

6. KESIMPULAN, DISKUSI, DAN SARAN

Pada bab ini akan dikemukakan kesimpulan untuk menjawab pertanyaan penelitian berdasarkan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya. Pada bab ini juga akan dibahas mengenai diskusi hasil penelitian dan saran penelitian.

6.1. Kesimpulan

Hasil penelitian ini membuktikan hipotesis *null* (H0)₁ yang menyatakan bahwa “tidak ada hubungan yang signifikan antara skor total *trait sensation seeking* dengan skor total dimensi *destination oriented* pada wisatawan nusantara” ditolak. Demikian juga (H0)₂ yang menyatakan bahwa “tidak ada hubungan yang signifikan antara skor total *trait sensation seeking* dengan skor total dimensi *travel service* pada wisatawan nusantara” ditolak, dan (H0)₃ yang menyatakan bahwa “tidak ada hubungan yang signifikan antara skor total *trait sensation seeking* dengan skor total dimensi *social contact* pada wisatawan nusantara” ditolak. Maka, secara umum dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara *trait sensation seeking* dan *tourist role* yang signifikan pada setiap dimensi. Dengan demikian, hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa terdapat hubungan antara *trait sensation seeking* dan *tourist role* pada wisatawan nusantara.

6.2. Diskusi

Dalam bagian ini akan dijelaskan lebih lanjut mengenai diskusi hasil penelitian, diskusi untuk penelitian selanjutnya dan keterbatasan penelitian.

6.2.1. Diskusi Hasil Penelitian

Hasil penelitian membuktikan bahwa secara umum, ada hubungan yang signifikan antara *trait sensation seeking* dengan *tourist role* pada wisatawan nusantara. Hasil penelitian ini secara empiris telah membuktikan adanya hubungan antara *trait sensation seeking* yang dikembangkan oleh Zukerman (1979) dengan *tourist role* (Cohen, 1972; Mo, dalam Jiang, Havits & O’Brein, 2000). *Trait sensation seeking* secara signifikan dapat berperan sebagai prediktor

yang menghubungkan antara karakteristik wisatawan tertentu dengan pola perilaku wisata (*tourist role*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa korelasi antara *trait sensation seeking* dan dimensi-dimensi *tourist role* memiliki arah yang berbeda-beda. Korelasi antara *trait sensation seeking* dengan dimensi *destination oriented* dan *social contact* bersifat linear dan memiliki arah yang positif. Artinya, semakin tinggi skor total *trait sensation seeking* akan diiringi oleh semakin tingginya skor total pada dimensi *destination oriented* dan *social contact* pada wisatawan nusantara, demikian juga sebaliknya. Sementara itu, korelasi antara *trait sensation seeking* dengan *tourist role* pada dimensi *travel service* bersifat linear dan memiliki arah negatif. Artinya, semakin tinggi skor total *trait sensation seeking* akan diiringi oleh semakin rendahnya skor total pada dimensi *travel service* pada wisatawan nusantara, demikian juga sebaliknya.

Namun, jika dicermati lebih lanjut, perbedaan arah korelasi antara *trait sensation seeking* dengan dimensi-dimensi *tourist role* tersebut sebenarnya tetap menuju pada satu kecenderungan pola perilaku wisata yang sama. Yakni, semakin tinggi *trait sensation seeking* wisatawan nusantara akan diikuti oleh semakin besarnya kecenderungan pola perilaku wisata yang didasari oleh kebutuhan *novelty* yang tinggi pada atribut-atribut pariwisata yang ditemui, baik berkaitan dengan daerah tujuan wisata, pelayanan dan pengaturan perjalanan maupun kontak sosial dengan penduduk lokal.

Hal ini dikarenakan, 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. Semakin besar perbedaan latar belakang budaya yang ada justru semakin menambah rasa ingin tahu wisatawan.

Sementara 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.

Pada kedua dimensi di atas (dimensi *destination oriented* dan *social contact*), korelasi antara *trait sensation seeking* dengan *tourist role* memiliki arah yang positif. Hal ini membuktikan bahwa 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). Pada dimensi *travel service* ini, korelasi antara *trait sensation seeking* dengan *tourist role* memiliki arah yang negatif. Artinya, 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. Pola perilaku wisata tersebut juga serupa dengan karakteristik wisatawan dengan kebutuhan *novelty* yang tinggi.

Oleh karena itu, arah hubungan antara *trait sensation seeking* dan *tourist role* yang berbeda itulah yang membuktikan bahwa semakin tinggi *trait sensation seeking* dalam diri wisatawan nusantara akan diikuti oleh semakin besarnya kecenderungan pola perilaku wisata yang mencerminkan karakteristik wisatawan dengan kebutuhan *novelty* yang tinggi.

Secara teoritis, terjadinya hubungan antara *trait sensation seeking* dan *tourist role* didasari oleh adanya kebutuhan-kebutuhan tertentu yang mendasari terbentuknya pola perilaku wisata tertentu pada wisatawan. Keberadaan *trait sensation seeking* dalam diri wisatawan memicu timbulnya kebutuhan yang besar untuk memperoleh stimulus dan *arousal*. Oleh sebab itu, semakin tinggi tingkat *trait sensation seeking* akan menyebabkan wisatawan cenderung mencari tantangan, variasi dan pengalaman baru, serta berperilaku yang berisiko dalam

berwisata (Zuckerman, 1979; 1994; 2000). Kondisi inilah yang kemudian tercermin dalam *tourist role* yang berbeda-beda pada wisatawan. Hal ini pula yang mendasari terjadinya hubungan antara *trait sensation seeking* dengan *tourist role*. Semakin tinggi *trait sensation seeking* akan diiringi oleh semakin besarnya kecenderungan wisatawan untuk memilih tujuan wisata yang baru dan berbeda, baik dalam konteks budaya, masyarakat, bahasa maupun keamanan pariwisata di daerah tujuan wisata; semakin besarnya kecenderungan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata secara independen; dan melakukan kontak sosial dengan penduduk lokal, baik secara fisik maupun emosional.

Dalam hasil analisis tambahan pada penelitian ini, peneliti menemukan bahwa dimensi *Disinhibition* tidak memiliki korelasi yang signifikan dengan ketiga dimensi *tourist role*. Jika ditinjau secara teoritis, *Disinhibition* merupakan dimensi yang merefleksikan sejauh mana individu memiliki perilaku impulsif yang *extrovert* pada individu, meliputi keinginan yang kuat (*desire*) untuk melakukan perilaku yang mengandung risiko sosial dan risiko kesehatan (London & Esner, 1978, Zuckerman, 1991). Yang dimaksud dengan perilaku yang mengandung risiko sosial dan kesehatan adalah perilaku yang secara potensial dapat menimbulkan dampak negatif terhadap posisi sosial seseorang dalam masyarakat, terhadap kondisi badan atau pikiran seseorang, yang dapat muncul dari proses di masa kini atau peristiwa di masa yang akan datang (London & Esner, 1978, Zuckerman, 1991). Oleh sebab itu, dalam alat ukur *trait sensation seeking*, item-item dimensi *Disinhibition* diwakili oleh pernyataan seputar perilaku yang berisiko secara sosial dan kesehatan, seperti perilaku mengkonsumsi minuman beralkohol, menyukai pesta liar yang gila-gilaan, sengaja melanggar peraturan lalu-lintas, dan bermesraan di depan umum. Contoh-contoh item *Disinhibition* ini merupakan hasil adaptasi dari alat ukur *trait sensation seeking*, yakni *Sensation Seeking Scale* (SSS) form V yang disusun oleh Zuckerman (1979).

Mengacu pada contoh-contoh item tersebut, adanya hubungan yang tidak signifikan antara dimensi *Disinhibition* dengan seluruh dimensi *tourist role* dapat terjadi karena adanya perbedaan budaya dan norma antara partisipan penelitian, yang diwakili oleh wisatawan nusantara di Indonesia dengan norma dan budaya

yang ada di negara Barat. Hal ini dapat dilihat pada contoh item “mengonsumsi minuman beralkohol”, “menyukai pesta liar yang gila-gilaan”, dan “bermesraan di depan umum”. Walaupun mengonsumsi minuman beralkohol tidak sepenuhnya dilarang di Indonesia, namun masyarakat Indonesia tetap tidak memiliki budaya mengonsumsi minuman beralkohol sebebaskan budaya yang ada di negara Barat.

Di Indonesia, mengonsumsi minuman beralkohol tidak dapat dilakukan dengan mudah karena selain dilarang oleh norma agama, hanya sebagian kecil produk minuman beralkohol yang bebas dijual di pasaran atas izin pemerintah. Demikian juga halnya dengan “pesta liar yang gila-gilaan” dan “bermesraan di depan umum” adalah perilaku yang tidak sesuai dengan norma sosial yang pada umumnya berlaku pada masyarakat Indonesia. Oleh sebab itu, item yang kurang *culture fair*, serta adanya kemungkinan bagi partisipan untuk menjawab sesuai dengan keinginan sosial tertentu (*social desirability*) dapat menjadi penyebab tidak adanya hubungan yang signifikan antara dimensi *Disinhibition* dengan ketiga dimensi *tourist role*.

Namun demikian, tidak menutup kemungkinan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan antara dimensi *Disinhibition* dengan ketiga dimensi *tourist role* mengindikasikan bahwa sifat impulsif yang *extrovert* pada individu, dan keinginan yang kuat untuk melakukan perilaku yang mengandung risiko sosial dan risiko kesehatan dalam dimensi *Disinhibition* (Zuckerman, 1991) memang tidak berhubungan dengan pola perilaku wisata. Hal ini berarti, sifat *disinhibition* yang dimiliki oleh seorang wisatawan tidak berhubungan dengan seberapa jauh kecenderungan wisatawan untuk memilih tujuan wisata yang baru dan berbeda, melakukan perencanaan perjalanan, maupun melakukan kontak sosial dengan penduduk lokal. Kecenderungan wisatawan untuk melakukan pola perilaku wisata yang berisiko sebagaimana diungkapkan oleh Elsurd (dalam Ricard & Wilson, 2005) tidak disebabkan oleh keinginan yang kuat untuk melakukan perilaku yang mengandung risiko sosial dan risiko kesehatan, melainkan disebabkan oleh adanya kebutuhan atau faktor lain dalam diri wisatawan. Fontaine (dalam Pizam et al., 2004) menyatakan bahwa dalam berwisata, kebutuhan mencari tantangan dan pengalaman baru yang terdapat dalam dimensi *Thrill and Adventure Seeking* (TAS) dan *Experience Seeking* (ES)

merupakan penyumbang motivasi terbesar yang mendorong individu untuk melakukan wisata yang cukup berisiko.

Di sisi lain, hasil analisis tambahan dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa dimensi *Boredom Susceptibility* (BS) tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap dimensi *social contact*. Secara teoritis, *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 (London & Esner, 1978, Zuckerman, 1991).

Sementara itu dimensi *social contact* merupakan dimensi yang menjelaskan sejauh mana wisatawan melakukan kontak sosial dengan penduduk lokal (Mo dalam Jiang, Havits & O'Brein, 2000, hal. 967). Besar atau kecilnya kontak sosial yang dilakukan oleh wisatawan pada penduduk lokal saat berwisata dapat berhubungan dengan sifat individu yang cenderung antipati terhadap pengalaman yang repetitif, maupun ketidaksukaan pada orang yang membosankan. Secara teoritis, dimensi *boredom susceptibility* dapat berhubungan dengan dimensi *social contact*. Oleh sebab itu, peneliti mencoba mencari-tahu penyebab tidak adanya hubungan antara dimensi *boredom susceptibility* dan dimensi *social contact* melalui sisi metodologis.

Mayoritas partisipan dalam penelitian ini adalah partisipan yang telah melakukan wisata sebanyak 3-6 kali dalam 3 tahun terakhir (45,3%). Maka, jika dibagi dalam rata-rata jumlah wisata yang telah dilakukan, setidaknya ada sebanyak 1-2 kali perjalanan wisata yang dapat dilakukan oleh wisatawan setiap tahunnya. Kesempatan wisata yang sangat terbatas inilah yang tidak dapat dikontrol oleh peneliti. Peneliti tidak dapat mengontrol apakah dalam 1-2 kali kesempatan berwisata pada setiap tahunnya tersebut, sebagian besar partisipan dalam penelitian ini mampu melakukan perjalanan wisata yang memberikan banyak kesempatan pada mereka untuk melakukan kontak sosial dengan penduduk lokal.

Perbedaan kontak sosial yang memungkinkan untuk dilakukan oleh partisipan penelitian dapat berhubungan dengan definisi wisata yang dipahami oleh masing-masing partisipan. Hal ini kemudian berhubungan dengan karakteristik sampel dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti membatasi sampel penelitian pada wisatawan nusantara pernah berwisata ke luar kota di Indonesia karena keinginan sendiri (bukan karena adanya penugasan dinas maupun misi studi) dalam rentang waktu 3 tahun terakhir. Dalam hal ini, walaupun telah dibatasi bahwa perjalanan wisata yang dilakukan adalah karena keinginan sendiri (bukan karena adanya penugasan dinas maupun misi studi), namun batasan “berwisata ke luar kota di Indonesia” dan lamanya waktu berwisata tidak dapat dikontrol oleh peneliti dalam penelitian ini.

Definisi wisata dalam penelitian ini 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. Sehingga walaupun sudah berada di luar lingkungan tempat tinggal atau tempat menetap, kesempatan untuk melakukan kontak sosial dengan penduduk lokal dapat berbeda-beda antara partisipan yang satu dengan yang lainnya. Hal inilah yang tidak dapat dikontrol dalam penelitian ini.

Contohnya, jika seorang partisipan pergi berwisata ke museum yang berada di luar kota di Indonesia, ia mungkin saja hanya memiliki kesempatan yang terbatas untuk melakukan kontak sosial dengan penduduk lokal. Terutama jika wisatawan ini memang hanya ingin berkunjung ke museum dalam waktu yang singkat. Sehingga sekalipun wisatawan ini tertarik untuk berinteraksi dengan penduduk lokal, namun agenda wisata yang terbatas tidak memungkinkan dirinya untuk melakukan kontak sosial dengan penduduk lokal. Selain itu, jenis wisata pun beraneka-ragam. Wisatawan yang mengunjungi festival-festival teknologi dan ilmu pengetahuan juga merupakan bagian dari wisata sejauh wisatawan tersebut bertujuan untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.

Selain itu, kesempatan wisata yang sangat terbatas (1-2 kali per tahun) pada mayoritas partisipan penelitian ini juga dapat membatasi pengalaman wisata yang pernah mereka lakukan. Semakin sedikit pengalaman wisata yang diperoleh,

semakin terbatas pula peluang terjadinya perjalanan wisata yang mampu memberikan kesempatan pada wisatawan untuk melakukan kontak sosial dengan penduduk lokal. Demikian juga halnya dengan kondisi wisata yang dilakukan oleh wisatawan. Dengan siapa wisatawan pergi berwisata dapat mempengaruhi pola perilaku wisata pada wisatawan. Misalnya, wisatawan yang pergi berwisata dengan keluarga akan lebih terbatas dalam mengeksplorasi dalam berwisata dibandingkan dengan wisatawan yang pergi berwisata sendiri atau dengan teman. Hal ini dikarenakan, keberadaan anggota keluarga yang datang bersama ketika berwisata dapat menimbulkan tanggung-jawab yang berbeda dibandingkan dengan keberadaan orang lain maupun teman ketika berwisata bersama.

Oleh karena itu, batasan definisi wisata yang dipahami oleh partisipan, motivasi berwisata yang berbeda-beda, kondisi dengan siapa wisatawan pergi berwisata, serta lamanya waktu berwisata ternyata dapat mempengaruhi sejauh mana wisatawan melakukan kontak sosial dengan penduduk lokal. Hal inilah yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini, yang ternyata turut mempengaruhi perolehan hasil penelitian. Oleh sebab itu, batasan wisata dalam penelitian ini perlu diperjelas, mengingat banyaknya jenis wisata serta adanya persepsi mengenai definisi wisata yang berbeda-beda antarwisatawan. Demikian juga halnya dengan kontrol pada partisipan penelitian. Data responden perlu ditambahkan pada keterangan lamanya perjalanan wisata yang dilakukan dan dengan siapa perjalanan wisata dilakukan oleh wisatawan.

Berdasarkan hasil analisis tambahan, ditemukan bahwa terdapat perbedaan *tourist trait sensation seeking* yang signifikan pada wisatawan dengan frekuensi berwisata yang berbeda. Perbedaan terletak pada partisipan yang memiliki frekuensi berwisata < 3 kali dengan partisipan yang memiliki frekuensi berwisata > 6 kali dalam tiga tahun terakhir.

Kelompok partisipan yang memiliki frekuensi berwisata > 6 kali dalam tiga tahun terakhir memiliki *trait sensation seeking* yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok partisipan yang memiliki frekuensi berwisata < 3 kali dalam tiga tahun terakhir. Hal ini berarti wisatawan dengan frekuensi berwisata yang berbeda ternyata memiliki *trait sensation seeking* yang berbeda pula. Wisatawan yang telah melakukan frekuensi berwisata lebih banyak adalah

wisatawan yang memiliki *trait sensation seeking* yang lebih tinggi. Maka, dapat dikatakan bahwa wisatawan dengan *trait sensation seeking* yang lebih tinggi akan melakukan wisata lebih banyak.

Zuckerman (1979; 1994; 2000) menyatakan bahwa 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. Individu dengan *trait sensation seeking* tinggi juga lebih mudah bosan dan gundah apabila tidak ada variasi atau perubahan dalam aktivitas hidupnya (London & Esner, 1978, Zuckerman, 1991). Itulah sebabnya mengapa wisatawan dengan *trait sensation seeking* yang lebih tinggi akan melakukan wisata lebih banyak.

Selain itu, hasil analisis tambahan juga menemukan bahwa tidak ada perbedaan *trait sensation seeking* yang signifikan antara partisipan dengan jenis kelamin dan usia. Zuckerman (1983) yang menyatakan 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. Tidak adanya perbedaan *trait sensation seeking* yang signifikan antara partisipan dengan jenis kelamin dan usia yang berbeda dapat disebabkan oleh persebaran yang kurang merata dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan partisipan dalam penelitian ini memang terbatas pada rentang usia yang sama, yakni usia dewasa muda, dan didominasi oleh mahasiswa. Sebagaimana dalam gambaran umum, partisipan dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa (76,6%) dengan jenis kelamin pria (61,3%), dan berada dalam rentang usia antara 21 dan 22 tahun (80%).

6.2.2. Diskusi Untuk Penelitian Selanjutnya

Berkaitan dengan penelitian selanjutnya, peneliti menemukan bahwa dalam beberapa literatur, *trait sensation seeking* kerap dikaitkan dengan pemilihan daerah tujuan wisata maupun persepsi terhadap risiko. Penelitian yang banyak dilakukan di Amerika ini salah satunya menemukan bahwa partisipan dengan *trait sensation seeking* yang tinggi lebih menyukai untuk berwisata ke luar negeri

bahkan tertarik untuk berwisata ke negara lain yang dipersepsikan memiliki risiko yang tinggi (Lee & Crompton, 1992; Pizam et al. 2002, 2004).

Hal ini menarik jika dikaitkan langsung dengan kondisi Indonesia pasca tragedi bom Bali yang sempat menurunkan jumlah wisatawan dan menurunkan citra pariwisata Indonesia (<http://www.sinarharapan.co.id>, diakses 15 Maret 2008). Indonesia sempat dianggap sebagai daerah tujuan wisata yang cukup berisiko bagi wisatawan asing karena menjadi negara sasaran aksi terorisme. Namun apabila merujuk pada hasil penelitian di atas, wisatawan dengan *trait sensation seeking* yang tinggi tidak akan terpengaruh dengan isu terorisme, justru semakin tertantang untuk dapat berwisata ke negara yang dipersepsikan memiliki risiko yang tinggi.

Lepp dan Gibson (2008) menambahkan bahwa sejauh kondisi daerah tujuan wisata yang berisiko tersebut masih secara rasional dapat diterima oleh masyarakat, maka berwisata ke daerah yang berisiko akan memberikan pengalaman baru (*novel*) yang semakin autentik, menantang dan penuh petualangan bagi para wisatawan dengan *trait sensation seeking* tinggi. Bagi mereka, berwisata ke daerah yang berisiko justru akan memberikan nilai tambah (*additional reward*) berupa kebanggaan tersendiri (*prestige*).

Oleh sebab itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai *trait sensation seeking* dan persepsi terhadap risiko, baik pada wisatawan nusantara maupun wisatawan yang berasal dari mancanegara. Misalnya, penelitian dapat dilakukan pada wisatawan mancanegara yang negaranya memberlakukan *travel warning* untuk berwisata di Indonesia, namun ternyata tetap datang dan berwisata ke Indonesia.

Berkaitan dengan kondisi budaya di masyarakat Indonesia, hasil penelitian lintas budaya yang dilakukan oleh Hofstede (2008) di Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang memiliki kecenderungan untuk menghindari ketidakpastian (*uncertainty avoidance*) yang cukup tinggi yakni berkisar 48% dibanding negara Asia lainnya. Menurutnya, masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan untuk melakukan sesuatu yang tidak banyak mengandung risiko dan menghindari kondisi yang tidak pasti karena derajat toleransi terhadap ketidak-pastian yang rendah. Oleh karena itu, masyarakat

Indonesia lebih menyukai segala sesuatu yang bersifat pasti (praktis), tidak berisiko tinggi dan cenderung konformis terhadap orang lain (<http://www.geert-hofstede.com>, diakses 25 April 2008).

Gambaran budaya yang ditunjukkan melalui hasil penelitian Hofstede (2008) menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan untuk menghindari risiko. Kondisi ini berbanding terbalik dengan karakteristik individu dengan *trait sensation seeking* tinggi yang justru memiliki kecenderungan untuk mencari risiko (Zuckerman, 1994). Kondisi budaya masyarakat Indonesia sebagaimana digambarkan oleh Hofstede (2008) justru sejalan dengan karakteristik wisatawan dengan *tourist role* yang menunjukkan kebutuhan *familiarity* yang tinggi dalam berwisata. Oleh sebab itu, penelitian mengenai *trait sensation seeking* dan *tourist role* selanjutnya dapat dilakukan dalam bentuk lintas budaya.

6.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya apabila dilakukan penelitian serupa. Saran yang diajukan berupa saran metodologis dan saran praktis.

6.3.1 Saran Metodologis

1. Batasan definisi wisata dan karakteristik sampel penelitian, berkaitan dengan pengalaman perjalanan wisata yang telah dilakukan dan jenis wisata sangat perlu diperjelas, sehingga sampel yang diperoleh benar-benar wisatawan nusantara yang memiliki kriteria yang serupa.
2. Terdapat beberapa item dalam alat ukur *trait sensation seeking* yang merupakan hasil adaptasi dari *Sensation Seeking Scale* form V yang kurang *culture fair* dengan budaya di Indonesia, sehingga, pada penelitian selanjutnya, perlu dicermati kembali keberadaan item-item alat ukur yang dianggap kurang sesuai dengan budaya di Indonesia.
3. Memperluas batasan usia wisatawan nusantara agar hasil penelitian memiliki persebaran yang lebih merata.

4. Jika memungkinkan untuk melakukan perjalanan ke objek wisata tertentu, penelitian mengenai pariwisata selanjutnya dapat dilakukan dengan langsung mengunjungi objek wisata untuk dapat memperoleh wisatawan nusantara yang memang sedang berwisata secara langsung, sehingga memperoleh hasil penelitian yang semakin akurat.

6.3.2 Saran Praktis

Peneliti juga mengajukan beberapa saran praktis merujuk pada hasil penelitian, antara lain:

1. Secara umum hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa pola perilaku dalam berwisata dapat berhubungan dengan *trait* kepribadian tertentu pada wisatawan sehingga pemerintah maupun pengelola industri pariwisata dapat menggunakan informasi ini secara bijak dalam mengakomodasi dan memfasilitasi kebutuhan dan ketertarikan yang berbeda tersebut.
2. Wisatawan dengan *trait sensation seeking* tinggi akan lebih menyukai wisata yang banyak memberikan tantangan, senang melakukan kontak sosial dengan penduduk lokal dan mengatur perjalanan wisatanya secara independen. Oleh karena itu, pengembangan cagar alam dan cagar budaya di berbagai pelosok daerah Indonesia perlu dipertahankan. Pembentukan ekowisata dan wisata petualangan ke daerah yang masih kental dengan kondisi alam dan budaya yang asli dapat terus dilakukan. Di sisi lain, penyediaan sarana dan akomodasi bagi wisatawan yang senang berpergian dengan perlengkapan dan dana terbatas pun perlu diperhatikan, sehingga penyediaan tempat penginapan dan akomodasi berwisata dengan harga yang makin terjangkau akan sangat bermanfaat bagi wisatawan tersebut.
3. Wisatawan dengan *trait sensation seeking* tinggi juga menyukai wisata yang mampu memberikan sensasi dan risiko tinggi. Oleh sebab itu pihak pengelola industri pariwisata dapat memfasilitasi wisatawan dengan menyediakan sarana-sarana penunjang yang mampu memenuhi kebutuhan tersebut, seperti penambahan arena permainan berisiko tinggi, contohnya

arena *bungee jumping*, arung jeram, fasilitas menyelam dan *scuba-diving* di area wisata pantai, dan paralayang di daerah pegunungan.

4. Populasi penelitian ini merupakan wisatawan nusantara usia dewasa muda, sehingga hasil penelitian dapat digunakan sebagai informasi bagi pengelola industri pariwisata dan pemerintah dalam mensegmentasikan kebutuhan berwisata bagi wisatawan dewasa muda. Informasi mengenai hubungan antara *trait sensation seeking* dan *tourist role* dapat digunakan dalam menciptakan atau mempromosikan produk-produk pariwisata yang mampu mengakomodasi kebutuhan maupun ketertarikan wisatawan baik dengan *trait sensation seeking* tinggi maupun rendah. Upaya promosi produk pariwisata yang lebih tersegmentasi pada wisatawan dengan tingkat *trait sensation seeking* tertentu ini dapat meningkatkan peluang terpasarkannya produk pariwisata pada target yang jelas dan potensial dibandingkan dengan hanya mempromosikan atau menciptakan produk pariwisata yang dapat diterima secara umum oleh masyarakat.
5. Perbedaan persepsi terhadap risiko dalam berwisata pada wisatawan dengan tingkat *trait sensation seeking* yang berbeda dapat menjadi masukan bagi para pengelola industri pariwisata dan pemerintah agar lebih mensegmentasikan pasar dan membedakan pesan yang akan disampaikan melalui media promosi. Hal ini termasuk dalam mencermati penggunaan kata-kata, pembentukan citra objek wisata seperti apa yang akan dibangun, dan media promosi pariwisata bagi wisatawan dengan karakteristik yang berbeda. Misalnya, objek wisata yang mencitrakan kondisi yang familiar, dengan keamanan dan keselamatan yang terjamin mungkin akan sangat menarik bagi para wisatawan dengan *trait sensation seeking* yang rendah. Sebaliknya, objek wisata yang mencitrakan kondisi penuh risiko, petualangan, tantangan, serta menekankan adanya perbedaan budaya yang akan menarik bagi wisatawan dengan *trait sensation seeking* tinggi.