasa mengkonsumsi minuman beralkohol dan mencari diskotek sebagai tempat hiburan malam. Sehingga ketika berwisata, kebutuhan *familiarity* akan mendorong wisatawan mancanegara yang berasal dari negara Barat untuk mencari diskotek sebagai tempat hiburan malam atau mengkonsumsi minuman beralkohol. Hal ini terjadi karena kebutuhan *familiarity* mendorong wisatawan untuk mencari kondisi yang serupa dengan latar belakang budayanya. Berdasarkan ilustrasi di atas, mengkonsumsi minuman beralkohol atau mencari diskotek sebagai tempat hiburan malam merupakan contoh kondisi familiar atau kondisi yang serupa dengan latar belakang budaya (*home culture*) yang biasa ditemui oleh wisatawan mancanegara di negara asalnya.

Dalam memenuhi kebutuhan terhadap kondisi yang familiar, wisatawan menciptakan “*environmental bubble*” dari lingkungan asing yang dihadapi. *Enviromental bubble* merupakan sebuah pengkondisian

(*conditioning*) yang sengaja diciptakan oleh wisatawan untuk memperoleh keadaan yang nyaman dan familiar dengan dirinya dan latar belakang budayanya. Kondisi ini diciptakan wisatawan agar ia dapat membatasi dan mengontrol ruang geraknya dalam lingkungan mikro yang familiar walau berada dalam lingkungan makro yang asing.

2. **Kebutuhan *novelty***

Kebutuhan *novelty* adalah kebutuhan untuk memperoleh sesuatu yang baru (*newness*) dan unik (*uniqueness*) dalam berwisata. Kebutuhan *novelty* menjadikan wisatawan lebih menyukai untuk dapat membaur dengan lingkungan asing yang dihadapi (Jiang, Havits dan O'Brein, 2000).

2.2.4. **Dimensi *Tourist Role***

Mo (dalam Jiang, Havits dan O'Brein, 2000) menyatakan bahwa dibutuhkan batasan-batasan yang jelas sebagai sumber indikator dari pola perilaku wisata dalam membedakan wisatawan berdasarkan kebutuhannya terhadap *familiarity* dan *novelty*. Oleh sebab itu, konsep tipologi Cohen perlu dilengkapi dengan dimensi-dimensi *tourist role* yang menjadi dasar dalam mengetahui perbedaan pola perilaku wisata terbentuk berdasarkan perbedaan antara tingkat kebutuhan atas *familiarity* dan *novelty*. Berikut adalah penjelasan dari dimensi-dimensi *tourist role* (Mo dalam Jiang, Havits dan O'Brein, 2000, hal. 964):

1. **Dimensi *destination oriented***

Menurut Mo (dalam Jiang, Havits dan O'Brein, 2000) yang dimaksud dengan *destination oriented* adalah:

The destination-oriented dimension reflected the degree to which tourist choice was motivated by the desire for new and different travel experiences in terms of culture, people, language, and tourism establishments at a macro or destination level.

(Mo dalam Jiang, Havits dan O'Brein, 2000, hal. 966).

Berdasarkan definisi di atas, *destination oriented* merupakan dimensi yang menjelaskan sejauh mana pemilihan tujuan wisata didasari oleh keinginan

untuk memperoleh pengalaman wisata yang baru dan berbeda, dalam konteks budaya, masyarakat, bahasa maupun keamanan pariwisata di daerah tujuan wisata.

Wisatawan dengan kebutuhan *familiarity* tinggi akan memprioritaskan daerah tujuan wisata yang memiliki keamanan industri pariwisata, serta mengunjungi tempat-tempat yang telah populer. Sementara wisatawan dengan kebutuhan *novelty* tinggi lebih tertarik untuk menjelajah ke daerah yang semakin asing dan jarang dikunjungi. Mereka juga tertarik untuk pergi ke daerah yang makin terpencil dan jauh dari keamanan industri pariwisata. Semakin besar perbedaan latar belakang budaya yang ada justru semakin menambah rasa ingin tahu wisatawan (Mo dalam Jiang, Havits dan O'Brein, 2000, hal. 966).

2. Dimensi *travel service*

Menurut Mo (dalam Jiang, Havits dan O'Brein, 2000) yang dimaksud dengan *travel service* adalah:

The travel service dimension of the novelty could be understood by examining the extent to which tourists preferred to use institutionalized services when traveling.

(Mo dalam Jiang, Havits dan O'Brein, 2000, hal. 967).

Berdasarkan definisi di atas, *travel service* merupakan dimensi yang menjelaskan sejauh mana wisatawan melakukan perencanaan perjalanan dan menginginkan pelayanan dari institusi pariwisata seperti agen atau biro perjalanan wisata ketika akan berpergian.

Cohen (1972) berpendapat bahwa wisatawan dengan kebutuhan *novelty* tinggi menyukai perjalanan dengan pengaturan yang lebih independen. Mereka juga jarang atau tidak menggunakan pelayanan dari biro perjalanan wisata. Beberapa wisatawan dengan kebutuhan *novelty* yang tinggi terkadang memutuskan untuk melakukan perjalanan secara tiba-tiba tanpa melakukan perencanaan terlebih dahulu. Mereka berani mengambil risiko untuk berpergian tanpa perencanaan dan menggunakan dana yang terbatas. Sementara wisatawan dengan kebutuhan *familiarity* tinggi menginginkan pelayanan institusi dan

perencanaan perjalanan yang terjamin. Mereka ingin berada dalam lingkungan mikro yang familiar ketika berpergian ke lingkungan makro yang asing (Cohen dalam Jiang, Havits dan O'Brein, 2000, hal. 967).

3. Dimensi *social contact*

Menurut Mo (dalam Jiang, Havits dan O'Brein, 2000) yang dimaksud dengan *social contact* adalah:

Tourists differed on the extent and variety of their social contacts with the locals. The interactional model which deals with the extent and manner of contacts between the tourist and local people reflected the social contact dimension.

(Cohen dalam Jiang, Havits dan O'Brein, 2000, hal. 967).

Berdasarkan definisi di atas, *social contact* merupakan dimensi yang menjelaskan sejauh mana wisatawan melakukan kontak sosial dengan penduduk lokal. Kontak sosial merupakan model interaksi yang terjadi antara wisatawan dengan penduduk lokal yang menunjukkan sejauh mana wisatawan memiliki keinginan untuk dapat mengalami, mengerti, dan beradaptasi dengan budaya yang berbeda (Cohen, 1972). Kontak sosial dapat dilihat dari seberapa jauh keterlibatan wisatawan untuk menjalin hubungan pertemanan dengan penduduk lokal, mempelajari bahasa hingga keinginan untuk berbagi dan terlibat dalam kehidupan penduduk lokal (contohnya keinginan untuk berbagi tempat bernaung), “mengadopsi” kebudayaan lokal hingga menjadi bagian dari penduduk lokal (Mo dalam Jiang, Havits & O'Brein, 2000, hal. 967).

Wisatawan dengan kebutuhan *familiarity* tinggi lebih menyukai untuk menghindari kontak atau membatasi interaksi dengan penduduk lokal. Mereka lebih nyaman dengan hanya melakukan observasi terhadap penduduk lokal tanpa menjalin kontak sosial tertentu. Sementara wisatawan dengan kebutuhan *novelty* tinggi lebih tertarik untuk dapat melakukan kontak sosial baik secara fisik maupun emosional dengan penduduk lokal. Mereka juga tertarik untuk terlibat dalam kehidupan sehari-hari dengan penduduk lokal (Cohen, 1972).

2.2.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Tourist Role*

Sebagaimana definisi *tourist role* sebagai pola perilaku wisata yang stabil dan dapat teridentifikasi dengan jelas, maka faktor-faktor yang mempengaruhi *tourist role* serupa dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku wisata seseorang. Menurut Morley (dalam Ross, 1998, hal.40) terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi perilaku wisata, yakni:

a. Faktor Intrinsik

Perbedaan karakteristik wisatawan merupakan faktor intrinsik yang mempengaruhi perilaku wisata seseorang seperti jenis kelamin, besarnya penghasilan yang mencerminkan perbedaan status sosial ekonomi, usia, motivasi dan kepribadian.

b. Faktor Ekstrinsik

Faktor di luar karakteristik wisatawan yang mempengaruhi pelaksanaan perjalanan wisata merupakan faktor ekstrinsik yang turut mempengaruhi perilaku wisata. Faktor tersebut antara lain adalah objek wisata, promosi, atribut pariwisata, transportasi, dan pihak-pihak yang turut berperan dalam industri pariwisata baik secara langsung maupun tidak langsung.

Peneliti memfokuskan penelitian pada faktor-faktor intrinsik yang mempengaruhi perilaku wisata yakni:

1. Jenis kelamin

Perbedaan jenis kelamin telah banyak dibahas dalam berbagai penelitian mengenai perilaku wisata dengan hasil yang beraneka ragam. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Pizam et al. (2002) yang menunjukkan bahwa pria lebih banyak terlibat dalam perilaku wisata yang lebih berisiko dibandingkan wanita.

2. Penghasilan

Besarnya jumlah penghasilan yang dimiliki mempengaruhi perilaku wisata seseorang terutama dalam proses pengambilan keputusan dalam berwisata. Wisatawan akan mempertimbangkan jumlah uang (*money budget*) serta nilai-nilai ekonomis yang dapat diperoleh ketika berwisata. Oleh sebab itu,

perbedaan besarnya penghasilan akan mempengaruhi perilaku wisata seseorang (Schiffman & Kanuk, 2007).

3. Usia

Perbedaan usia mempengaruhi karakteristik individu baik dari segi fisik, psikososial maupun perkembangan kognitifnya (Papalia, Olds & Feldman, 2007). Perbedaan usia sangat mempengaruhi kebutuhan wisatawan dalam berwisata. Contohnya ialah wisatawan usia dewasa muda memiliki kecenderungan besar untuk melakukan perjalanan wisata dengan tujuan sekedar untuk berpergian (*simply to get away*) (Cooper et al., 1998).

4. Motivasi

Motivasi merupakan energi pendorong yang menyebabkan individu melakukan kegiatan wisata. Setiap individu digerakkan oleh motivasi yang berbeda-beda dalam berwisata. Motivasi dalam berwisata terdiri atas motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi interpersonal, dan motivasi untuk mendapatkan status dan martabat. Wisatawan yang berbeda mungkin akan mengunjungi objek wisata yang sama, namun mungkin dilatarbelakangi oleh motivasi yang berbeda. Oleh sebab itu motivasi mendorong wisatawan menunjukkan perilaku wisata tertentu (Cooper et al., 1998; Ross, 1998; Mill, 2000).

5. Kepribadian

Sifat (*trait*) merupakan dimensi kepribadian. Secara teoritis, definisi *trait* adalah suatu struktur neurofisik yang membimbing individu pada tingkah laku adaptif dan ekspresif (Alwilsol, 2005). Perbedaan *trait* menjadikan individu memiliki perilaku yang berbeda, termasuk dalam berwisata. Salah satunya adalah *trait sensation seeking*. Pada wisatawan, kebutuhan terhadap *novelty* dan kesediaan untuk mengambil risiko dalam berwisata dipengaruhi oleh keberadaan *trait sensation seeking* dalam diri wisatawan. *Trait sensation seeking* mempengaruhi kebutuhan individu untuk dapat memperoleh stimulus dan *arousal* yang tinggi sehingga cenderung untuk berperilaku yang berisiko, mencari sensasi, tantangan, pengalaman baru, serta variasi yang tinggi dalam hidupnya (Zuckerman, 1979; 1994; 2000).

Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan *trait sensation seeking* sebagai salah satu variabel penelitian.

2.2.5. Cara Mengukur *Tourist Role*

Tourist role diukur dengan metode lapor diri (*self-report*). Pengukuran *tourist role* dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kebutuhan wisatawan terhadap kondisi *novelty* maupun *familiarity* dalam berwisata, yang ditunjukkan melalui kecenderungan pola perilaku wisata pada dimensi-dimensi *destination oriented*, *travel service* dan *social contact*.

Konsep *tourist role* pertama kali dikemukakan oleh Cohen (1972) sebagai bentuk tipologi wisatawan. Tipologi wisatawan dikembangkan Cohen berdasarkan pendekatan sosiologi. Selama lebih dari 20 tahun, konsep *tourist role* digunakan untuk menjelaskan mengenai perbedaan pola perilaku wisata pada wisatawan berdasarkan kebutuhan *familiarity* dan *novelty* yang dimilikinya. Namun aspek-aspek apa saja yang menjadi indikator dalam mengukur kebutuhan *familiarity* dan *novelty* bagi wisatawan tidak dikemukakan secara jelas dalam konsep tipologi wisatawan ini. Hingga kemudian di tahun 1991, dalam disertasinya, Mo (dalam Jiang, Havits & O'Brein, 2000) mengembangkan dimensi-dimensi *tourist role* yang digunakan sebagai dasar bagi terbentuknya indikator perilaku-perilaku wisata yang menunjukkan kebutuhan *novelty* maupun *familiarity* pada wisatawan. Alat ukur *tourist role* ini kemudian disusun dalam konteks wisatawan mancanegara dan disebut dengan *International Tourist Role* (ITR). Digunakan untuk mengukur kecenderungan pola-pola perilaku wisata pada wisatawan berdasarkan kebutuhan atas *novelty* maupun *familiarity* yang berbeda.

Dalam penelitian ini, *tourist role* diukur melalui skala sikap yang disusun oleh peneliti dalam konteks wisatawan nusantara. Alat ukur *tourist role* disusun berdasarkan konsep tipologi wisatawan (Cohen, 1972) yang dikembangkan dimensinya oleh Mo (dalam Jiang, Havits & O'Brein, 2000).

2.3 Trait Sensation Seeking

2.3.1. Definisi Trait Sensation Seeking

Zuckerman (1979) memberi definisi *sensation seeking* sebagai "*seeking of varied, novel, complex and intense sensations and experiences*". Zuckerman (1979) menjelaskan *sensation-seeking* sebagai motif biososial, berdasarkan perbedaan dalam biokimia dari neurotransmitter tertentu dari sistem limbik yang mengatur pendekatan, eksplorasi, dan aktivitas umum. Menurut teorinya, orang yang berpartisipasi dalam aktivitas yang berisiko dapat mengaktifkan sistem limbik.

Seiring dengan berbagai penelitian yang dilakukan, definisi *sensation seeking* pun semakin berkembang. Zuckerman (1991) memperbaharui definisinya menjadi:

"a trait defined by the seeking of varied, novel, complex, and intense sensations and experiences, and the willingness to take physical, social, legal, and financial risks for the sake of such experience"

(Zuckerman, 1991, hal. 10)

Maka, yang dimaksud dengan *trait sensation seeking* adalah sebuah *trait* (sifat) yang ditentukan oleh kebutuhan mencari sensasi dan pengalaman yang bervariasi, baru dan tidak biasa, kompleks juga intens dan keinginan untuk mengambil risiko sosial, legal dan finansial hanya untuk mendapatkan sebuah pengalaman (Zuckerman, 1979; 1991).

Zuckerman meneliti mengenai *trait sensation seeking* sejak awal tahun 1960an. Mulanya ia tertarik dengan faktor situasional yang mempengaruhi fenomena terhadap *sensory deprivation*. Tes kepribadian dan beberapa eksperimen diberikan kepada sejumlah subjek untuk melihat apakah terdapat reaksi terhadap beberapa kondisi stimulus yang diberikan. Zuckerman kemudian mengembangkan teori biologi untuk melihat perbedaan individu dalam mencari sensasi. Dasar biologis dihubungkan dengan kuatnya refleks terhadap stimulus dan menguatnya respon terhadap stimulus tersebut. Hal ini terjadi diiringi tingginya hormon seks (testosteron, estrogen dan esterodial) dan adanya enzim yang merangsang hadirnya *neurotransmitter* (Zuckerman, 1991; London & Esner, 1978).

Model pencarian sensasi tinggi diasosiasikan dengan rendahnya tingkat aktivitas *norepinephrine* atau kemampuan *arousal*. Sehingga orang tersebut mencari stimulasi untuk mengimbangi tingkat *norepinephrine* yang rendah. Semakin individu merasa berhasil memenuhi kebutuhannya dalam mencari sensasi, semakin ia merasa memperoleh *reward* dari perilakunya yang secara biologis mampu mengimbangi tingkat *norepinephrine* dalam tubuhnya.

Trait sensation seeking dipengaruhi oleh adanya susunan kode gen tertentu, yakni kode pada kelas reseptor *dopamine*, yakni gen 4(DRD4). Selain itu keberadaan enzim *monoamine oxidase* (MAO) juga sangat berpengaruh. Enzim MAO berfungsi untuk menjaga keseimbangan *neurotransmitter* sekaligus menjadi katalis terhadap *neurotransmitter norepinephrine* dan *dopamine*. Seorang *low sensation seeker* memiliki 2 *monoamine neurotransmitters* yang beregulasi namun memiliki kadar *dopamine* yang tinggi dan *serotonin* yang rendah (Zuckerman & Kuhlman, 2000). Oleh sebab itu diperkirakan 60% variabilitas *sensation seeking* berasal dari faktor genetika (London & Esner, 1978; Zuckerman, 1991).

Zuckerman (2000) menyatakan bahwa kondisi biologis sebagaimana dijelaskan di atas, mendorong kebutuhan individu untuk memperoleh sensasi dan variasi dalam hidupnya, sehingga mereka harus mengambil risiko demi memperoleh kondisi tersebut. Kebutuhan mencari sensasi, *arousal* dan pengalaman baru (*novelty*) memberikan kecenderungan pada individu untuk berperilaku dengan cara tertentu (*to act in particular ways*). Kecenderungan yang disebabkan oleh kebutuhan tersebut terus berkembang dari waktu ke waktu, hingga kemudian menetap menjadi sebuah *trait* dalam diri individu. Hal ini mengacu pada definisi *trait* sebagai ciri pembawaan yang konsisten dalam setiap individu dan bersifat relatif stabil sejalan dengan waktu. *Trait sensation seeking* tidak secara mutlak menjadi determinan yang mempengaruhi seseorang dalam setiap situasi. Namun *trait sensation seeking* tetap memberikan pengaruh terhadap individu baik dalam perilaku, gaya hidup dan penampilan, dan lain sebagainya (Cloninger, 2004; Grasha & Kirschenbaum, 1980; Zuckerman, 2000).

2.3.2 Dimensi *Trait Sensation Seeking*

Trait sensation seeking meliputi empat dimensi yakni (London & Esner, 1978, Zuckerman, 1991):

- 1) *Thrill and Adventure Seeking* (TAS) merefleksikan kebutuhan individu untuk melakukan tindakan berisiko dan penuh petualangan yang menawarkan sensasi unik pada tiap individu. Tindakan berisiko meliputi keinginan yang kuat untuk terlibat dalam aktivitas fisik yang menuntut kecepatan, berbahaya dan merupakan aktivitas yang 'menyimpang' dari gravitasi bumi (seperti terjun payung, menyelam, dan *bungee jumping*).
- 2) *Experience Seeking* (ES) mengekspresikan pencarian individu terhadap pengalaman baru (*novel experiences*) melalui pemikiran, penginderaan, dan gaya hidup yang tidak konvensional dan tidak konform dalam berbagai hal, termasuk dalam hal musik, seni, *travel style* hingga gaya hidup antikonformitas lainnya.
- 3) *Disinhibition* (DIS) merefleksikan perilaku impulsif yang *extrovert* pada individu, meliputi keinginan yang kuat (*desire*) untuk melakukan perilaku yang mengandung risiko sosial dan risiko kesehatan. Perilaku yang mengandung risiko sosial dan kesehatan adalah perilaku yang secara potensial dapat menimbulkan dampak negatif terhadap posisi seseorang dalam masyarakat, terhadap kondisi badan atau pikiran seseorang, yang dapat muncul dari proses di masa kini atau peristiwa di masa yang akan datang. Perilaku *Disinhibition* antara lain adalah mengonsumsi minuman beralkohol, menyukai pesta, sengaja melanggar peraturan lalu-lintas, bermesraan di depan umum dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan norma sosial masyarakat pada umumnya.
- 4) *Boredom Susceptibility* (BS) merefleksikan perilaku individu yang antipati terhadap pengalaman yang repetitif, pekerjaan yang rutin, kehadiran orang-orang yang dapat terprediksi, dan reaksi ketidakpuasan terhadap kondisi yang membosankan tersebut. *Boredom susceptibility* juga menyebabkan hadirnya kegundahan pada individu saat tidak ada perubahan pada kehidupannya, dan ketidaksukaan pada orang yang membosankan.

2.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Trait Sensation Seeking*

Terdapat dua faktor utama yang kerap dikaitkan sebagai faktor yang menjadi sumber penyebab munculnya *trait sensation seeking* dalam diri individu, yakni faktor herediter dan faktor lingkungan (Zuckerman, 1991; Grasha & Krischenbaum, 1980). Berikut merupakan penjelasan faktor-faktor yang mempengaruhi *trait sensation seeking*:

a. Faktor Herediter

Faktor herediter merupakan faktor utama yang diprediksi sebagai penyebab munculnya *trait sensation seeking* dalam diri individu. Beberapa penelitian yang telah dilakukan Zuckerman mengindikasikan adanya faktor genetik yang sangat mempengaruhi susunan gen dan kondisi biologis individu sehingga memiliki kecenderungan untuk mencari sensasi dalam hidupnya. Keberadaan MAO (*monoamine oxidase*), kode kelas genetik *dopamine 4* (DRD4), kadar hormon seksual dan kadar tingginya *neurotransmitter norepinephrine* maupun *dopamine* dipercaya menjadi kondisi biologis yang menyebabkan individu memiliki kebutuhan *arousal* dan sensasi yang tinggi. Kondisi biologis ini tentu disebabkan oleh susunan genetika yang diturunkan oleh generasi sebelumnya. Oleh sebab itu faktor herediter diprediksi memberikan pengaruh setidaknya 60% pada seseorang untuk memiliki kebutuhan *arousal* dan sensasi yang tinggi dalam dirinya.

Zuckerman (1983) yang menyatakan bahwa usia dan jenis kelamin menjadi faktor demografik yang paling mempengaruhi tingkat *trait sensation seeking* seseorang. Menurut Zuckerman (1983), *trait sensation seeking* lebih tinggi pada pria dibanding wanita dan mulai berkembang pada usia 9-14 tahun lalu mengalami puncaknya pada tahap perkembangan remaja akhir atau dalam kisaran usia 20-an tahun kemudian mulai menurun dan cenderung stabil di akhir usia dewasa muda.

b. Faktor Lingkungan

Hasil pembelajaran sosial (*social learning*) merupakan faktor yang juga mempengaruhi dan 'mengajarkan' individu untuk menyukai sensasi dan perilaku mencari sensasi tertentu. Faktor lingkungan dan pembelajaran sosial ini kemudian diprediksi sebagai 40% kemungkinan seseorang untuk

terstimulus dalam memiliki *trait sensation seeking* dan kebutuhan pencarian sensasi lainnya. Observasi dan imitasi pada orangtua, teman, dan *significant others* memungkinkan seseorang untuk mempelajari perilaku yang cenderung mencari sensasi, baik secara tinggi maupun rendah.

2.3.4. Karakteristik Individu dengan *Trait Sensation Seeking*

Berikut merupakan tabel perbedaan deskripsi diri pada individu pencari sensasi yang tinggi dan individu pencari sensasi yang rendah (London & Esner, 1978):

Tabel 2.1 Perbedaan Deskripsi Diri Individu Pencari Sensasi

Pencari Sensasi Tinggi	Pencari Sensasi Rendah
Antusias	Penakut (<i>frightening</i>)
Senang bermain (<i>playful</i>)	Panik
Petualang	Tegang (<i>tense</i>)
Imaginatif	Gugup (<i>nervous</i>)
Pemberani	Gemetar (<i>shaky</i>)
Riang gembira (<i>elated</i>)	Gelisah (<i>fearful</i>)
Lucu (<i>zany</i>)	Pencemas
Nakal (<i>mischievous</i>)	Pemarah

Zuckerman (1991) menyatakan bahwa individu dengan tingkat *trait sensation seeking* tertentu memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik orang-orang pencari sensasi tinggi antara lain tampak dari: (a) terlibat dalam aktivitas hidup berisiko tinggi dalam kegiatan olahraga, profesi, pekerjaan dan hobi, (b) menyukai situasi fobia yang umum, seperti kegelapan, ketinggian, kedalaman dan hewan yang berbahaya, (c) mempunyai keberanian ekstrim, (d) menyukai segala hal yang menantang, (e) dapat menikmati segala sesuatu yang berbahaya, (f) menganggap segala situasi kurang berisiko, (g) terlibat dalam perilaku berisiko-kecenderungan melakukan hal berbahaya, (h) banyak melakukan spekulasi, (i) suka berpergian ke tempat-tempat berbahaya, (j) keluar dari situasinya karena tidak mendapatkan stimulasi seperti yang diinginkan, (k) berkurangnya kecemasan dengan adanya penilaian risiko yang sama.

2.3.5 Cara Mengukur *Trait Sensation Seeking*

Pengukuran *trait sensation seeking* dilakukan dengan metode lapor diri (*self-report*). Dalam perkembangannya, alat ukur *trait sensation seeking* telah mengalami beberapa kali revisi. Skala *sensation seeking* pertama adalah *Sensation Seeking Scale* (SSS) form I disusun tahun 1964 oleh Zuckerman berbentuk *forced-choice* berjumlah 54 item. Skala ini kemudian direvisi menjadi SSS form II dengan 34 item setelah mengalami uji faktor analisis dan uji validitas dan reliabilitas lintas budaya. Kemudian SSS kembali direvisi menjadi SSS form III terdiri atas 50 item yang berasal dari SSS form I ditambah 63 item baru hingga total item adalah 113 item. SSS form III kembali direvisi dan dikurangi itemnya menjadi SSS form IV yang terdiri atas 72 item (Zuckerman, 1979, 1991).

Bentuk SSS terakhir yang digunakan adalah SSS form V yang terdiri atas 40 item. Oleh sebab itu pada penelitian ini, peneliti menggunakan SSS form V. Hal ini dikarenakan alat ukur ini merupakan alat ukur *trait sensation seeking* terakhir yang telah teruji valid dan reliabel, walaupun sepengetahuan peneliti, alat ukur ini masih jarang ditemukan dalam bentuk yang telah diadaptasi di Indonesia SSS V digunakan untuk mengukur *trait sensation seeking* dalam diri individu.

2.4. Wisatawan

2.4.1. Definisi Wisatawan

Terdapat sejumlah definisi mengenai wisatawan. Burkart dan Medlik (dalam Ross, 1998, hal.30) menyebutkan bahwa wisatawan memiliki empat ciri utama, yakni: (a) orang yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di berbagai tempat tujuan wisata; (b) tempat tujuan wisata berbeda dengan tempat tinggal dan tempat bekerja sehari-hari; (c) bermaksud untuk pulang kembali dalam beberapa hari atau bulan karena perjalanan wisata bersifat sementara, dalam jangka waktu pendek; (d) perjalanan bukan untuk mencari tempat tinggal untuk menetap atau bekerja untuk mencari nafkah.

Sementara itu Cohen (dalam Ross, 1998, hal.31) mendefinisikan wisatawan sebagai orang yang melakukan perjalanan sukarela dalam waktu yang sementara, dengan harapan memperoleh kesenangan dalam perjalanan yang didapatnya dari perjalanan yang relatif panjang, namun tidak berulang-ulang.

Berdasarkan definisi-definisi di atas, peneliti mendefinisikan wisatawan sebagai orang yang melakukan perjalanan yang bersifat sementara secara sukarela ke suatu tempat di luar tempat tinggal dan tempat kerjanya. Berniat untuk kembali, tidak untuk menetap atau bekerja mencari nafkah, dengan harapan memperoleh kesenangan dari perjalanan wisata tersebut.

2.4.2. Wisatawan Nusantara

Wisatawan dapat diklasifikasikan berdasarkan jarak yang ditempuh dari tempat tinggalnya sehari-hari (Cooper et al., 1998). Berdasarkan jarak yang ditempuhnya, wisatawan terbagi menjadi dua yakni wisatawan internasional dan wisatawan domestik. Wisatawan internasional adalah wisatawan yang melakukan perjalanan berbeda dari negara tempat tinggalnya dan dapat melibatkan adanya perbedaan mata uang, bahasa, serta visa. (Sammey dalam Malay, 2007). Sementara itu, wisatawan domestik adalah wisatawan yang berwisata ke berbagai daerah di luar kota yang berbeda dengan daerah tempat tinggalnya namun masih berada dalam satu negara. Departemen Pariwisata dan Budaya (2008) kemudian menggantikan penggunaan kata wisatawan internasional dan wisatawan domestik menjadi wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara.

Cooper et al. (1998) menyatakan bahwa 80% dari kegiatan wisata di dunia sebenarnya digerakkan oleh wisatawan yang berasal pada masing-masing negara. Oleh sebab itu, keberadaan wisatawan nusantara adalah hal yang patut dipertahankan. Hal ini didukung oleh data Litbang Departemen Budaya dan Pariwisata tahun 2000-2007 yang menunjukkan bahwa jumlah wisatawan nusantara terus mengalami pergerakan yang positif. Jumlah wisatawan nusantara mengalami peningkatan dari 3.769.000 menjadi 5.040.499 wisatawan dalam kurun waktu tujuh tahun terakhir. Dengan demikian, telah terjadi peningkatan sebesar 2.729.499 wisatawan dengan rata-rata perjalanan sebesar 1,95%. Peningkatan jumlah wisatawan nusantara ini lebih besar dibandingkan dengan peningkatan jumlah wisatawan mancanegara di Indonesia, yang hanya sebesar 441.492 wisatawan, yakni dari 5.064.217 menjadi 5.505.709 wisatawan. Peningkatan jumlah wisatawan nusantara juga cenderung lebih stabil dibandingkan dengan jumlah wisatawan mancanegara yang lebih fluktuatif

(<http://budpar.go.id>, diakses 25 Maret 2008). Oleh karena itu, mengingat pentingnya keberadaan wisatawan nusantara bagi industri pariwisata dalam negeri, dan peningkatan jumlah wisatawan nusantara cenderung stabil dalam kurun waktu tujuh tahun terakhir, maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada wisatawan nusantara.

2.4.3. Dewasa Muda

Berdasarkan tahap perkembangannya, manusia dibagi dalam beberapa tahap usia. Papalia, Olds, dan Feldman (2007) membagi usia dewasa dalam tiga tahap, yakni usia dewasa muda (20-40 tahun), usia dewasa (40-65 tahun) dan usia dewasa akhir (65 tahun ke atas). Cooper et al. (1998) menyatakan bahwa selain usia kronologis, terdapat usia domestik. Usia domestik adalah tahapan usia dalam siklus hidup yang telah dicapai individu. Didasarkan pada masyarakat Amerika, siklus hidup individu terdiri atas: (1) kanak-kanak, (2) remaja/dewasa muda (mencakup tahap lajang/*bachelor stage*), (3) pasangan menikah (tahap pasangan muda/*newly married couples*, tahap *full nest* I, tahap *full nest* II, tahap *full nest* III), (4) tahap *empty nest*, (5) lanjut usia.

Usia sangat mempengaruhi kecenderungan permintaan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. Contohnya ialah tahap lajang direpresentasikan oleh individu yang hidup terpisah dari rumah dan memiliki tanggung jawab sosial yang tidak terlalu besar, namun memiliki kebutuhan yang besar dalam menjalin afiliasi dengan orang lain, memenuhi kebutuhan hiburan dan waktu luang, membeli pakaian dan barang-barang personal lainnya. Inilah yang kemudian mempengaruhi pola kebutuhan mereka dalam berwisata (Cooper et al., 1998).

Karakteristik utama tahapan usia dewasa muda adalah individunya telah mandiri dalam membuat keputusan, menyukai sosialisasi dan pencarian identitas diri. Biasanya mereka sudah mulai berlibur secara mandiri dan terlepas dari orangtua sejak usia 15 tahun. Umumnya individu usia dewasa muda terbatas dalam hal keuangan, namun memiliki komitmen yang sedikit sehingga lebih bebas dalam mengambil keputusan. Mereka juga memiliki rasa keingin-tahuan yang tinggi dalam mencari tempat baru dan pengalaman. Oleh sebab itu, usia dewasa muda adalah usia wisatawan yang memiliki kecenderungan besar untuk

melakukan perjalanan wisata dengan tujuan sekedar untuk berpergian (*simply to get away*) (Cooper et al., 1998; Cordes & Ibrahim, 1999).

Kecenderungan besar untuk melakukan perjalanan wisata tersebut didukung oleh kondisi fisik individu yang mencapai puncaknya di usia dewasa muda. Papalia, Olds, dan Feldman (2007) menyatakan bahwa secara fisik, individu umumnya mencapai puncak perkembangan kondisi fisik di usia dewasa muda. Sehingga, di usia inilah individu memiliki kondisi tubuh yang paling prima dibanding tahapan usia perkembangan lainnya. Kelompok usia dewasa muda juga merupakan kelompok usia yang memiliki kecenderungan tinggi dalam berwisata karena banyak memiliki waktu bebas, dan biasanya terlibat dalam kegiatan wisata yang sifatnya mandiri, bukan dalam program wisata berstruktur (Cooper et al., 1998).

Hal ini didukung oleh hasil survey yang dilakukan oleh *International Student Travel Confederation* (ISTC) maupun oleh *Association of Tourism and Leisure Education* (ATLAS) di beberapa negara di dunia (Kanada, Australia, Israel, India dan lain sebagainya), menunjukkan hasil bahwa wisatawan pada kisaran usia 20-35 tahun merupakan wisatawan yang mendominasi perjalanan wisata yang dilakukan secara independen. Lebih dari 70% wisatawan independen di dunia adalah mahasiswa dengan 60% berusia 20-25 tahun dan 5% berusia di atas 30 tahun (Ricard & Wilson, 2005). Besarnya jumlah wisatawan usia 20-35 tahun yang banyak melakukan perjalanan wisata mendukung teori Zuckerman (1983) yang menjelaskan bahwa *trait sensation seeking* mulai berkembang pada usia 9-14 tahun lalu mengalami puncaknya pada tahap perkembangan remaja akhir atau dalam kisaran usia 20-an tahun kemudian mulai menurun dan cenderung stabil di akhir usia dewasa muda.

Berdasarkan tinjauan teoritis di atas, dapat diketahui bahwa usia dewasa muda merupakan usia yang potensial dalam industri pariwisata karena memiliki kecenderungan yang besar dalam berwisata. Maka dalam penelitian ini, peneliti membatasi karakteristik wisatawan nusantara dewasa muda yang menjadi partisipan dalam penelitian ini pada semua warga negara Indonesia berusia 19-40 tahun yang pernah berwisata ke luar kota di Indonesia karena keinginan sendiri

(bukan karena adanya penugasan dinas maupun misi studi) dalam rentang waktu 3 tahun terakhir.

2.5. Hubungan *Trait Sensation Seeking* dengan *Tourist Role*

Salah satu hal yang dapat mendasari adanya perbedaan kebutuhan individual (*individual differences*) dalam berwisata adalah keberadaan *trait* yang berbeda antara wisatawan satu dan lainnya. Kebutuhan terhadap *novelty* dan kesediaan untuk mengambil risiko yang berbeda pada wisatawan ini dipengaruhi oleh keberadaan *trait sensation seeking* dalam diri wisatawan. Individu yang memiliki *trait sensation seeking* tinggi memiliki kebutuhan stimulus dan *arousal* yang tinggi pula sehingga cenderung berperilaku yang berisiko dan ingin mencari sensasi, tantangan, pengalaman baru, serta variasi yang tinggi dalam hidupnya (Zuckerman, 1979; 1994; 2000). Kebutuhan mencari sensasi, *arousal* dan pengalaman baru (*novelty*) tersebut memberikan kecenderungan pada individu untuk berperilaku dengan cara tertentu (*to act in particular ways*), termasuk dalam berwisata (Grasha & Kirschenbaum, 1980)

Dalam berwisata, wisatawan dengan *trait sensation seeking* yang lebih tinggi, memiliki kebutuhan yang lebih besar dalam mencari sesuatu yang baru dan unik, serta berperilaku wisata yang cenderung berisiko dibandingkan dengan wisatawan dengan *trait sensation seeking* yang lebih rendah. Kebutuhan-kebutuhan tersebut akan tampak dalam pola perilaku wisata seorang wisatawan ketika berwisata. Riechel dan Uriely (2007) menyatakan bahwa wisatawan dengan kebutuhan *novelty* yang tinggi lebih berani mengambil risiko dibandingkan wisatawan dengan kebutuhan *familiarity* yang tinggi dalam berwisata

Oleh sebab itu, wisatawan dengan kebutuhan *novelty* yang tinggi akan menampilkan pola perilaku wisata yang cenderung berisiko, sebagaimana dijelaskan oleh Jiang, Havits dan O'Brein (2000), yakni tertarik untuk pergi ke daerah tujuan wisata yang lebih terpencil, menjelajah ke objek wisata yang jarang dikunjungi wisatawan sebelumnya, mengatur perjalanan wisata secara independen, mencari sendiri objek wisata yang akan dikunjungi walau dengan pengetahuan terbatas, dan senang melakukan kontak sosial (*social-contact*) dengan penduduk lokal baik secara fisik maupun emosional.

Karakteristik wisatawan dengan kebutuhan *novelty* yang tinggi menyerupai karakteristik individu dengan *trait sensation seeking* tinggi, yang memiliki perilaku yang cenderung berisiko seperti: menyukai hal-hal menantang, menikmati segala sesuatu yang berbahaya, menganggap segala situasi kurang berisiko, banyak melakukan spekulasi, dan suka berpergian ke tempat-tempat asing (Zuckerman, 1991). Oleh sebab itu, semakin tinggi *trait sensation seeking* wisatawan akan diikuti oleh semakin besarnya kecenderungan wisatawan untuk memiliki pola perilaku wisata yang didasari oleh kebutuhan *novelty* yang tinggi.

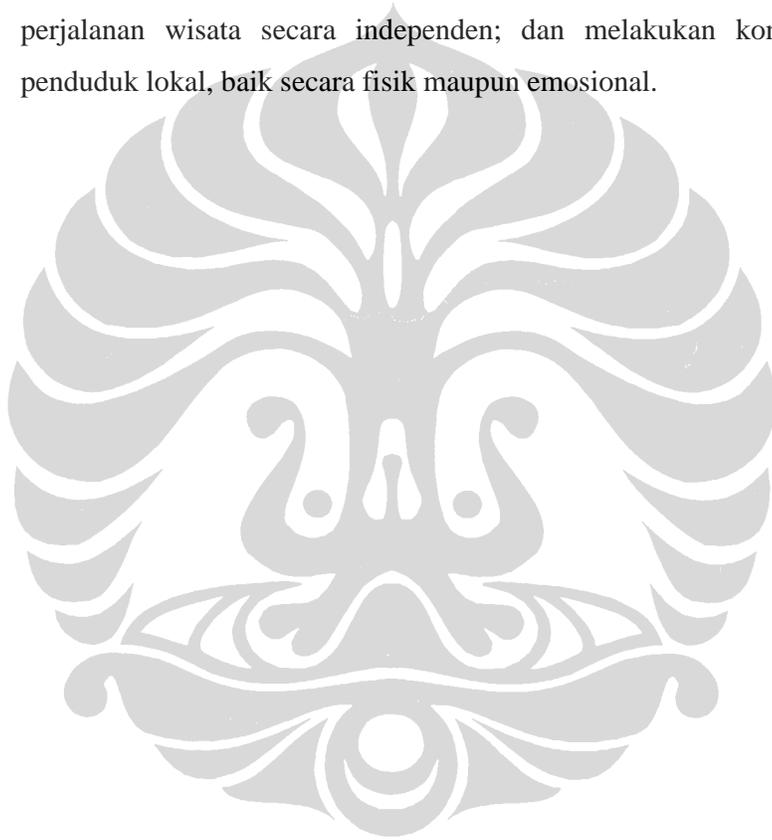
Pada dimensi *destination oriented*, wisatawan dengan kebutuhan *novelty* tinggi cenderung untuk memilih tujuan wisata yang baru dan berbeda, baik dalam konteks budaya, masyarakat, bahasa maupun keamanan pariwisata di daerah tujuan wisata. Mo (dalam Jiang, Havits dan O'Brein, 2000) menyatakan bahwa wisatawan dengan kebutuhan *novelty* tinggi akan tertarik untuk menjelajah ke daerah yang semakin asing, jarang dikunjungi, dan memiliki perbedaan lingkungan budaya.

Pada dimensi *social contact*, Cohen (1972) menyatakan bahwa wisatawan dengan kebutuhan *novelty* tinggi lebih tertarik untuk dapat melakukan kontak sosial baik secara fisik maupun emosional dengan penduduk lokal. Mereka juga tertarik untuk terlibat dalam kehidupan sehari-hari dengan penduduk lokal. Oleh sebab itu, pada kedua dimensi di atas (dimensi *destination oriented* dan *social contact*), *trait sensation seeking* dengan *tourist role* dapat memiliki hubungan yang positif. Dimana, semakin tinggi *trait sensation seeking* akan diikuti oleh kecenderungan wisatawan untuk memilih tujuan wisata yang baru dan berbeda, serta melakukan kontak sosial dengan penduduk lokal. Pola perilaku wisata tersebut tidak lain adalah pola perilaku wisata yang mencerminkan karakteristik wisatawan dengan kebutuhan *novelty* yang tinggi.

Sedangkan pada dimensi *travel service*, wisatawan dengan kebutuhan *novelty* tinggi lebih menyukai perjalanan wisata dengan pengaturan yang lebih independen, sehingga jarang atau tidak menggunakan pelayanan dari biro perjalanan wisata (Cohen, 1972). Oleh sebab itu, pada dimensi *travel service*, *trait sensation seeking* dapat memiliki hubungan negatif atau berbanding terbalik dengan *tourist role*. Sehingga, semakin tinggi *trait sensation seeking* yang

dimiliki oleh wisatawan nusantara akan diikuti oleh semakin kecilnya kecenderungan wisatawan untuk melakukan perencanaan perjalanan dan rendahnya kecenderungan wisatawan dalam menginginkan pelayanan dari institusi pariwisata seperti agen atau biro perjalanan wisata ketika akan berpergian.

Dengan demikian, semakin tinggi *trait sensation seeking* akan diiringi oleh semakin besarnya kecenderungan wisatawan untuk memilih tujuan wisata yang baru dan berbeda; semakin besarnya kecenderungan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata secara independen; dan melakukan kontak sosial dengan penduduk lokal, baik secara fisik maupun emosional.



3. PERMASALAHAN, HIPOTESIS, DAN VARIABEL

Pada bab ini akan diuraikan mengenai permasalahan, hipotesis, dan variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini.

3.1. Permasalahan Penelitian

3.1.1. Permasalahan Umum

”Apakah ada hubungan antara *trait sensation seeking* dengan *tourist role* pada wisatawan nusantara?”

3.1.2. Permasalahan Operasional

1. Apakah ada hubungan antara skor total *trait sensation seeking* dengan skor total dimensi *destination oriented* pada wisatawan nusantara?
2. Apakah ada hubungan antara skor total *trait sensation seeking* dengan skor total dimensi *travel service* pada wisatawan nusantara?
3. Apakah ada hubungan antara skor total *trait sensation seeking* dengan skor total dimensi *social contact* pada wisatawan nusantara?

3.2. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Hipotesis Null (H₀)

H₀₁ : Tidak ada hubungan yang signifikan antara skor total *trait sensation seeking* dengan skor total dimensi *destination oriented* pada wisatawan nusantara.

H₀₂ : Tidak ada hubungan yang signifikan antara skor total *trait sensation seeking* dengan skor total dimensi *travel service* pada wisatawan nusantara.

H₀₃ : Tidak ada hubungan yang signifikan antara skor total *trait sensation seeking* dengan skor total dimensi *social contact* pada wisatawan nusantara.

2. Hipotesis Alternatif (HA)

HA₁ : Ada hubungan yang signifikan antara skor total *trait sensation seeking* dengan skor total dimensi *destination oriented* pada wisatawan nusantara.

HA₂ : Ada hubungan yang signifikan antara skor total *trait sensation seeking* dengan skor total dimensi *travel service* pada wisatawan nusantara.

HA₃ : Ada hubungan yang signifikan antara skor total *trait sensation seeking* dengan skor total dimensi *social contact* pada wisatawan nusantara.

3.3. Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *trait sensation seeking* dan *tourist role* pada wisatawan nusantara. Peneliti akan menjabarkan definisi konseptual dan operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian ini. Berikut ini adalah penjelasan singkat mengenai variabel-variabel tersebut:

3.3.1. *Trait Sensation Seeking*

a. Definisi konseptual

Trait sensation seeking adalah sifat mencari "sensasi" dalam diri individu yang didorong oleh adanya kebutuhan mencari variasi, pembaharuan (*novel*), sensasi yang kompleks dan pengalaman, yang disertai dengan keinginan untuk mengambil tindakan fisik, legal, finansial maupun sosial yang berisiko demi mendapatkan pengalaman tersebut (Zuckerman, 1979; 1994; 2000).

b. Definisi operasional

Definisi operasional dari *trait sensation seeking* adalah skor total dari skala *Sensation Seeking Scale V* (SSSV) yang merupakan hasil adaptasi dari alat ukur *trait sensation seeking* oleh Zuckerman (1979).

Setiap item dalam alat ukur ini memiliki dua pilihan jawaban (*forced-choice*). Penilaian didasarkan pada jawaban partisipan yang disesuaikan dengan skor tiap jawaban. Skor 1 untuk jawaban yang menunjukkan bahwa partisipan memiliki *trait sensation seeking* dan skor 0 untuk jawaban yang menunjukkan bahwa partisipan kurang memiliki *trait sensation seeking*. Seluruh nilai dari item alat ukur *trait sensation seeking* ini kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan skor total yang menunjukkan gambaran *trait sensation seeking* yang dimiliki partisipan yakni perbedaan individual terhadap kebutuhan stimulasi dan *arousal* (Zuckerman, 1991). Skor yang dihasilkan oleh skala ini adalah skor tunggal. Semakin tinggi skor yang diperoleh partisipan, maka hal ini berarti semakin tinggi tingkat *trait sensation seeking* yang dimiliki partisipan tersebut.

3.3.2. *Tourist Role*

a. Definisi konseptual

Tourist role adalah pola perilaku wisata yang dilakukan oleh wisatawan, meliputi tindakan, emosi dan sikap.

b. Definisi operasional

Definisi operasional dari variabel ini adalah skor total dimensi-dimensi skala sikap *tourist role* yang disusun berdasarkan konsep tipologi wisatawan (Cohen, 1972) dan dikembangkan dimensinya oleh Mo (dalam Jiang, Havits & O'Brein, 2000).

Setiap item dalam alat ukur ini memiliki enam alternatif jawaban mulai dari sangat tidak sesuai hingga sangat sesuai. Penilaian didasarkan pada jawaban partisipan yang disesuaikan dengan skor tiap jawaban. Seluruh nilai dari item pada masing-masing dimensi skala sikap *tourist role* ini akan dijumlahkan untuk mendapatkan skor total setiap dimensi *tourist role*. Skor yang dihasilkan dari masing-masing dimensi skala sikap ini adalah skor tunggal dalam skala interval.