

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Momen seratus tahun Kebangkitan Nasional merupakan stimulus bagi bangkitnya pariwisata Indonesia. Melalui program *Visit Indonesia 2008*, pemerintah RI ingin menghidupkan kembali wawasan budaya dan cinta tanah air terhadap potensi pariwisata Indonesia. Berbagai agenda dan promosi pariwisata telah digencarkan oleh pemerintah demi menyambut program *Visit Indonesia 2008* (Departemen Pariwisata dan Kebudayaan, 2008). Hal ini semata-mata dilakukan demi menggerakkan kembali roda pariwisata Indonesia yang dahulu pernah mencapai masa kejayaannya di era tahun 90-an. Saat itu, sektor pariwisata Indonesia bahkan menjadi pemasok devisa negara terbesar setelah sektor migas (Kodhyat, 2008).

Data Litbang Departemen Budaya dan Pariwisata tahun 2000-2007 menunjukkan bahwa jumlah wisatawan nusantara mengalami peningkatan sebesar 2.729.499 wisatawan dengan rata-rata perjalanan sebesar 1,95%. Jumlah wisatawan ini meningkat dari 3.769.000 menjadi 5.040.499 wisatawan dalam kurun waktu tujuh tahun terakhir. Jumlah wisatawan mancanegara juga mengalami pergerakan positif sebesar 441.492 wisatawan, yakni dari 5.064.217 menjadi 5.505.709 wisatawan dalam kurun waktu tujuh tahun terakhir (<http://budpar.go.id>, diakses 25 Maret 2008).

Pergerakan pariwisata ke arah yang positif ini, tentu tidak terlepas dari peran media masa. Menjamurnya program-program televisi bertema wisata seperti *Jejak Petualang* atau *Wisata ala Koper dan Ransel* turut menyemarakkan program *Visit Indonesia 2008* yang telah dicanangkan oleh pemerintah. Contoh-contoh tayangan televisi tersebut mampu menjembatani penyebaran informasi mengenai kegiatan-kegiatan wisata di Indonesia sehingga dikenal oleh masyarakat luas (<http://www.kompas.com>, diakses 1 April 2008).

Sebagai bagian dari aktivitas waktu luang, wisata memiliki banyak manfaat psikologis. Salah satunya adalah mengembalikan keseimbangan fungsi psikis manusia yang seringkali ditimbulkan oleh stres akibat tuntutan dan rutinitas hidup sehari-hari. Sebagai makhluk *homeostasis*, manusia membutuhkan relaksasi

terhadap tekanan yang dihadapi serta memperkaya pengalaman spiritual dalam hidupnya. Pengalaman tersebut dapat diperoleh melalui kegiatan wisata. Itulah sebabnya mengapa setiap orang membutuhkan kegiatan wisata dalam hidupnya (Atwater, 1983; Sarafino, 1994; Cordes & Ibrahim, 1999; Hall & Lindzey, 1985).

Banyak cara dapat ditempuh oleh setiap individu dalam berwisata. Salah satunya adalah dengan menjadi wisatawan ransel (*backpacker*). Berdasarkan artikel yang ditulis oleh seorang anggota komunitas *Backpacker* Indonesia, wisatawan ransel umumnya memiliki pola perilaku wisata yang cukup menarik. Pola perilaku wisata tersebut antara lain, wisatawan ransel seringkali mencari sendiri objek wisata yang akan dikunjungi walau dengan pengetahuan yang terbatas, menjelajah ke daerah terpencil, dan mengatur segala perlengkapan wisata secara independen dan individual. Bahkan tidak jarang pula ditemui wisatawan ransel yang pergi berwisata secara spontan, tanpa perencanaan sebelumnya, dengan hanya bermodal dana yang sangat terbatas (Awan, 2008).

Selain menjadi wisatawan ransel, berwisata dapat pula dilakukan dengan menggunakan jasa biro perjalanan atau agen pariwisata. Saat ini, alternatif paket-paket perjalanan wisata telah banyak ditawarkan pada para wisatawan dalam harga yang makin terjangkau. Departemen Pariwisata dan Budaya (2008) menyatakan bahwa beberapa maskapai penerbangan pun telah lama menjalin kerjasama dengan industri pariwisata di daerah, sehingga mampu melengkapi pelayanannya dengan menyediakan paket perjalanan wisata. Agen pariwisata umumnya akan menyediakan segala bentuk pelayanan serta pengaturan perjalanan wisata, sehingga wisatawan dapat berwisata dengan nyaman, terencana, memperoleh akomodasi yang lebih terjamin, dan rute perjalanan yang terpandu (Susantio, 2008).

Banyaknya cara yang dapat dipilih oleh setiap individu dalam berwisata menunjukkan adanya perbedaan pola perilaku wisata. Jika dibandingkan, wisatawan ransel memiliki pola perilaku wisata yang lebih berisiko dibandingkan dengan wisatawan yang berwisata dengan agen pariwisata. Hal ini dikarenakan, pola perilaku wisata yang ditunjukkan oleh wisatawan ransel lebih bersifat spekulatif tanpa adanya jaminan keselamatan tertentu, yakni wisatawan ransel seringkali mencari sendiri objek wisata yang akan dikunjungi walau dengan

pengetahuan yang terbatas, hingga pergi berwisata secara spontan, tanpa perencanaan sebelumnya, dengan hanya bermodal dana yang sangat terbatas. Elsurd (dalam Ricard & Wilson, 2005) menyatakan bahwa wisatawan ransel lebih berisiko dibandingkan wisatawan pada umumnya karena mereka seringkali berada dalam kondisi yang tidak pasti, sehingga lebih berpeluang untuk mengalami petualangan dan menghadapi risiko secara 'nyata' (*have 'real' adventures and face 'real' risks*).

Sekumpulan pola-pola perilaku wisata sebagaimana dijelaskan di atas, disebut dengan *tourist role*. Secara teoritis, *tourist role* adalah pola perilaku wisata yang dilakukan oleh seorang wisatawan, meliputi tindakan, emosi dan sikap (Cohen, 1972; Mo, 1991, Giddens dalam Jiang, Havits dan O'Brein, 2000).

Setiap wisatawan dapat memiliki *tourist role* yang berbeda-beda. Mo (dalam Jiang, Havits & O'Brein, 2000) menjelaskan adanya kebutuhan *familiarity* dan *novelty* yang berbeda antara wisatawan satu dengan wisatawan lainnya mendasari terjadinya perbedaan *tourist role* antarwisatawan. Kebutuhan *novelty* adalah kebutuhan untuk mencari sesuatu yang serba baru (*newness*) dan unik (*uniqueness*) dalam berwisata. Sementara itu, kebutuhan *familiarity* adalah kebutuhan untuk tetap berada dalam lingkungan yang familiar atau serupa dengan latar belakang budaya wisatawan (*home culture*) ketika berwisata.

Kebutuhan *novelty* mendorong timbulnya rasa ingin tahu dalam diri wisatawan. Oleh karena itu, kebutuhan *novelty* menjadikan wisatawan semakin gemar menjelajah dan mencari sesuatu yang unik ketika berwisata demi mendapatkan suatu pengalaman baru (*novel experience*). Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan pola perilaku wisata antarwisatawan juga terletak pada sejauh mana wisatawan bersedia mengambil risiko (*willingness to take risk*) dalam berwisata. Riechel dan Uriely (2007) menyatakan bahwa wisatawan yang memiliki kebutuhan *novelty* yang tinggi lebih berani mengambil risiko dibandingkan dengan wisatawan yang memiliki kebutuhan *familiarity* yang tinggi.

Mo (dalam Jiang, Havits & O'Brein, 2000) menjelaskan bahwa perbedaan pola perilaku wisata tercermin pada bagaimana sikap wisatawan dalam memilih daerah tujuan wisata yang dikunjunginya (*destination-oriented*), dalam mengatur dan menghendaki pelayanan selama perjalanan wisata (*travel-service*), dan dalam

melakukan kontak sosial (*contact-social*) dengan penduduk atau budaya lokal ketika berwisata. Secara umum, wisatawan dengan kebutuhan *novelty* yang lebih tinggi akan tertarik untuk menjelajah ke daerah tujuan wisata yang semakin baru dan berbeda, melakukan pengaturan perjalanan secara independen dan lebih banyak melakukan kontak sosial dengan penduduk dan budaya lokal dibandingkan dengan wisatawan dengan kebutuhan *familiarity* tinggi

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam berwisata, baik internal maupun eksternal. Faktor eksternal antara lain adalah daya tarik dari objek wisata, promosi yang ditawarkan hingga ketersediaan informasi dari objek wisata. Sementara itu faktor internal yang mempengaruhi wisatawan dalam berwisata adalah usia, jenis kelamin, status sosial ekonomi, motivasi dan kepribadian (Cooper et al., 1998; Ross, 1998; Mill, 2000).

Adakalanya, latar belakang demografis yang setara antarwisatawan tidak menjadikan wisatawan memiliki pola perilaku wisata yang serupa. Salah satu hal yang dapat mendasari adanya perbedaan individual (*individual differences*) dalam berwisata adalah keberadaan *trait* yang berbeda antara wisatawan satu dan lainnya. Adanya kebutuhan terhadap *novelty* dan kesediaan untuk mengambil risiko yang berbeda antarwisatawan ini dapat dipengaruhi oleh keberadaan *trait sensation seeking* dalam diri wisatawan. Individu dengan *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 dalam hidupnya, termasuk dalam berwisata (Zuckerman, 1979; 1994; 2000).

Trait sensation seeking adalah suatu 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).

Keberadaan *trait sensation seeking* dalam diri individu dapat dilihat dari sejauh mana seorang individu memiliki kecenderungan untuk mengambil risiko dan mencari petualangan yang menawarkan sensasi unik (*Thrill and Adventure Seeking*), berperilaku antikorformitas pada berbagai hal (*Experience Seeking*),

berperilaku impulsif dan tertarik melakukan perilaku berisiko sosial dan kesehatan (*Disinhibition*), serta bersikap antipati terhadap pengalaman yang repetitif (*Boredom Susceptibility*) (Zuckerman, dalam London & Esner, 1978, hal. 169).

Dalam berwisata, wisatawan yang selalu ingin mencari sesuatu yang baru dan unik, serta berperilaku wisata yang cenderung berisiko, identik dengan individu yang memiliki *trait sensation seeking* yang lebih tinggi. Oleh sebab itu peneliti berasumsi bahwa semakin tinggi tingkat *trait sensation seeking* yang dimiliki seseorang akan diikuti oleh meningkatnya kecenderungan pola perilaku wisata yang merefleksikan kebutuhan terhadap *novelty*. Maka dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk mengetahui mengenai hubungan antara *trait sensation seeking* dan *tourist role* pada wisatawan nusantara. Permasalahan yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah “apakah ada hubungan antara *trait sensation seeking* dan *tourist role* pada wisatawan nusantara?”

Penelitian ini difokuskan pada wisatawan nusantara usia dewasa muda. Usia dewasa muda dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini karena 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). Oleh sebab itu usia dewasa muda merupakan usia wisatawan yang potensial dalam berwisata. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memberikan informasi mengenai keterkaitan antara pola perilaku wisata dengan *trait sensation seeking*. Informasi tersebut diharapkan dapat berguna bagi pengembangan segmentasi industri pariwisata di Indonesia dalam rangka meningkatkan kehidupan pariwisata dalam negeri.

1.2. Perumusan Masalah

Masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah “Apakah ada hubungan antara *trait sensation seeking* dan *tourist role* pada wisatawan nusantara?”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *trait sensation seeking* dengan *tourist role* pada wisatawan nusantara.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

- Memperkaya khazanah penelitian mengenai hubungan *trait sensation seeking* dan *tourist role* pada wisatawan nusantara.
- Merangsang berkembangnya penelitian lebih lanjut dalam bidang psikologi pariwisata, terutama berkaitan dengan perilaku wisata dengan variabel-variabel penelitian yang berbeda.
- Memberikan masukan pada pengelola industri pariwisata mengenai gambaran *tourist role* pada wisatawan di Indonesia
- Memberikan informasi mengenai kecenderungan pola perilaku wisata yang berbeda pada wisatawan dengan *trait sensation seeking* sehingga dapat dijadikan sebagai masukan dalam penyusunan strategi promosi dan pengembangan segmentasi industri pariwisata lebih lanjut.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, bab ini berisi latar belakang permasalahan, permasalahan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka, bab ini berisi tinjauan pustaka yang menjadi dasar penelitian ini. Bab ini menguraikan tentang teori *tourist role* dan *trait sensation seeking*. Bab ini juga menjelaskan mengenai wisata, wisatawan, dan hubungan antara *trait sensation seeking* dan *tourist role*.

Bab III Permasalahan, Hipotesis, dan Variabel. Bab ini berisi permasalahan yang akan dijawab dalam penelitian ini, hipotesis penelitian dan variabel-variabel penelitian.

Bab IV Metode Penelitian. Bab ini menguraikan mengenai metode penelitian kuantitatif yang digunakan, terdiri atas partisipan penelitian, instrumen penelitian, prosedur penelitian, dan teknik pengolahan data.

Bab V Hasil dan Analisis, pembahasan dalam bab ini meliputi gambaran umum partisipan, analisis data dan interpretasi data yang merupakan penjelasan

tentang hubungan antara *trait sensation seeking* dan *tourist role* serta hasil analisis tambahan dalam penelitian ini.

Bab VI Kesimpulan, Diskusi, dan Saran. Bab ini berisi kesimpulan dari jawaban terhadap masalah yang dikemukakan, diskusi dan saran untuk penelitian selanjutnya.

