

Sensation Seeking Terhadap Kebahagiaan Pada Wisatawan Domestik Di Gunung Semeru

(Fandi Rosi Sarwo Edi¹, Vita Nur Aini²)

edi.fandirosi@gmail.com¹, vitanuraini11111998@gmail.com²

Abstract

Happiness in life is the hope in the lives of many people with a sense of peace without suffering, which can be obtained in different ways. Sensation seeking is the need to find sensation and willingness to take risks that can be obtained through travel. Mount Semeru with a height of 3,676mdpl high in Java Island will have its own challenges for tourists who make the climb in search of sensation seeking as the final destination is happiness. The research aims to determine the effect of sensation seeking on happiness in domestic tourists on Mount Semeru. The subject of 120 domestic tourists was taken with incidental sampling techniques. Based on the results of a simple regression test obtained significance of 0.001 ($0.001 < 0.05$) and dihopetesis received. There is a sensation seeking influence on happiness in domestic tourists on Mount Semeru.

Keywords: *happiness, sensation seeking, domestic travelers*

Abstrak

Kebahagiaan dalam hidup adalah harapan dalam kehidupan banyak orang dengan rasa damai tanpa ada penderitaan, yang dapat diperoleh dengan cara berbeda-beda. *Sensation seeking* adalah kebutuhan untuk mencari sensasi dan kemauan mengambil resiko yang dapat diperoleh melalui berwisata. Gunung Semeru dengan tinggi 3.676mdpl tertinggi di Pulau Jawa akan memiliki tantangan tersendiri bagi wisatawan yang melakukan pendakian dalam mencari *sensation seeking* sebagai tujuan akhir adalah kebahagiaan. Penelitian bertujuan mengetahui pengaruh *sensation seeking* terhadap kebahagiaan pada wisatawan domestik di Gunung Semeru. Subjek berjumlah 120 orang wisatawan domestik diambil dengan teknik *incidental sampling*. Berdasarkan hasil uji regresi sederhana diperoleh signifikansi 0,001 ($0,001 < 0,05$) dan dihopetesis diterima. Terdapat pengaruh *sensation seeking* terhadap kebahagiaan pada wisatawan domestik di Gunung Semeru.

Kata kunci: *kebahagiaan, sensation seeking, wisatawan domestik*

¹ Program Studi Psikologi Universitas Trunojoyo Madura

² Program Studi Psikologi Universitas Trunojoyo Madura

Pendahuluan

Indonesia menjadi salah satu negara yang berkerja dalam mempromosikan sektor pariwisata. Apalagi dengan adanya Rencana Induk Kementerian Pariwisata mengenai Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010-2025 yang menyebutkan bahwa dalam rangka mewujudkan visi pembangunan kepariwisataan nasional, diantaranya ditempuh melalui misi pembangunan kepariwisataan nasional dengan mengembangkan pemasaran pariwisata yang sinergis, unggul, dan bertanggung jawab sebagai bentuk meningkatkan wisatawan yang akan datang berkunjung ke wisata Indonesia (BPS, 2018). Dengan adanya pengembangan diberbagai sektor pariwisata dari tahun ke tahun wisatawan yang datang semakin bertambah. Hal ini sejalan dengan adanya perbaikan tersebut, baik dari segi pelayanan, perbaikan infrastruktur, penambahan transportasi untuk mempermudah wisatawan dalam menjangkau kawasan, dan lain sebagainya. Hal ini sesuai dengan data statistik menurut Kementerian Pariwisata Republik Indonesia bahwa pada tahun 2016 wisatawan yang datang berkunjung sebesar 12.023.971. Lalu pada tahun 2017 meningkat menjadi sebesar 14.039.799. Setelah itu pada tahun 2018 meningkat lagi menjadi 15.810.325. Maka dalam hal ini dapat diketahui sejalan dengan perbaikan dalam sektor pariwisata menjadikan wisatawan yang datang untuk berkunjung semakin banyak.

Salah satu jenis wisatawan yang datang berkunjung ke sebuah tempat wisata adalah wisatawan domestik. Menurut [Amerta dan Budhiasa \(2014\)](#) bahwa wisatawan domestik adalah seorang warga negara pada suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri

tanpa melewati batas negaranya, jadi dalam hal ini tidak terdapat unsur asing baik kebangsaan maupun uang yang dibelanjakan serta dokumen perjalanan yang dimilikinya.

Wisatawan domestik memiliki potensi sangat besar dalam segmen pasar pariwisata. Meskipun dalam hal ini wisatawan domestik tidak mendatangkan devisa negara, namun tidak bisa dipandang remeh mengenai kemampuan dalam menggerakkan perekonomian negara. Hal ini senada dengan penjelasan [Yusendra \(2016\)](#) menjelaskan bahwa dengan adanya wisatawan domestik yang melancong ke destinasi wisata di daerah lain mampu menghidupkan, baik dari industri penerbangan, angkutan darat dan laut, perhotelan, industri kreatif, dan lain sebagainya. Dalam hal ini hingga total pembelajaran para wisatawan domestik sebesar Rp 176,32 triliun pada tahun 2013. Maka wisatawan domestik sangat kuat pengaruhnya dalam dunia kepariwisataan.

Setiap individu memiliki alasan yang berbeda-beda ketika akan melakukan perjalanan berwisata, seperti ketika merasa ketidakbahagiaan yang dirasakan. Ketidakbahagiaan menjadi faktor yang paling tinggi dibandingkan dengan kebahagiaan. Hal ini seperti yang dijelaskan dalam [Hrusova dan Chaloupska \(2019\)](#) bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara mendaki gunung dikarenakan kebahagiaan dan ketidakbahagiaan. Ketidakbahagiaan menjadi faktor yang dominan hingga 80% individu melakukan pendakian ke gunung. Ketidakbahagiaan yang dirasakan tersebut dapat berupa depresi, kelelahan, kesedihan, dan lain sebagainya.

Melalui kegiatan mendaki gunung memiliki banyak sekali manfaat yang diberikan ketika merasakan ketidakbahagiaan. Salah satu gunung

yang dapat didaki adalah Gunung Semeru. Gunung Semeru adalah gunung berapi yang berada di Kabupaten Lumajang dan Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. Gunung Semeru merupakan gunung tertinggi di Pulau Jawa yang memiliki puncak Mahameru dengan tinggi 3.676 meter di atas permukaan air laut (mdpl).

Menurut Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru bahwa jumlah wisatawan sungguh besar. Pada tahun 2017 jumlah wisatawan mencapai 647.463 orang, dengan masing-masing jumlah wisatawan domestik sebesar 623.895 orang dan wisatawan mancanegara sebesar 23.895 orang. Lalu pada tahun 2018 jumlahnya naik dengan pesat dengan total 825.206 orang, dengan jumlah wisatawan domestik sebesar 800.130 dan wisatawan mancanegara sebesar 25.076 orang. Pada tahun 2019 jumlah wisatawan yang berkunjung menurun dengan total 721.082 orang, dengan total wisatawan domestik sebesar 699.021 dan wisatawan mancanegara sebesar 22.061 orang.

Dengan banyaknya daya tarik yang disajikan oleh Gunung Semeru, wisatawan domestik akan memunculkan berbagai perasaan positif. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh [Hastuti \(2017\)](#) bahwa berwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan secara perorangan atau kelompok dari suatu tempat ke tempat yang lain yang bersifat sementara dan memiliki tujuan akhir berupa mendapatkan sensasi berupa kebahagiaan.

[Carr \(2011\)](#) menyatakan bahwa kebahagiaan adalah sebagai keadaan psikologis positif yang ditandai dengan tingginya derajat kepuasan hidup, afek positif, dan rendahnya derajat afek negatif. Kepuasan itu sendiri merupakan kemampuan seseorang untuk menikmati

pengalaman-pengalamannya, yang disertai tingkat kegembiraan.

Kebahagiaan dalam hidup adalah sesuatu hal yang menjadi harapan dalam kehidupan banyak orang, bahkan sepertinya semua orang mendambakan kehidupan yang berbahagia. Adapun bentuk dari kebahagiaan itu sendiri berupa perasaan senang, damai, kesejahteraan, kedamaian pikiran, kepuasan hidup serta tidak adanya perasaan tertekan atau perasaan menderita. Hal ini sejalan dengan yang dijelaskan oleh [Aprilia \(dalam Fitriyanto, 2018\)](#) yakni mendaki gunung bisa bermanfaat bagi mental serta membuat hidup lebih bahagia karena terhubung dengan alam dapat membawa kedamaian dan rasa nyaman.

Ada banyak faktor yang dapat membuat wisatawan domestik merasakan kebahagiaan. Menurut [Hakim dan Hertati \(2014\)](#) faktor yang membuat individu bahagia terdapat 2 macam, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang membuat individu bahagia dari dalam jiwanya. Maka bagi wisatawan domestik munculnya perasaan bahagia diakibatkan oleh diri individu, seperti: dapat mencapai puncak dengan pengorbanan sendiri, selamat sampai tujuan, dan tidak mengalami cedera. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang membuat individu bahagia yang diakibatkan oleh sesuatu yang berasal dari luar dirinya, seperti: memiliki perlengkapan mendaki, dapat melihat pemandangan ketika mencapai puncak, dan lain sebagainya.

Bagi wisatawan domestik dalam mencari kebahagiaan dapat melakukan berbagai cara, dengan melakukan hal-hal yang berhubungan dengan sesuatu yang dapat meningkatkan sensasi dirinya atau bisa disebut *sensation seeking*. Hal ini sesuai dengan

penjelasan Zuckerman (dalam [Celik & Kocak, 2018](#)) bahwa salah satu cara individu merasa bahagia dengan cara mencari sensasi (*sensation seeking*). Hal ini dikarenakan dengan melakukan *sensation seeking* individu akan bisa mengurangi stres yang dirasakannya.

Menurut Zuckerman (dalam [Pace, et al, 2015](#)), bahwa *sensation seeking* sebagai sifat individu yang cenderung mencari pengalaman dan sensasi yang berbeda, baru, kompleks, intens, dan bersedia untuk mengambil segala risiko, baik secara fisik, sosial, hukum, dan finansial demi mendapatkan pengalaman dan sensasi tadi. Individu yang menyukai *sensation seeking* cenderung untuk terlibat dalam suatu perilaku yang meningkatkan adrenalin yang mereka alami.

Menurut Zuckerman (dalam [Grashinta & Nisa, 2018](#)) bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi individu untuk terstimulus dan memiliki *sensation seeking* yakni sosial dan genetik. Faktor sosial yaitu adanya pembelajaran sosial (*social learning*) berupa observasi dan imitasi yang dilakukan terhadap lingkungannya dengan sumbangan sebesar 40%. Sedangkan dalam penelitian Zuckerman mengindikasikan adanya faktor genetik yang sangat mempengaruhi susunan gen dan kondisi biologis individu, sehingga memiliki kecenderungan 60% untuk mencari sensasi dalam hidupnya karena adanya gen yang diturunkan dari generasi sebelumnya.

Meskipun terdapat banyak risiko yang terdapat di Gunung Semeru, namun masih banyak wisatawan domestik yang masih mengunjungi wisata ini. Apalagi ketika individu tersebut memiliki kecenderungan pencari sensasi yang suka mencari pengalaman dan sensasi yang dianggapnya baru, meskipun kegiatan yang dilakukannya mengandung risiko

yang besar. Hal ini dilakukan semata-mata hanya untuk mencari kebahagiaan dirinya melalui pencarian sensasi. Kebahagiaan yang menjadi tujuan akhir yang diraih individu setelah melakukan sebuah aktivitas, perjuangan, dan lain sebagainya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penting dilakukannya penelitian untuk mengetahui kebahagiaan yang dirasakan oleh wisatawan domestik akibat adanya pengaruh dari *sensation seeking* di Gunung Semeru.

Tinjauan Pustaka

Kebahagiaan

[Carr \(2011\)](#) menyatakan bahwa kebahagiaan adalah sebagai keadaan psikologis positif yang ditandai dengan tingginya derajat kepuasan hidup, afek positif, dan rendahnya derajat afek negatif. Sedangkan menurut Pontoh dan Farid (2015) bahwa manusia adalah makhluk yang diciptakan dengan pikiran dan hati. Hal ini membuat manusia selalu berupaya untuk mencapai kebahagiaan.

Berdasarkan dari segi aspeknya, menurut [Carr \(2011\)](#) kebahagiaan memiliki dua aspek, yaitu:

1. Aspek afektif

Aspek *afektif* mewakili pengalaman emosional seperti riang, gembira, senang, dan emosi positif yang lain. Aspek *afektif* terbagi lagi menjadi dua, yaitu:

a. Afek positif

Afek positif mempresentasikan mood dan emosi yang menyenangkan. Orang dengan afek positif tinggi cenderung memiliki gaya hidup sehat, dan strategi koping yang lebih baik. Selain itu, efektifitas positif secara langsung mempengaruhi faktor-faktor fisiologis

yang memengaruhi proses penyakit. Afek positif dapat dibagi menjadi 3, yaitu masa mendatang (optimisme, harapan, iman, dan kepercayaan), masa lalu (kepuasan, kebanggaan, dan ketenangan), dan masa kini (kesenangan sesaat dan kepuasan yang lebih abadi).

b. Afek negatif

Afek negatif adalah pravelensi dari emosi dan mood yang tidak menyenangkan dan merefleksikan respon negatif yang dialami individu sebagai reaksinya terhadap kehidupan, kesehatan, keadaan, dan peristiwa yang mereka alami. Afek negatif cenderung dikaitkan dengan berbagai gangguan psikologis, khususnya pada depresi.

2. Aspek kognitif

Aspek kognitif mewakili evaluasi kognitif dalam kepuasan terhadap berbagai domain dalam kehidupan individu. Evaluasi terhadap kepuasan pada domain adalah penilaian yang dibuat individu dalam mengevaluasi domain dalam kehidupannya, seperti diri, keluarga, jenis kelamin, hubungan, sosial, fisik, pekerjaan, dan pendidikan. Kepuasan dalam aspek afektif dan kognitif kebahagiaan, relatif independen satu dengan yang lain. Kebahagiaan yang dirasakan individu bergantung pada evaluasi kognitif mengenai kepuasan dalam diri untuk berbagai domain kehidupan seperti keluarga atau lingkungan kerja dan pengalaman dari afektif di dalamnya (Carr, 2011).

Sensation Seeking

Menurut Ersche, et al. (2010) menyatakan *sensation seeking* sebagai kebutuhan untuk mencari sensasi secara intens disertai adanya kemauan untuk mengambil resiko demi memiliki pengalaman tersebut. Senada dengan penjelasan tersebut, menurut Zuckerman

(dalam Pace, et al, 2015), bahwa *sensation seeking* sebagai sifat individu yang cenderung mencari pengalaman dan sensasi yang berbeda, baru, kompleks, intens, dan bersedia untuk mengambil segala risiko, baik secara fisik, sosial, hukum, dan finansial demi mendapatkan pengalaman dan sensasi tadi.

Menurut Zuckerman (dalam Schmidt, Molina, & Raimundi, 2017) bahwa aspek-aspek dari *sensation seeking* dibagi menjadi 4 bagian, yaitu:

1. *Thrill dan Adventure Finding (TAS)*
Thrill dan Adventure Finding (TAS) merupakan aspek yang mengungkapkan keinginan untuk terlibat dalam ketegangan dan petualang. Dalam hal ini bisa melakukan olahraga atau kegiatan melibatkan beberapa bahaya fisik atau risiko, seperti: pendakian gunung, lompat parasut, selam scuba, ngebut di dalam mobil, dan lain sebagainya.
2. *Experience Finding (ES)*
Experience Finding (ES) merupakan aspek yang menggambarkan keinginan untuk mencari pengalaman baru melalui pikiran dan indera dengan hidup dalam gaya hidup yang tidak sesuai dengan teman-teman yang tidak konvensional, dan melalui perjalanan.
3. *Disinhibition (DIS)*
Disinhibition (DIS) merupakan aspek yang menggambarkan perlunya menghilangkan perilaku di sosial dan tidak dapat menahan diri, seperti: dengan minum-minuman beralkohol, berpesta, dan bergonta-ganti pasangan dalam melakukan hubungan seksual.
4. *Boredom Susceptibility (BS)*
Boredom Susceptibility (BS) menunjukkan keengganan untuk pengalaman berulang dalam bentuk

apa pun, pekerjaan rutin, atau bahkan orang-orang yang membosankan atau dapat diprediksi. Barang-barang lain menunjukkan reaksi gelisah ketika segalanya tidak berubah.

Wisatawan Domestik

Menurut Hamzah (2013) bahwa wisatawan domestik adalah wisatawan yang merupakan penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan dalam wilayah geografis Indonesia. Senada dengan penjelasan tersebut menurut [Amerta dan Budhiasa \(2014\)](#) bahwa wisatawan domestik adalah seorang warga negara pada suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati batas negaranya.

Menurut Plog (dalam Toule, 2015) mengembangkan tipologi wisatawan sebagai berikut:

1. *Allocentric*

Allocentric yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi tempat-tempat yang belum diketahui, bersifat petualangan, dan memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh masyarakat lokal.

2. *Psychocentric*

Psychocentric yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah mempunyai fasilitas dengan standar yang sama dengan di negaranya sendiri. Mereka melakukan perjalanan wisata dengan program yang pasti, dan memanfaatkan fasilitas dengan fasilitas internasional.

3. *Mid-Centric*

Mid-Centric yaitu tipologi yang terletak di antara *allocentric* dan *psychocentric*.

Gunung Semeru

Gunung Semeru merupakan gunung berapi tertinggi di pulau Jawa merupakan salah satu bagian dari cincin api atau ring of fire yang dimiliki Indonesia. Gunung Semeru yang memiliki tinggi 3.676 mdpl, dan kawasan seluas 10,25 Ha merupakan kawasan perairan yang berupa danau atau ranu. Sehingga banyak para wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang berwisata, baik wisatawan yang ingin menikmati keindahan sekitar gunung tersebut, atau pun melakukan kegiatan pendakian untuk melihat beberapa panorama alam yang terbentuk secara alami. Salah satu tujuan utama dari kegiatan wisatawan adalah melakukan pendakian ke Gunung Semeru. Keindahan alam yang dapat dinikmati di kawasan Gunung Semeru berupa Puncak Mahameru, Kalimati, Padang Lavender (Oro-Oro Ombo), Ranu Regulo, Ranu Pane (Prancischa, 2015)

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan menggunakan 2 jenis skala likert, yaitu skala kebahagiaan dan skala *sensation seeking*. Skala kebahagiaan menurut [Carr \(2011\)](#) menyatakan bahwa kebahagiaan adalah sebagai keadaan psikologis positif yang ditandai dengan tingginya derajat kepuasan hidup, afek positif, dan rendahnya derajat afek negatif. Aspek kebahagiaan ada 2 yaitu; aspek *afektif* dan aspek *kognitif*. Hasil koefisien validitas dari 48 item dinyatakan valid sebanyak 44 item dan gugur sebanyak 4 item. Pada item yang telah valid memiliki rentang *Pearson Correlation* dari skor rendah hingga skor yang tinggi yaitu sebesar 0,222 hingga 0,635 dengan r tabel sebesar 0,198 dan sig penelitian 0,05.

Sedangkan pada skala *sensation seeking* menurut Zuckerman (dalam [Schmidt, Molina, & Raimundi, 2017](#)) menjelaskan bahwa *sensation seeking* sebagai sifat individu yang cenderung mencari pengalaman dan sensasi yang berbeda, baru, kompleks, intens, dan bersedia untuk mengambil segala risiko, baik secara fisik, sosial, hukum, dan finansial demi mendapatkan pengalaman dan sensasi tadi. Aspek *sensation seeking* ada 4 yaitu; *Thrill dan Adventure Finding (TAS)*, *Experience Finding (ES)*, *Disinhibition (DIS)*, dan *Boredom Susceptibility (BS)*. Hasil koefisien validitas dari 40 item dinyatakan valid sebanyak 29 item dan gugur sebanyak 11 item. Pada item yang telah valid memiliki rentang *Pearson Correlation* dari skor rendah hingga skor yang tinggi yaitu sebesar 0,199 hingga 0,532 dengan r tabel sebesar 0,198 dan sig penelitian 0,05.

Periantalo (2016) menjelaskan bahwa populasi adalah subjek yang dikenakan generalisasi dari hasil penelitian tersebut. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik yang berkunjung ke

Gunung Semeru, dengan sampel yang digunakan untuk mewakili populasi sebesar 120 orang. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *incidental sampling*. Menurut [Periantalo \(2016\)](#) bahwa *incidental sampling* merupakan sampel yang diambil dari siapa yang ditemui (didapat) oleh peneliti, dialah yang menjadi subjek dalam penelitian tersebut. Dalam hal ini kriteria inklusi peneliti adalah wisatawan domestik yang pernah lebih dari 1 kali melakukan aktivitas mendaki di Gunung Semeru. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu uji regresi sederhana. Menurut [Herawati dan Edi \(2016\)](#) analisis regresi sederhana menunjukkan hubungan dua variabel yaitu satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y).

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil uji SPSS pada karakteristik mengenai subjek penelitian digambarkan berdasarkan ciri-ciri demografis di bawah ini, yaitu:

Tabel 1. Karakteristik Subjek Penelitian

Kategori	N	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	77	64,2%
Perempuan	43	35,8%
N	120	100%
Usia		
< 20 tahun	37	30,8%
> 20 tahun	83	69,2%
N	120	100%
Jumlah Melakukan Pendakian		
$2 \leq X \leq 7$ kali	83	69,2%
≥ 8 kali	37	30,8%
N	120	100%

Pada tabel di atas diketahui bahwa pada penelitian ini berdasarkan kategori jenis kelamin didominasi oleh subjek dengan berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 77 subjek atau 64,2%. Lalu berdasarkan kategori usia cenderung berada di usia >

20 tahun dengan jumlah 83 subjek atau 69,2%. Sedangkan berdasarkan kategori jumlah melakukan pendakian didominasi oleh subjek yang melakukan pendakian sebanyak $2 \leq X \leq 7$ kali dengan jumlah 83 subjek atau 69,2%. Dalam melihat

kategorisasi terhadap ketiga variabel maka dilakukan penjumlahan skor dari jumlah item setiap variabel penelitian sesuai norma. Setelah itu dilakukan pembagian menjadi 3 kelompok yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Berikut ini adalah gambaran tingkatan kebahagiaan dan *sensation seeking* pada subjek, yaitu:

Tabel 2. Kategorisasi Skor Subjek

Variabel	Kategori	Skor	N	Persentase
Kebahagiaan	Tinggi	$X \geq 148$	22	18,3%
	Sedang	$134 \leq X < 148$	77	64,1%
	Rendah	$X < 134$	21	17,5%
<i>Sensation Seeking</i>	Tinggi	$X \geq 97$	20	16,7%
	Sedang	$84 \leq X < 97$	84	70,0%
	Rendah	$X < 84$	16	13,3%

Berdasarkan data pada tabel 2 dapat diketahui bahwa pada variabel kebahagiaan dan *sensation seeking* responden berada dalam kategori sedang. Pada variabel kebahagiaan memiliki

total 77 subjek atau 64,1%, sedangkan *sensation seeking* memiliki total 84 subjek atau 70,0%. Pada analisis regresi sederhana dilakukan untuk menguji *sensation seeking* terhadap kebahagiaan wisatawan dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Regresi Sederhana

R	R Square	F	Sig
-0,311	0,97	12,604	0,001

Tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien R sebesar -0,311. Nilai R menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda negatif) satu nilai *sensation seeking* tidak akan meningkatkan atau menurunkan tingkat kebahagiaan wisatawan domestik di Gunung Semeru yang sebesar -0,311. Nilai R Square sebesar 0,097 atau sebesar 9,7% (dari $0,097 \times 100\%$) nilai tersebut kontribusi yang disumbangkan *sensation seeking* terhadap kebahagiaan. Dengan demikian *sensation seeking* terhadap kebahagiaan sebesar 9,7% dan sisanya dipengaruhi oleh aspek lain selain *sensation seeking*. Pada $F = 12,604$ dengan signifikansi 0,001. Nilai tersebut kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena nilai signifikansi kurang dari 0,05.

Maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini dapat diterima.

Pembahasan

Kebahagiaan yang dirasakan oleh wisatawan domestik ketika melakukan pendakian di Gunung Semeru berada pada kategori sedang dengan total 77 orang atau 64,2% dari total keseluruhan. Menurut Carr (2011) kebahagiaan yang dirasakan oleh wisatawan domestik dapat berbentuk *afektif* dan *kognitif*. Secara *afektif*, kebahagiaan yang dirasakan wisatawan adalah dengan munculnya perasaan bahagia, senang, berkurangnya afek negatif, dan lain sebagainya. Sedangkan pada secara *kognitif*, kebahagiaan wisatawan domestik dapat dirasakan melalui adanya kepuasan dari beberapa domain kehidupan, seperti: diri sendiri, fisik, dan sosial.

Pada *sensation seeking* yang dimiliki oleh wisatawan domestik berada pada kategori sedang dengan total 84 orang atau 70% dari total keseluruhan. Menurut Zuckerman (dalam [Schmidt, Molina, & Raimundi, 2017](#)) yang dimiliki oleh wisatawan domestik dapat ditunjukkan dengan adanya *Thrill and Adventure Seeking (TAS)*, *Experience Finding (ES)*, *Disinhibition (DIS)*, dan *Boredom Susceptibility (BS)*. *Thrill and Adventure Seeking (TAS)* ditunjukkan dengan keinginan individu untuk melakukan aktivitas fisik, beresiko tinggi dan mengandung unsur petualangan. Lalu pada *Experience Finding (ES)* ditunjukkan dengan pencarian pengalaman baru melalui mendaki, seperti cara kumpul bersama dengan para pendaki, berkenalan dengan orang baru, dan melihat keindahan alam, hingga dapat merasakan pendakian gunung yang belum pernah didaki. Selanjutnya pada *Disinhibition (DIS)* dapat dikatakan bahwa perilaku tanpa ikatan adalah perilaku yang kurang bertanggungjawab yang cenderung dilakukan oleh pendaki, namun pada penelitian kurang menunjukkan adanya perilaku yang cenderung disinhibition. Sedangkan pada *Boredom Susceptibility (BS)* diketahui melalui adanya kecenderungan untuk mudah merasa bosan dengan keadaan lingkungan yang sama, maka dari itu individu akan cenderung mencari tempat-tempat yang berbeda.

Pada hasil dari pengolahan data menggunakan uji *regresi* sederhana diperoleh hasil nilai F 12,604 dengan signifikansi 0,001 jika dibandingkan nilai $\alpha = 0,05$, nilai signifikansi lebih kecil daripada α ($\text{sig} < \alpha$), yaitu nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka hipotesis yang diajukan oleh peneliti diterima.

Artinya terdapat pengaruh *sensation seeking* terhadap kebahagiaan pada wisatawan domestik di Gunung Semeru atau semakin tinggi *sensation seeking* maka akan semakin tinggi kebahagiaan yang dirasakan oleh wisatawan domestik di Gunung Semeru. Sebaliknya jika semakin rendah *sensation seeking* maka akan semakin rendah kebahagiaan yang dirasakan oleh wisatawan domestik di Gunung Semeru.

Kemudian untuk mengetahui sejauh mana kontribusi atau sumbangan efektif *sensation seeking* terhadap kebahagiaan dapat diketahui dengan nilai koefisien regresi R sebesar -0,311. Nilai R menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda negatif) satu nilai *sensation seeking* tidak akan meningkatkan atau menurunkan tingkat kebahagiaan pada wisatawan domestik di Gunung Semeru yang sebesar -0,311. Dengan demikian korelasi keeratan *sensation seeking* terhadap kebahagiaan termasuk cukup. Kemudian kontribusi antara *sensation seeking* terhadap kebahagiaan dapat diketahui dengan nilai R *Squared*. Interpretasi hasil yang didapat adalah nilai R *Square* sebesar $0,097 = 9,7\%$. Hal ini berarti sumbangsih pengaruh *sensation seeking* terhadap kebahagiaan sebesar 9,7%. Sedangkan yang lainnya dipengaruhi oleh yang lainnya selain *sensation seeking*. Lalu pada hasil pada *konstanta* sebesar 171,502 memiliki arti jika *sensation seeking (X)* nilainya adalah 0, maka kebahagiaan yang dirasakan oleh setiap individu adalah 171,502. Lalu pada koefisien *regresi sensation seeking* sebesar -0,337 memiliki arti bahwa setiap kenaikan *sensation seeking* maka individu akan mengalami penurunan kebahagiaan sebesar 0,337.

Berdasarkan hasil penelitian ini, wisatawan domestik yang memiliki *sensation seeking* tinggi tidak membuat dirinya merasakan kebahagiaan atau dapat dikatakan semakin tinggi *sensation seeking* maka individu tersebut semakin rendah kebahagiaan yang dirasakan. Hal ini dimungkinkan karena tingginya risiko-risiko yang dihadapinya dalam mendapatkan pengalaman dan sensasi yang baru dari setiap yang dilakukannya. Hal ini senada dengan yang dijelaskan oleh [Hardy dan Hutchinson \(2007\)](#) bahwa para pencari sensasi dengan melakukan pendakian memiliki ketidakhahagiaan, dalam hal ini dikarenakan munculnya adanya kecemasan yang meningkat ketika dihadapkan dengan risiko-risiko meningkat yang akan dihadapi. Dalam hal ini kecemasan tersebut dapat berupa kecemasan *kognitif* dan *somatik*.

Individu yang memiliki *sensation seeking* tidak membuat dirinya akan merasakan bahagia. Hal ini dikarenakan adanya kecenderungan yang dimiliki individu untuk menghindari *sensation seeking*. Dalam hal ini senada dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh [Stegman \(2010\)](#) bahwasanya individu cenderung melakukan penghindaran terhadap *sensation seeking* dikarenakan dirinya tidak ingin mendapatkan penilaian yang negatif oleh orang lain yang membuatnya hidupnya tidak merasa puas. Maka dari itu individu kebahagiaan yang dirasakan oleh responden berbanding terbalik dengan *sensation seeking* yang dimiliki.

Cara-cara yang membuat individu merasakan kebahagiaan salah satunya adalah dengan melakukan petualangan dan tantangan. Hal ini dikarenakan individu dapat melakukan me time dengan berinteraksi dengan

diri sendiri dan alam, individu dapat melatih fisik, psikologis, dan emosi, individu dapat mengevaluasi dan melihat dengan cara pandang yang berbeda, individu dapat membantu dalam menciptakan mood yang bahagia, dan individu dapat menemukan semangat baru ([Ebi, 2019](#)).

Melalui kegiatan yang bersifat petualangan dan menantang, maka individu tersebut termasuk dalam salah satu aspek *sensation seeking* yaitu *Thrill and Adventure Finding (TAS)*. Selain itu, adapun faktor-faktor lain yang menyebabkan individu merasakan kebahagiaan yaitu *circumstances*. Menurut [Carr \(2011\)](#) menjelaskan bahwa dalam *circumstances* dijelaskan individu dalam mencari kebahagiaan salah satu faktornya adalah dengan melakukan rekreasi. Rekreasi digambarkan dengan istirahat, relaksasi, makanan enak, dan aktivitas santai semuanya memiliki jangka pendek yang positif efek pada kebahagiaan. Selama masa liburan orang-orang dilaporkan bahwa suasana hati positif yang lebih besar dengan persentase sebesar 10%. Senada dengan penjelasan tersebut menurut Hartoto (dalam [Mahmudi, 2016](#)) menjelaskan bahwa manusia yang sehat dan selalu merasakan bahagia adalah manusia yang memiliki kegiatan atau aktivitas rekreasi. Kegiatan mental yang bagus tidak akan terlepas dari kemampuan dan kemauan baik dari individu untuk memiliki dan melakukan kegiatan bermain dan rekreasi yang tepat. Maka dengan mendaki gunung merupakan salah satu cara individu dalam melakukan aktivitas rekreasi. Dalam hal ini dikarenakan seperti yang dijelaskan oleh [Rahman, Sugiyanto, dan Kristiyanto \(2018\)](#) bahwa mendaki

gunung merupakan aktivitas fisik sebagai sarana rekreasi.

Selain itu dalam aktivitas mendaki gunung yang merupakan salah satu cara individu dalam mengisi waktu luang membuat individu dapat menyebabkan individu merasakan kebahagiaan. Hal ini sesuai dengan yang dijelaskan dalam [Hakim dan Hartati \(2014\)](#) bahwa aktivitas yang dilakukan ketika waktu luang merupakan salah satu faktor individu dalam merasakan kebahagiaan. Selain dari faktor, yaitu: kemdsakmuran, aktivitas religius, keluarga, relasi sosial, dicintai atau mencintai, dan aktivitas waktu luang.

Dalam penelitian ini berkebalikan dengan penelitian yang dilakukan oleh [Purwoko dan Sukamto \(2013\)](#) diketahui bahwa sebagian besar perasaan yang timbul setelah melakukan *thrill and adventure seeking*, *experience seeking*, dan *disinhibition* adalah senang atau bahagia. Hal ini dikarenakan para *sensation seeker* cenderung melakukan antara lain: *thrill and adventure seeking* yaitu berpetualang ke alam liar dan melakukan olahraga ekstrim; *experience seeking*, yaitu melanggar tata tertib dan aturan, menggemari musik metal, dan ikut organisasi kemahasiswaan; *disinhibition*, yaitu *clubbing*, mabuk-mabukan, dan minum-minum.

Berdasarkan pembahasan yang dijelaskan di atas menjadikan alasan mengapa *sensation seeking* memiliki pengaruh terhadap kebahagiaan yang dirasakan oleh wisatawan domestik di Gunung Semeru. Dalam hasil penelitian menjelaskan bahwa pengaruh *sensation seeking* berada dalam kategori cukup dalam menimbulkan kebahagiaan pada individu. Selain itu juga hasil penelitian ini adalah bahwa semakin

tinggi *sensation seeking* yang dimiliki individu maka semakin rendah kebahagiaan yang dirasakan oleh individu tersebut. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah *sensation seeking* yang dimiliki individu, maka semakin tinggi kebahagiaan yang dirasakan.

Kesimpulan

Kebahagiaan yang dirasakan oleh wisatawan domestik di Gunung Semeru lebih cenderung berada dalam kategori sedang, baik kategori jenis kelamin dengan jumlah 45 orang dengan persentase 58,4%, usia dengan jumlah 54 orang dengan persentase 70,1%, dan jumlah pendakian 56 dengan jumlah 45 orang dengan persentase 72,7%.

Sensation seeking mempunyai pengaruh terhadap dengan diperoleh nilai $F = 12,604$ dengan signifikansi $0,001$ ($0,001 < 0,05$), sehingga hipotesis pada penelitian ini diterima. Lalu diperoleh nilai koefisien regresi bertanda positif sebesar $-0,311$ yang menyatakan satu nilai *sensation seeking* tidak akan meningkatkan atau menurunkan kebahagiaan, dengan demikian keeratan *sensation seeking* kepada kebahagiaan adalah cukup. Dengan besar kontribusi R Square sebesar $0,97$ atau sebesar $9,7\%$.

Daftar Pustaka

- Agung, A. (2015). Pengembangan Model Wisata Edukasi-Ekonomi Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4.585-597.
- Amerta, I. G. N. O. & Budhiana, I. G. S. (2014). Pengaruh Kunjungan Wisatawan Mancanegara, Wisatawan Domestik, Jumlah

- Hotel dan Akomodasi Lainnya Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Badung. E-Jurnal EP Unund, 3 (2), 56-69.
- Badan Pusat Statistik. (2018). Statistik Wisatawan Nusantara: *Domestic Tourism Statistics*. Jakarta: BPS-Statistics Indonesia.
- Carr, A. (2011). *Positive Psychology: The Science of Happiness and Human Strengths*. New York: Routledge.
- Celik, E. & Kocak, L. (2018). *Suppression Effect of Sensation Seeking on The Relationship between General Self-Efficacy and Life Satisfaction among Emerging Adults*. *International Journal of Instruction*, 11 (4), 337-352.
- Ebi, S. (2019). Cara Ampuh Menemukan Kebahagiaan. Yogyakarta: Psikologi Corner.
- Fitriyanto, R. B. (2018). *Sensation Seeking Pada Perempuan Pendaki Gunung*. Skripsi dipublikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Grashinta, A. & Nisa, U. K. (2018). Pengaruh *Konformitas* dan *Risk Perception* Terhadap *Sensation Seeking Behavior* Pada Remaja Pengendara Sepeda Motor di Bawah Umur. *Psikosains*, 13 (1), 1-16.
- Hakim, L. & Hartati, N. (2014). Sumber-Sumber Kebahagiaan Lansia Ditinjau dari Dalam dan Luar Tempat Tinggal Panti Jompo. *Jurnal RAP UNP*, 5 (1), 32-42.
- Hardy, L & Hutchinson, A. (2007). *Effects of Performance Anxiety on Effort and Performance in Rock Climbing: A Test of Processing Efficiency Theory*. *Anxiety, Stress, and Coping*, 20 (2), 147-161.
- Hastuti, S. D. S. (2017). Pengaruh Perilaku Berfoto di Obyek Wisata Terhadap Kebahagiaan Wisatawan. *Jurnal Media Wisata*, 15 (2), 540-554.
- Herawati, N. & Edi, F. R. S. (2016). Aplikasi Komputer Untuk Psikologi: *Statistical Package for Social Science (SPSS)*. Malang: AE Publishing.
- Hrusova, D. & Chaloupska, P. (2019). *Experiencing in Climbing and Psychological Effects of Sport Climbing*. *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*.
- Mahmudi, H. (2016). Penggunaan Waktu Luang Mahasiswa Putra FIK Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi Dipublikasi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pace, U., et al. (2015). *Is Sensation Seeking Linked Only to Personality Traits? The Role of Quality of Attachment in the Development of Sensation Seeking among Italian Adolescents: A Longitudinal Perspective*. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6 (2), 260-267.
- Periantalo, J. (2016). Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Purwoko, D. & Sukamto, M. E. (2013). *Sensation Seeking dan Risk-Taking Behavior* Pada Remaja Akhir di Universitas Surabaya. *Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora*, 7 (1), 64-74.
- Rahman, F. A., Sugiyanto, & Kristiyanto, A. (2018). *Mountaineering Physical Activities as Community Recreational Sports*. *Jurnal Pendidikan*, 3 (3), 398-405.
- Schmidt, V., Molina, M. F., & Raimundi, M. J. (2017). *The Sensation Seeking Scale (SSS-V)*

and Its Use in Latin American Adolescents: Alcohol Consumption Pattern as an External Criterion for Its Validation. Europe's Journal of Psychology, 13 (4), 776-793.

Stegman, S. (2010). *The Relation Between Sensation Seeking and Life Satisfaction. Master's Theses. Fort Hays State University.*

Yusendra, M. A. E. (2016). Pengukuran Sikap Wisatawan Domestik Terhadap Destinasi-Destinasi Wisata Indonesia dengan Menggunakan Ideal Point Model. *Jurnal Manajemen Magister*, 02 (01), 62-82.