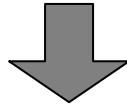


HUBUNGAN INTERAKSI SOSIAL DENGAN MOTIVASI WISATAWAN

Manusia mempunyai naluri untuk selalu berhubungan dengan sesamanya. Hubungan yang berkesinambungan tersebut menghasilkan pola pergaulan yang dinamakan pola *interaksi sosial*. Pergaulan tersebut menghasilkan pandangan-pandangan mengenai kebaikan dan keburukan. Pandangan-pandangan tersebut merupakan nilai-nilai manusia yang kemudian sangat berpengaruh terhadap cara dan pola perilakunya.



Motivasi Wisatawan:

a) Intrinsik (Sosial need dan esteem need)

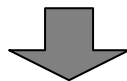
- Kebutuhan fisiologis
- Kebutuhan keamanan
- Kebutuhan sosial
- Kebutuhan prestise
- Aktualisasi diri

b) Ekstrinsik (tekanan dari luar)

norma sosial, pengaruh atau tekanan keluarga dan situasi kerja yang terinternalisasi, dan kemudian berkembang menjadi kebutuhan psikologis.

- (1) Physical or physiological motivation yaitu motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis, antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai dan sebagainya.
- (2) Cultural Motivation yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek tinggalan budaya.
- (3) Social or interpersonal motivation yaitu motivasi yang bersifat sosial, seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi (Prestice), melakukan ziarah, pelarian dari situasi yang membosankan dan seterusnya.
- (4) Fantasy Motivation yaitu adanya motivasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan dan yang memberikan kepuasan psikologis (McIntosh, 1977 dan Murphy, 1985; Pitana, 2005).

Dari perspektif fungsionalisme: motivasi wisatawan untuk melepaskan diri sejenak dari kegiatan rutin berfungsi untuk mengembalikan harmoni di masyarakat (terapi sosial)



Tipologi Wisatawan

Cohen: Mengklasifikasikan wisatawan atas dasar tingkat familiarisasi dari daerah yang akan dikunjungi serta tingkat pengorganisasian dari perjalanan pariwisata.

- 1) Drifter
- 2) Explorer
- 3) Individual mass tourist
- 4) Organized mass tourist



Perilaku Wisatawan di DTW:

- 1) Sunlust tourist, dan 2) Wanderlust tourist

Tipologi seharusnya didasarkan pada kebutuhan riil, yaitu faktor demografis dan sosial ekonomi:

- 1) Usia
- 2) Status marital
- 3) Gender
- 4) Mata pencaharian atau pendapatan

Terdapat evolusi sikap masyarakat terhadap wisatawan secara linier, dari mula-mula positif menjadi semakin negatif.

Penelitian Greenwood (1977):

Hubungan antara wisatawan dgn masy lokal menyebabkan terjadinya proses komoditisasi dan komersialisasi dari keramahtamahan masy lokal. Awalnya wisatawan dipandang sbg tamu yg disambut dgn ramah tamah. Semakin byk wisatawan yang datang hubungan berubah menjadi resiprositas dalam artian ekonomi (komoditisasi dan komersialisasi). Apabila sampai melewati batasi-batas yg dapat ditoleransi oleh masy lokal, maka hubungan menjadi anomi dan menjadi agresif yang mengarah pd eksploitasi dlm setiap interaksi, tnp mempertimbangkan konsekuensi ke depan. Pada tahap ini sering ditandai dengan tindakan kriminal.

Tahapan:

- 1) Euphoria
- 2) Apathy
- 3) Annoyance
- 4) Antagonism

Dalam perspektif *Social-Action* motivasi penting untuk melihat perilaku wisatawan scr individual di dalam hubungannya dengan masyarakat yg lebih luas.