

Hubungan antara citra merek, konsep diri dan intensi mengunjungi objek wisata pada wisatawan nusantara remaja di wilayah DKI Jakarta dan sekitarnya : studi terhadap Taman Mini "Indonesia Indah"

Endang Mariani Rahayu Adrian, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=86145&lokasi=lokal>

Abstrak

"Tourism, Blessing or Blight" suatu pertanyaan yang muncul pada awal berkembangnya kepariwisataan dunia. Sebuah pertanyaan yang juga setiap kali patut dicatat sebagai peringatan, pada saat setiap kali bangsa Indonesia akan memasuki tahapan-tahapan perkembangan dunia pariwisata Indonesia, yang semakin gencar dipacu untuk menjadi primadona penghasil devisa non migas. Memang pada kenyataannya, pariwisata bisa menjadi pisau bermata dua. Di satu sisi banyak keuntungan-keuntungan yang dapat diraih dari kegiatan pariwisata, sementara di sisi lain bukan tidak mungkin pariwisata dapat mendatangkan kerugian yang tidak dapat diperhitungkan sebelumnya - seperti dampaknya terhadap proses pentransferan nilai-nilai luhur budaya bangsa kepada generasi muda.

Oleh karena itu, generasi muda khususnya remaja selain merupakan "pangsa pasar" terbesar bagi dunia pariwisata Indonesia, juga merupakan "kekayaan" terbesar yang harus dilindungi dari pengaruh buruk perkembangan dunia pariwisata Indonesia. Berbagai upaya perlu terus dilakukan agar melalui dunia pariwisata, rasa kebanggaan nasional terhadap persatuan dan kesatuan bangsa, terhadap kekayaan alam dan budaya bangsa yang tersebar sebagai objek-objek dan daya tarik wisata Indonesia, di kalangan remaja justru akan lebih meningkat. Demi memberi sumbangan terhadap langkah-langkah tersebutlah penelitian ini dilakukan.

Dalam dunia pariwisata Indonesia, objek wisata yang berjumlah ribuan dan terdiri dari beragam jenis, sebagian besar di antaranya merupakan "sesuatu yang sudah ada sejak dahulu", yang kemudian di tata kembali atau dilengkapi fasilitasnya. Hanya sebagian kecil saja yang benar-benar baru dibuat oleh manusia pada awal kebangkitan pariwisata Indonesia. Tentu saja sejalan dengan proses kehidupan, tanpa penanganan yang serius, objek-objek wisata - apapun jenisnya - akan habis di makan usia. Semakin banyak objek wisata yang "mati", yang terbengkalai dan yang tidak tertangani dengan baik, maka apa yang akan menjadi daya tarik lagi bagi kepariwisataan Indonesia.

Dengan mempelajari intensi untuk mengunjungi objek wisata di kalangan wisatawan remaja serta untuk memahami proses terjadinya perilaku mengunjungi objek wisata dengan menggunakan kerangka Multi Attributes Intention, maka diharapkan akan diperoleh langkah-langkah positif untuk mempertemukan remaja dan objek wisata, sehingga kepentingan ideal dan kepentingan ekonomis dalam pengembangan pariwisata Indonesia dapat dicapai.

Metode yang digunakan untuk menganalisa data hasil penelitian adalah metode analisis Structural Equation Modeling dengan menggunakan program LISREL. Demikian pula uji reliabilitas dan validitas konstruk yang menggunakan analisis faktor yang bersifat konfirmatorik, dilakukan dengan bantuan program yang sama.

Secara umum hasil penelitian menunjukkan bahwa Model Multi Attributes Intention dari Fishbein yang dikembangkan oleh Ajzen dapat digunakan untuk meramalkan Intensi dan Perilaku mengunjungi objek wisata - yang dalam hal ini adalah Taman Mini "Indonesia Indah". Meskipun demikian, berdasarkan hasil

analisa struktural, pola hubungan antar variabel dalam model tersebut dalam penelitian ini tidak sepenuhnya dapat diterima. Beberapa hubungan yang mengalami perubahan adalah sebagai berikut :

1. Sikap tidak berperan secara langsung dalam meramalkan Intensi.
2. Sikap memiliki hubungan langsung dengan nilai koefisien yang cukup tinggi dengan Norma Subjektif.
3. Perceived Behavior Control (PBC), selain berperan dalam meramalkan Intensi dan Perilaku, ternyata juga memiliki dampak terhadap Sikap.

Selain itu, hasil analisa juga memperlihatkan bahwa :

1. Citra Merek tidak memiliki hubungan yang signifikan, baik terhadap Sikap maupun Intensi. Dengan kata lain dapat disebutkan bahwa Citra Merek tidak memberikan sumbangan apapun terhadap proses peramalan Intensi mengunjungi objek wisata di kalangan wisatawan nusantara remaja.
2. Meskipun pada tingkat hubungan yang relatif rendah, Konsep Diri memiliki sumbangan yang signifikan pada pembentukan Sikap.

Mengenai tingkat Intensi mengunjungi objek wisata, khususnya Taman Mini "Indonesia Indah" (TMII), yang memang cukup rendah, tampaknya disebabkan oleh adanya perbedaan pandangan antara pengelola TMII dengan remaja mengenai apa sebenarnya yang diperlukan sebagai daya tarik TMII.

Di satu sisi, reputasi TMII sebagai suatu kawasan wisata nasional cukup baik di mata remaja, penampilan dan acara-acara yang disajikan dari segi ideal dinilai "baik" dan dipercaya "bermanfaat" untuk remaja.

Namun di sisi lain, pada kenyataannya acara-acara yang ditampilkan oleh TMII dianggap tidak sesuai dengan keinginan remaja.

Selain itu, penelitian ini juga memperlihatkan betapa lemahnya penyampaian informasi dan saluran promosi mengenai produk-produk TMII kepada masyarakat, khususnya remaja. Hal ini menyebabkan cukup banyak acara yang sebenarnya sudah diusahakan untuk dikemas sesuai selera remaja, tetapi informasinya tidak sampai pada kalangan remaja pada umumnya, sehingga mereka tidak mengetahui adanya acara-acara tersebut.