

TINGKAT HARGA DIRI PEMANDU WISATA DI BALI

SKRIPSI

Disusun sebagai syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana S-1 Psikologi



Oleh :
I Made Yoga Antara
039114103

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI JURUSAN PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2008**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

TINGKAT HARGA DIRI PEMANDU WISATA DI BALI

Disusun sebagai syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana S-1 Psikologi

Disusun oleh :
I Made Yoga Antara
NIM : 039114103

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal 18 Februari 2008



Drs. H. Wahyudi, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

TINGKAT HARGA DIRI PEMANDU WISATA DI BALI

Dipersiapkan dan disusun oleh
I Made Yoga Antara
NIM : 039114103

Telah dipertahankan didepan Panitia Penguji
Pada Tanggal 14 Maret 2007
Dan dinyatakan Memenuhi Syarat
Susunan Paniti Penguji :

1. Drs. H. Wahyudi, M.Si.
2. YB. Cahya Widiyanto, S.Psi.
3. V. Didik Suryo Hartoko, S.Psi., M.Si.


.....

.....

.....

Yogyakarta, Maret 2008

Fakultas Psikologi

Universitas Sanata Dharma

Dekan,




P. Eddy Suhartanto, S.Psi., M.Si.

MOTTO

Amongken Je Demenne, Amonto Je Sebeta

**HIDUP ITU ADIL,
SEKARANG SENANG,
BESOK BAKAL SEDIH,
JAGANLAH TERLALU SENANG SAAT KAMU MENDAPATKAN YANG
KAMU INGINKAN,
KARENA KAMU TIDAK AKAN MERASA TERLALU SEDIH SAAT
KAMU TIDAK MENDAPATKAN YANG KAMU INGINKAN.**

(By deck)

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada :

Ida Sang Hyang Widhi Wasa yang selalu memberikan perlindungan dan

kesejahteraan kepada keluarga dan penulis,

Seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan,

orang-orang yang memberikan arti hidup kepada penulis.



**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa Universitas Sanata Dharma

Nama : I Made Yoga Antara

No. Mahasiswa : 039114103

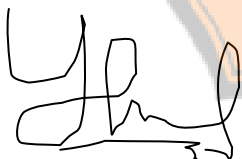
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas Sanata Dharma karya ilmiah saya yang berjudul : **Tingkat Harga Diri Pemandu Wisata di Bali** beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan demikian saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas Sanata Dharma hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Yogyakarta

Pada tanggal 29 Maret 2008

Yang Menyatakan,



I Made Yoga Antara

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

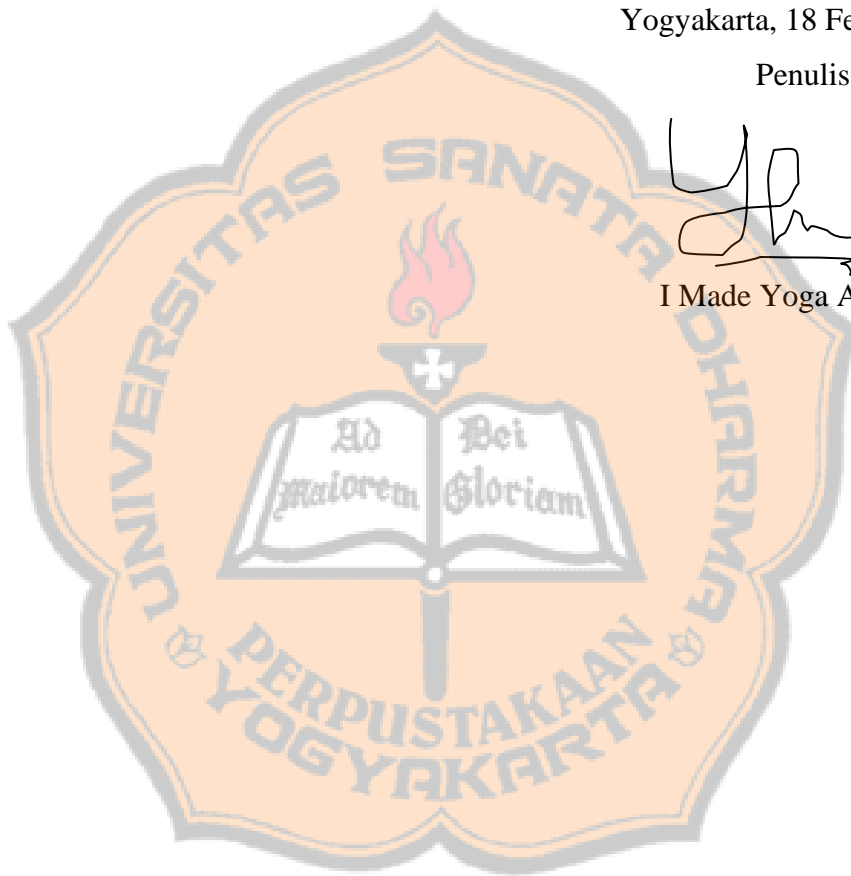
Saya menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi yang saya tulis ini tidak memuat karya atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam kutipan daftar pustaka, sebagaimana layaknya sebuah karya ilmiah.

Yogyakarta, 18 Februari 2008

Penulis



I Made Yoga Antara



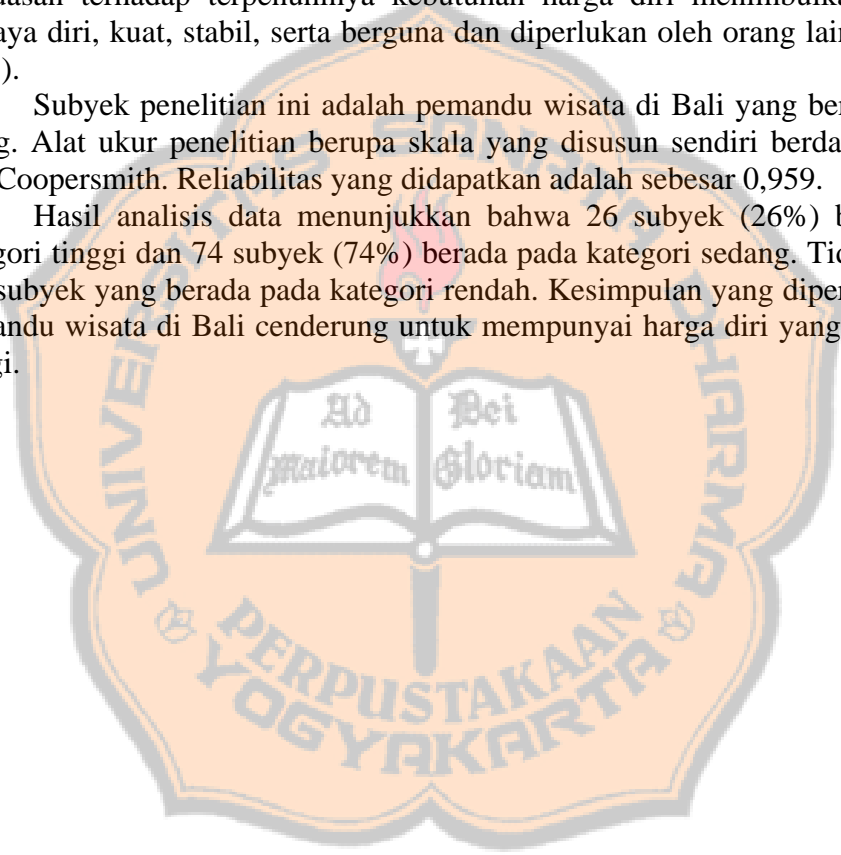
ABSTRAK

I Made Yoga Antara (2008). Tingkat Harga Diri Pemandu Wisata di Bali. Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat harga diri pemandu wisata di Bali. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin berkembangnya bidang pariwisata di Bali yang membuat masyarakat Bali mempunyai minat yang tinggi untuk bekerja di bidang tersebut, khususnya sebagai pemandu wisata. Hal ini akan merasa diri berharga saat mendapatkan pekerjaan tersebut dan orang cenderung mempunyai harga diri yang tinggi. Kepuasan terhadap terpenuhinya kebutuhan harga diri menimbulkan perasaan percaya diri, kuat, stabil, serta berguna dan diperlukan oleh orang lain (Koswara, 1991).

Subyek penelitian ini adalah pemandu wisata di Bali yang berjumlah 100 orang. Alat ukur penelitian berupa skala yang disusun sendiri berdasarkan teori dari Coopersmith. Reliabilitas yang didapatkan adalah sebesar 0,959.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa 26 subyek (26%) berada pada kategori tinggi dan 74 subyek (74%) berada pada kategori sedang. Tidak ada satu pun subyek yang berada pada kategori rendah. Kesimpulan yang diperoleh adalah pemandu wisata di Bali cenderung untuk mempunyai harga diri yang sedang dan tinggi.



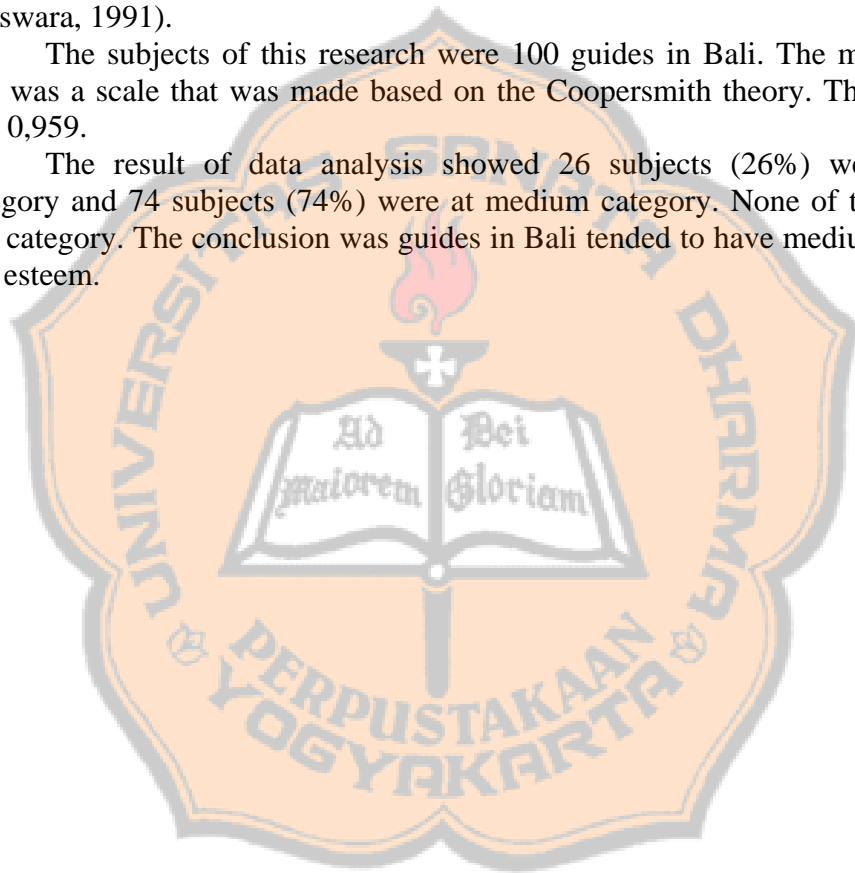
ABSTRACT

I Made Yoga Antara (2008). The Self Esteem Level of Guide in Bali. The Psychology Faculty of Sanata Dharma University of Yogyakarta.

The aim of this research was to know self esteem level of guide in Bali. The background of this research is tourism field becomes more develop which makes Balinese have high interest to work at that field, particularly as a guide. This situation will make people feel worthy when they can get that job and they tend to have high self esteem. The satisfaction of self esteem fulfillment causes self confident feeling, strong, stable, also useful and needed by other people (Koswara, 1991).

The subjects of this research were 100 guides in Bali. The measurement tool was a scale that was made based on the Coopersmith theory. The reliability was 0,959.

The result of data analysis showed 26 subjects (26%) were at high category and 74 subjects (74%) were at medium category. None of them was at low category. The conclusion was guides in Bali tended to have medium and high self esteem.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Ida Sang Hyang Widhi Wasa, Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan bimbingan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana di Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Skripsi ini dapat penulis selesaikan karena tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak dan pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak P. Eddy Suhartanto, S. Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma.
2. Ibu Sylvia Carolina MYM., S.Psi., M.Si. selaku Ketua Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma.
3. Ibu Agnes Etikawati S.Psi., Psikolog, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis.
4. Bapak Drs. H. Wahyudi, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang sabar membimbing penulis dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi.
5. Seluruh Dosen Fakultas Psikologi Sanata Dharma atas semua ilmu yang telah diberikan dan semoga dapat bermanfaat bagi semuanya.
6. Seluruh Karyawan Fakultas Psikologi Bu Nanik, Mas Gandung, Mas Muji, Mas Doni, dan Pak Gi. Terima kasih atas semua bantuannya yang telah diberikan.

7. Kedua orang tuaku I Made Nartana dan (Alm) Ni Made Murti, Ni Wayan Budi selaku Ibu tiriku, kakak dan adikku tercinta Ni Wayan Yogi Yanti dan I Nyoman Soma Adi, keluarga dari bapakku, keluarga besar Sekler, yang telah memberikan dukungan baik material maupun spiritual dan terima kasih atas segala kebersamaan yang ada selama ini.
8. Kota Yogyakarta yang telah menjadi bagian hidup penulis. “Pulang ke kotaku....”
9. Semua anak-anak Psychology Sadhar untuk semua angkatan..Sapajadeh, thank a lot for your kind-hearted, Bayu, Vigor, Conrad etc..
10. Kost Mawar yang telah bubar, Kontrakan Mino, dan Stupid Fruit yang gak ada abiznya, such as : Sepoer, Gepenk, Genk, Mr. Banteng, Made, Shanty, Mr. Froggy, Mang Yoel and all...
11. Keluarga Mahasiswa Hindu Dharma “Swastika Taruna”. Semoga tetap exist selalu.. terima kasih atas semua kebersamaan yang telah terjalin selama ini
12. Orang-orang yang telah memberikan kesenangan maupun kesakitan yang membuat penulis belajar untuk lebih tegar.
13. Adikku tersayang yang berada jauh disana..Semoga kamu mendapatkan kebahagiaan selalu...

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna disebabkan karena keterbatasan penulis. Penulis sangat mengharapkan masukan baik saran maupun kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak untuk karya ini.

Akhir kata, semoga semoga karya ini dapat bermanfaat baik bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca demi kemajuan kita bersama. Terima kasih.

Yogyakarta, 18 Februari 2008

Penulis,



I Made Yoga Antara



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH...vi	
HALAMAN PENYATAAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Pemandu Wisata di Bali	8
1. Pengertian Pemandu Wisata	8

2. Pengertian Pemandu Wisata di Bali.....	9
3. Penggolongan Pemandu Wisata di Bali	10
4. Persyaratan Pemandu Wisata di Bali.....	12
B. Harga Diri	15
1. Pengertian Harga Diri	15
2. Perkembangan Harga Diri	17
3. Penggolongan Harga Diri	18
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan harga Diri	19
5. Aspek-Aspek harga Diri	23
C. Tingkat Harga Diri Pemandu Wisata di Bali	24
BAB III DESKRIPSI PENELITIAN	28
A. Jenis Penelitian	28
B. Identifikasi Variabel	28
C. Definisi Operasional	29
D. Subyek Penelitian	30
E. Metode Pengambilan Data	31
F. Pertanggung Jawaban Mutu	34
1. Validitas	34
2. Seleksi Item	34
3. Reliabilitas	37
G. Analisis Data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Persiapan Penelitian	41

1. Perijinan Penelitian	41
2. Lokasi Penelitian	41
3. Penentuan Sampel	41
4. Uji Coba Penelitian	42
B. Pelaksanaan Penelitian	42
C. Hasil Penelitian	43
1. Uji Normalitas	43
2. Deskripsi Data Penelitian	44
3. Kategorisasi Tingkat Harga Diri Pemandu Wisata di Bali	45
4. Kategorisasi Tingkat Harga Diri Pemandu Wisata Laki-Laki dan Perempuan di Bali	46
5. Deskripsi Kedudukan Masing-Masing Aspek Tingkat Harga Diri Pemandu Wisata Di Bali	47
D. Pembahasan	48
BAB V KESIMPULAN	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Spesifikasi (<i>Blue Print</i>) Skala Harga Diri	32
Tabel 2. Tabel Penyebaran Item-Item Skala Harga Diri.....	33
Tabel 3. Tabel Distribusi Nomor Item Valid.....	35
Tabel 4. Tabel Distribusi Item Valid Hasil Uji Coba Skala Harga Diri Pemandu Wisata di Bali	36
Tabel 5. Tabel Distribusi Item Sesungguhnya Skala Harga Diri Pemandu Wisata di Bali	37
Tabel 6. Tabel Norma Kategorisasi Jenjang	38
Tabel 7. Tabel Norma Kategorisasi Dengan Batasan Angka-Angka	40
Tabel 8. Tabel Norma Kategorisasi Dengan Batasan Angka-Angka	40
Tabel 9. Uji Normalitas	43
Tabel 10. Tabel Deskripsi Data Penelitian	44
Tabel 11. Kategorisasi Tingkat Harga Diri Pemandu Wisata di Bali	45
Tabel 12 Kategorisasi Tingkat Harga Diri Pemandu Wisata Laki-Laki dan Perempuan di Bali	46
Tabel 13. Deskripsi Mean Empirik dan Mean Teoritik dari Setiap Aspek Tingkat Harga Diri	47

DAFTAR LAMPIRAN

A. INSTRUMEN PENELITIAN	59
1. Skala Uji Coba	60
2. Skala Penelitian	63
B. UJI RELIABILITAS	66
1. Reliabilitas 64 Item	67
2. Reliabilitas 48 Item	69
C. UJI ASUMSI	71
D. DESKRIPSI DATA PENELITIAN	73
E. MEAN EMPIRIK PER ASPEK	76
F. DATA PENELITIAN SUBYEK ITEM UJI COBA	81
G. DATA PENELITIAN SUBYEK ITEM PENELITIAN	93
H. SURAT IJIN PENELITIAN	111

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata di Indonesia memiliki prospek yang cerah. Industri ini mampu memberikan devisa dengan jumlah yang tinggi bagi Indonesia. Indonesia memiliki sejarah budaya, keindahan alam, dan keramah-tamahan penduduknya sebagai ciri khas. Propinsi-propinsi yang mempunyai aset wisata alam, budaya maupun peninggalan-peninggalan jaman dahulu mempunyai potensi untuk dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata. Dengan mengembangkan dan melestarikan aset wisata alam yang ada, maka dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung kesana.

Daerah Bali seperti yang telah diketahui memiliki sumber daya alam yang terbatas, langka kandungan mineral, dan miskin dari berbagai macam aneka tambang. Namun Bali mempunyai keunikan, keanekaragaman, dan keunggulan dalam kebudayaan. Perpaduan yang harmonis antara potensi kebudayaan, sumber daya manusia, serta dukungan panorama dan keindahan alam yang mempesona menjadi modal dasar pengembangan kepariwisataan di daerah ini. Keunikan dari wilayah ini membuat Bali menjadi salah satu primadona bagi pariwisata Indonesia. Bali juga sering disebut sebagai Pulau sorga terakhir (*The Last Paradise*).

Dari kenyataan tersebut maka Bali sebagai salah satu daerah tujuan wisata utama di Indonesia tidak henti-hentinya berbenah diri mulai dari

penyediaan sarana dan prasarana pariwisata maupun dalam upaya pemeliharannya. Perkembangan sektor pariwisata di Bali menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Menurut Badan Dinas Pariwisata Bali (2007), jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke daerah Bali pada tahun 2006 sebanyak 1.260.317 orang. Jumlah ini belum termasuk kedatangan dari wisatawan domestik dari berbagai daerah di Indonesia. Keberhasilan dunia kepariwisataan di Bali dalam menarik wisatawan tidak terlepas tenaga-tenaga *professional* yang bekerja dalam bidang pariwisata Bali, salah satunya merupakan pemandu wisata.

Pemandu wisata mempunyai peranan penting dalam melayani wisatawan yang berkunjung. Pemandu Wisata (*Guide*) pada hakikatnya adalah seorang yang menemani, memberikan informasi dan bimbingan serta saran kepada wisatawan dalam melakukan aktivitas wisata. Aktivitas tersebut, antara lain mengunjungi objek wisata dan atraksi wisata, berbelanja, makan di restoran, dan aktivitas wisata lainnya dan untuk itu ia mendapatkan imbalan tertentu (Suyitno, 2005).

Nara Kusuma (2003) menyatakan bahwa pemandu wisata merupakan salah satu ujung tombak kepariwisataan Bali. Mereka berperan ibarat penerima tamu di pintu gerbang sebelum tamu menginjak halaman rumah. Kesan pertama, baik atau buruk tentang Bali terletak di pundak para pemandu wisata. Dalam konteks menjaga citra Bali, pemandu wisata tak hanya menjalani fungsi profesinya, tetapi juga mengemban fungsi advertensi. Jadi menjadi pemandu wisata di Bali bukanlah hanya sekedar bertugas mengantar

wisatawan ketempat tujuan wisata tetapi pemandu wisata juga sebagai media untuk lebih mengenal dan mempromosikan daerah Bali.

Seorang yang menjadi pemandu wisata di Bali harus membekali diri dengan kemampuan yang memadai, seperti mengenai kebahasaan. Yang tak kalah pentingnya adalah menguasai kebudayaan Bali, objek pariwisata dan geografi pariwisata. Dalam diri seorang pemandu wisata, seyogianya ditemukan cermin sebagai sosok keindonesiaan sekaligus kebalian, seperti keramahan, kejujuran, kerja keras dan kedisiplinan. Cerminan inilah yang mengukuhkan kesan wisatawan dari negara lain tentang Indonesia, lebih khusus lagi tentang citra Bali (Nara Kusuma, 2003).

Seorang pemandu wisata dituntut untuk menjadi profesional dalam melayani wisatawan. Menjadi seorang pemandu wisata tidaklah mudah karena seorang pemandu wisata dituntut harus memiliki berbagai macam pengetahuan tentang berbagai macam hal karena seorang pemandu wisata akan menghadapi berbagai macam karakter wisatawan yang berasal dari berbagai negara. Pemandu wisata menjadi orang yang pertama yang berjumpa dengan wisatawan saat mereka berkunjung ke daerah Bali dan kesan baik harus selalu diberikan oleh pemandu wisata sehingga membuat wisatawan menjadi tertarik dan merasa nyaman untuk berkunjung.

Menjamurnya wisatawan yang berkunjung ke Bali juga membuat banyaknya individu yang memilih pekerjaan sebagai pemandu wisata di daerah ini. Sekolah-sekolah pariwisata pun mulai banyak bermunculan di Bali, antara lain Sekolah Tinggi Pariwisata Bali, Triatma Jaya (Pariwisata),

Mapindo (Pariwisata), dan Sekolah Menengah Industri Pariwisata. Sekolah-sekolah pariwisata ini siap menciptakan pemandu wisata yang handal dan profesional. Ketertarikan individu akan pekerjaan ini membuat profesi sebagai pemandu wisata menjadi lahan kerja yang dominan dan pekerjaan sebagai pemandu wisata pun memunculkan persepsi sebagai pekerjaan yang dapat meningkatkan harga diri seseorang.

Harga diri (*self esteem*) merupakan kunci dari kesuksesan dan kebahagiaan seseorang. Setiap individu pasti memiliki harga diri, namun kadar yang dimilikinya pasti berbeda-beda. Ada individu yang mempunyai harga diri tinggi (positif), dan ada individu yang memiliki harga diri yang rendah (negatif). Azwar (1989) menyebutkan bahwa harga diri yang positif akan mendorong individu untuk lebih ambisius dalam mengejar cita-citanya dan selalu memotivasi dirinya untuk terus maju. Hal ini membuat individu akan selalu berusaha untuk mencapai kesuksesan dalam hidupnya. Begitu pula sebaliknya, jika individu mempunyai harga diri yang negatif atau rendah, maka individu akan kurang merasa termotivasi untuk mencari kesuksesan dalam hidup dan kurangnya rasa persaingan dalam dirinya.

Branden (1987) menyebutkan bahwa harga diri menumbuhkan segala aspek yang dibutuhkan individu untuk terus berkembang. Hal ini membuat harga diri akan mempengaruhi nilai-nilai, visi, dan misi individu yang akan membawa individu ke arah keberhasilan maupun kegagalan dalam hidup.

Harga diri dapat mempengaruhi cara individu berinteraksi dengan lingkungan. Individu yang menyukai dirinya cenderung memiliki tingkat

harga diri yang tinggi. Ia lebih mudah bereaksi terhadap stimulus lingkungan sosial. Mereka juga tidak mengalami kesulitan untuk membina persahabatan dan mampu mengekspresikan pendapatnya. Hal ini bertentangan dengan individu yang mempunyai harga diri yang rendah. Individu yang memiliki harga diri rendah cenderung berpikir negatif mengenai diri sendiri dan orang lain sehingga kurang mampu mengekspresikan dirinya dilingkungan sosial. Mereka juga cenderung menjadi pesimis dan perasaannya dikendalikan oleh pendapat orang yang diterima dari lingkungan. (Burualogo,2004).

Memilih pekerjaan juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat harga diri dari individu. Decker (1980) mengatakan bahwa pekerjaan sangat penting, tidak hanya menghasilkan uang tapi juga berperan dalam perkembangan *self concept* seseorang. Dan harga diri merupakan salah satu bagian dari pembentukan *self concept* seseorang. Disadari atau tidak, pekerjaan juga dapat mempengaruhi *prestise* seseorang akan pekerjaan yang dilakoninya. Di Bali, pekerjaan sebagai pemandu wisata sangat diminati oleh masyarakat setempat. Individu yang berprofesi sebagai pemandu wisata cenderung akan mendapatkan penghargaan dari masyarakat. Hal ini akan mempengaruhi tingkat harga diri individu tersebut.

Sebagai pekerjaan yang banyak diminati oleh masyarakat di Bali, bekerja sebagai pemandu wisata dapat membuat individu merasa lebih berharga di mata masyarakat. Dengan kata lain, pemandu wisata mempunyai tingkat harga diri yang tinggi karena pekerjaannya. Coopersmith (1967) menyatakan bahwa seseorang yang mempunyai harga diri yang tinggi percaya

merka adalah pribadi yang berhasil dalam hidup dan menerima diri, bahagia, dan lebih mampu memenuhi harapan lingkungan daripada mereka yang berharga diri sedang dan rendah. Individu yang memiliki harga diri tinggi tingkah lakunya lebih aktif, ekspresif, lebih percaya diri, serta tampak puas dan menghargai dirinya, umumnya mereka tidak mudah cemas, lebih berhasil dalam kehidupan sosial maupun dalam bidang akademis. Tingginya harga diri ini akan membuat pemandu wisata untuk selalu bersaing dalam menjalani pekerjaannya. Dan meningkatnya harga diri individu ini biasanya terlihat dari kata-kata dan perilaku kesehariannya.

Dari asumsi diatas, peneliti tertarik untuk melihat gambaran tingkat harga diri pemandu wisata ditengah pekerjaannya yang banyak diminati oleh masyarakat di Bali.

B. Rumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat harga diri pemandu wisata di Bali.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran tingkat harga diri pemandu wisata di Bali.

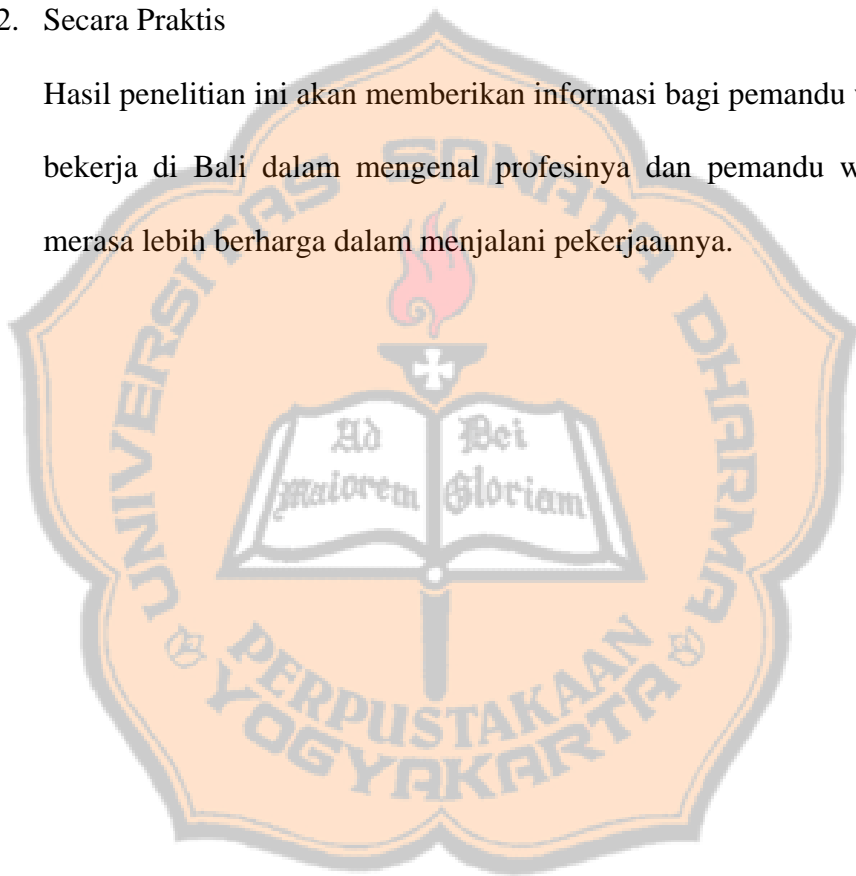
D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini akan memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang psikologi sosial yang berkaitan dengan harga diri dalam menjalani suatu pekerjaan.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini akan memberikan informasi bagi pemandu wisata yang bekerja di Bali dalam mengenal profesinya dan pemandu wisata dapat merasa lebih berharga dalam menjalani pekerjaannya.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pemandu Wisata di Bali

1. Pengertian Pemandu Wisata

Pemandu wisata atau *guide* pada hakikatnya adalah seseorang yang menemani, memberikan informasi dan bimbingan serta saran kepada wisatawan dalam melakukan aktivitas wisatanya (Suyitno, 2005). Aktivitas tersebut, antara lain mengunjungi objek dan atraksi wisata, berbelanja, makan di restoran, dan aktivitas wisata lainnya dan untuk itu ia mendapatkan imbalan tertentu.

Damardjati (dalam Suyitno, 2005) menyatakan bahwa pemandu wisata adalah seseorang yang telah memiliki sertifikat tanda lulus ujian profesi dari instansi atau lembaga resmi pariwisata dan telah memiliki tanda pengenal (*badge*), sehingga berhak untuk menyelenggarakan bimbingan perjalanan serta pemberian penerangan tentang kebudayaan, kekayaan alam dan aspirasi kehidupan bangsa Indonesia atau penduduk suatu wilayah dan atau mengenai sesuatu objek spesialisasi khusus terhadap para wisatawan baik sebagai perortangan atau dalam suatu kelompok, dengan menggunakan satu atau beberapa bahasa tertentu.

Yoeti (2000) secara singkat menjelaskan bahwa seorang pemandu wisata atau pramuwisata adalah seseorang yang dibayar untuk menemani

wisatawan dalam perjalanan, mengunjungi, melihat serta menyaksikan objek dan atraksi wisata.

Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No: KM.82/PW.102/MPPT-88 tanggal 17 September 1988 (dalam Yoeti, 2000) menyebutkan bahwa pemandu wisata adalah seseorang yang bertugas memberikan bimbingan, penerangan dan petunjuk tentang objek wisata, serta membantu segala sesuatu yang diperlukan wisatawan.

Dari berbagai definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa pemandu wisata adalah seseorang yang bertugas dalam menemani, memberikan informasi atau penerangan tentang objek dan atraksi wisata kepada wisatawan dengan mendapatkan imbalan.

2. Pengertian Pemandu Wisata di Bali

Nara Kusuma (2003) menyatakan bahwa pemandu wisata merupakan salah satu ujung tombak kepariwisataan Bali. Mereka berperan ibarat penerima tamu di pintu gerbang sebelum tamu menginjak halaman rumah. Kesan pertama, baik atau buruk tentang Bali terletak di pundak para pemandu wisata. Dalam konteks menjaga citra Bali, pramuwisata tak hanya menjalani fungsi profesinya, tetapi juga mengemban fungsi advertensi. Seorang pemandu wisata Bali merupakan orang pertama yang berjumpa dengan tamu saat mereka tiba di Bali sehingga seorang pemandu wisata adalah wakil dari orang-orang Bali secara global. Kesan pertama

yang baik yang diberikan oleh seorang pemandu wisata akan membawa kesan-kesan yang baik pula bagi pelayanan-pelayanan berikutnya.

Pemandu wisata di Bali dalam menjalankan tugasnya haruslah berlandaskan konsep “Tri Hita Karana” yang merupakan salah satu konsep dasar dari agama Hindu”, yaitu selalu menyelaraskan hubungan antara manusia, Tuhan selaku pencipta, dan lingkungannya (media-indonesia.com).

Data statistik Badan Dinas pariwisata Bali (2005) menyebutkan bahwa saat ini terdapat sebanyak 7.033 orang yang beprofesi sebagai pemandu wisata dengan berbagai *sfecific languages* di Bali. Dari data ini menunjukkan bahwa pekerjaan sebagai pemandu wisata sangat diminati di Bali.

Dari berbagai teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa pemandu wisata di Bali adalah salah satu tombak kepariwisataan di Bali. Pemandu wisata Bali adalah wakil-wakil orang Bali secara global. Dalam menjalankan tugasnya, mereka selalu berlandaskan pada aspek “Tri Hita Karana”.

3. Penggolongan Pemandu wisata di Bali

Pemandu wisata dapat dibedakan dari keahlian dan tempat atau obyek tempat ia bertugas. Yoeti (2000) menggolongkan pemandu wisata menjadi tiga macam, yaitu :

- a. Pemandu Wisata Umum (*General Tour Guide*)

Pemandu wisata yang mempunyai pengetahuan tentang keadaan ekonomi, politik, agama, kebudayaan, kehidupan masyarakat serta kepariwisataan umum.

b. Pemandu Wisata Khusus (*Special Tour Guide*)

Pemandu wisata yang mempunyai pengetahuan dan memberi penjelasan tentang obyek dan atraksi wisata secara khusus tentang suatu museum, candi, kehidupan masyarakat tertentu, arsitektur, adat-istiadat, dan peristiwa-peristiwa tertentu.

c. Pemandu Wisata Pengemudi (*Driver Guide*)

sama dengan pemandu wisata lainnya, hanya di sini di samping tugasnya sehari-hari sebagai pengemudi, ia juga memberi pelayanan kepada wisatawan bila diminta.

Pemandu wisata di Bali dapat digolongkan menjadi 2 bagian berdasarkan wisatawanannya, antara lain pemandu wisata wisatawan lokal dan pemandu wisata wisatawan asing. Pemandu wisata wisatawan lokal adalah pemandu wisata yang khusus mengantar wisatawan atau tamu domestik ke tempat-tempat tujuan wisata yang ada di Bali. Sedangkan pemandu wisata wisatawan asing adalah pemandu wisata yang memandu wisatawan yang datang dari luar negeri atau mancanegara (Kandia, 2004).

Nurjaya (2006) menyebutkan bahwa pemandu wisata di Bali dapat digolongkan berdasarkan bahasa yang dikuasainya. Terdapat sebanyak 14 macam *specific languages* bagi pemandu wisata di Bali antara lain bahasa

Inggris, Jepang, Italia, Belanda, Jerman, Spanyol, Perancis, Mandarin, Korea, Swedia, Arab, Rusia, Indonesia, dan Denmark.

Dari uraian diatas maka pemandu wisata di Bali dapat digolongkan berdasarkan keahlian dan oyek wisata tempat ia bertugas, jenis wisatawannya dan bahasa yang dikuasainya.

4. Persyaratan Pemandu wisata di Bali

Pemandu wisata adalah seseorang yang memegang peranan penting dalam dunia pariwisata. Pemandu wisata menjadi tumpuan harapan wisatawan, perusahaan yang mempekerjakannya, bahkan daerah atau negara tempat ia bekerja. Oleh karena itu, ia harus memenuhi persyaratan tertentu agar dapat mengemban amanat yang demikian berat secara profesional. Persyaratan-persyaratan tersebut menyangkut aspek-aspek yang bersifat fisik maupun psikis (Suyitno, 2005). Pada aspek fisik, pemandu wisata harus berpenampilan maksimal, karena apa yang ditampilkan pertama kali itu akan berdampak terhadap kesan wisatawan. Aspek ini meliputi : kondisi tubuh (badan), pakaian, dan sikap badan. Sedangkan pada aspek psikis pemandu wisata harus mempunyai kepribadian yang menarik, seperti : pandai bergaul, periang, jujur dan dapat dipercaya, humoris dan suka menolong.

Secara khusus, untuk menjadi seorang pemandu wisata di Bali haruslah mengenal dengan baik kebudayaan Bali. Hal ini dimaksudkan supaya tidak terjadi kesalahan informasi yang diberikan kepada wisatawan

karena akan berdampak pada citra Bali di dunia luar. Selain itu dalam diri seorang pramuwisata, seyogianya ditemukan cermin sebagai sosok keindonesiaan sekaligus kebalian. Sifat keramahan, kejujuran, kerja keras dan kedisiplinan. Cerminan inilah yang mengukuhkan kesan wisatawan dari negara lain tentang Indonesia, lebih khusus lagi tentang citra Bali (Nara Kusuma, 2003).

Kandia (2004) menambahkan bahwa untuk menjadi seorang pemandu wisata di Bali sudah seharusnya membekali dirinya dengan pengetahuan tentang adat-istiadat, tradisi, seni-budaya, filosofi, aspek-aspek agama Hindu, sejarah Bali dan hal-hal yang terkait, misalnya keberadaan dan sejarah Pura-pura di Bali, upacara dan lain-lain. Hal ini sebagai bekal untuk memberi pemahaman kepada wisatawan agar tidak terjadi kekeliruan atau kesalahan informasi mengenai hal-hal tentang Bali di kalangan wisatawan. Para pramuwisata Bali harus menyadari bahwa kekeliruan atau kesalahan informasi tentang Bali dengan segala aktivitas budaya dan religius masyarakatnya dapat menjadi perhatian serius masyarakat internasional, yang bukan mustahil akan mempengaruhi citra kita.

Persyaratan-persyaratan umum bagi pemandu wisata yang menjalankan tugasnya di Bali antara lain (Kandia, 2004) :

- a. Minimal lulus SMA dan minimal sudah mendapatkan pelatihan kursus pemandu wisata. Saat ini sedang digalakkan bahwa pemandu wisata Bali minimal menempuh pendidikan D4.

- b. Mempunyai kemampuan berbahasa tertentu, minimal fasih berbahasa Inggris.
- c. Mempunyai ijin beroperasi. Ijin beroperasi ini dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali.
- d. Memakai tanda pengenal (*Badge*).
- e. Mempunyai wawasan luas, terutama hal-hal yang berhubungan dengan kebudayaan Bali.
- f. Mempunyai kepribadian yang menarik.
- g. Berpakaian sopan dan rapi. Secara khusus, pemandu wisata Bali menggunakan pakaian adat Bali dalam menjalankan tugasnya.

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa persyaratan untuk menjadi pemandu wisata di Bali yang paling penting adalah pemandu wisata di Bali harus mengenal dengan baik budaya Bali. Pemandu wisata harus mempunyai bekal tentang adat istiadat, tradisi, filosofi, dan agama Hindu di Bali. Persyaratan lain yang harus dimiliki oleh pemandu wisata di Bali adalah telah menempuh pendidikan atau kursus pemandu wisata, mempunyai sertifikat dan tanda pengenal, serta mempunyai kemampuan berbahasa tertentu.

B. Harga Diri

1. Pengertian Harga Diri

Harga diri sebagai evaluasi yang dibuat oleh individu mengenai hal-hal yang berkaitan dengan dirinya, yang mengekspresikan suatu sikap setuju atau tidak setuju dan menunjukkan tingkat keyakinan bahwa dirinya sendiri mampu, penting, berhasil, dan berharga (Coopersmith 1967). Dengan kata lain harga diri merupakan suatu penilaian pribadi terhadap perasaan berharga yang diekspresikan di dalam sikap-sikap yang dipegang oleh individu tersebut. Walaupun tampak mengacu pada pengalaman subyektif, harga diri akan muncul dalam perilaku yang teramat.

Calhoun (1990) menyatakan bahwa harga diri merupakan hasil dari salah satu dimensi dari konsep diri yaitu evaluasi diri, yaitu penilaian terhadap diri sendiri melawan apa yang dirasakan dapat dilakukan dan harus dapat dilakukan. Jadi evaluasi diri merupakan penilaian terhadap diri yang nyata dan diri yang dicita-citakan. Hasil dari penilaian ini menunjukkan tingkat harga diri seseorang.

Maslow (dalam Hall dan Lindzey, 1993) menyebutkan bahwa harga diri merupakan kebutuhan yang berada dalam hirarki yang keempat dalam piramida kebutuhan manusia, setelah terpenuhinya kebutuhan fisik, kebutuhan akan rasa aman, dan cinta kasih. Pemenuhan kebutuhan akan harga diri merupakan syarat dalam mengaktualisasikan diri. Individu yang sudah memenuhi kebutuhan harga diri akan memiliki kepercayaan diri yang tinggi, perasaan berharga, dan merasa berguna bagi orang lain.

Sedangkan bila individu gagal memenuhi kebutuhan akan harga diri, individu akan memiliki perasaan tidak berharga, merasa terancam dengan adanya orang lain, dan tidak memiliki kemampuan.

Azwar (1989) menyebutkan bahwa harga diri merupakan dasar pembentuk konsep diri, sehingga individu yang memiliki harga diri tinggi akan memiliki konsep diri yang positif dan konsep diri yang positif ini akan membuat individu menjadi lebih antusias. Harga diri adalah evaluasi yang dibuat individu yang berhubungan dengan penghargaan terhadap dirinya sendiri, dimana evaluasi tersebut dipengaruhi oleh empat aspek yaitu (a) penerimaan dan penghinaan diri adalah perasaan puas, menerima dirinya sendiri, perasaan ketidakpuasan dan merendahkan dirinya; (b) kepemimpinan dan popularitas adalah kemampuan memimpin yang dimilikinya, perasaan dikenal dan disukai orang lain; (c) keluarga dan orang tua adalah hubungan dalam suatu keluarga, hubungan antara ayah, ibu, dan anak; (d) keterbukaan dan kecemasan adalah tegas dalam mengemukakan tentang siapa dirinya atau pendapatnya, adanya perasaan khawatir tentang sesuatu.

Taylor, Peplau dan Sears, (dalam Ningsih, 2004) mengatakan bahwa Individu yang mempunyai harga diri yang tinggi mempunyai pemikiran yang tepat tentang kemampuan dan kualitas dirinya, berpikir positif mengenai dirinya, mempunyai tujuan yang tepat, dan mampu menggunakan feedback untuk memperbaiki diri. Sebaliknya, individu yang memiliki harga diri rendah akan berpikir negatif tentang diri sendiri,

mempunyai gambaran diri yang kurang tepat, sering menetapkan tujuan yang tidak realistis, cenderung pesimis menghadapi masa depan, beraksi secara emosional dan perilaku yang lebih merugikan terhadap kritik atau feedback negatif, serta lebih merisaukan tentang pengaruh sosial pada orang lain.

Dari beberapa uraian di atas, harga diri dapat diartikan sebagai suatu hasil evaluasi atau penilaian yang dilakukan oleh individu dan orang lain, yang mencakup perasaan mampu, merasa diri penting, berhasil, serta perasaan berharga dalam dirinya.

2. Perkembangan Harga Diri

Harga diri tidak dibawa oleh individu sejak lahir, melainkan dapat dipelajari, dibentuk, dan dapat diubah. Harga diri selalu berkembang secara bertahap sepanjang pengalaman hidup seseorang. Hurlock (1996) mengatakan bahwa harga diri terbentuk pada masa kanak-kanak dan menuju kematangan saat individu beranjak remaja. Perkembangan harga diri dimulai dari diri sendiri yang didasarkan pada nilai yang dipelajari selama berinteraksi dengan orang lain. Pengalaman afektif individu pada masa kanak-kanak merupakan hal yang penting dalam perasaan berharga dalam dirinya. Nilai-nilai dari pengalaman tersebut akan tertanam dalam anak dan akan terus terbawa sampai anak beranjak dewasa.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan jika harga diri tidak dibawa semenjak lahir, tapi dipelajari dan berkembang sepanjang kehidupan seseorang.

3. Penggolongan Harga diri

Seperti yang telah diungkapkan di depan, harga diri merupakan hasil evaluasi atau penilaian yang dilakukan oleh individu dan orang lain, yang mencakup perasaan mampu, merasa diri penting, berhasil, serta perasaan berharga dalam dirinya. Jika penilaian yang diberikan adalah positif maka akan terbentuk harga diri yang tinggi dan sebaliknya jika penilaian yang diberikan adalah negatif maka akan terbentuk harga diri yang rendah. Tinggi rendahnya harga diri disebut tingkat harga diri.

a. Harga Diri Tinggi

Coopersmith (1967) menyatakan bahwa seseorang yang mempunyai harga diri yang tinggi percaya mereka adalah pribadi yang berhasil dalam hidup dan menerima diri, bahagia, dan lebih mampu memenuhi harapan lingkungan daripada mereka yang berharga diri sedang dan rendah. Individu yang memiliki harga diri tinggi tingkah lakunya lebih aktif, ekspresif, lebih percaya diri, serta tampak puas dan menghargai dirinya, umumnya mereka tidak mudah cemas, lebih berhasil dalam kehidupan sosial maupun dalam bidang akademis.

b. Harga Diri Menengah

Individu dengan harga diri menengah mempunyai ciri-ciri yang hampir sama dengan individu yang mempunyai harga diri tinggi, misalnya optimis, ekspresif, maupun menerima kritik. Sedangkan perbedaannya adalah mereka menunjukkan adanya kebimbangan dalam menilai diri sehingga dukungan sosial sangat diperlukan (Coopersmith, 1967).

c. Harga Diri Rendah

Coopersmith (1967) mengemukakan bahwa individu dengan harga diri rendah biasanya tidak menyukai dirinya, menghina dan menganggap diri tidak cakap menghadapi lingkungan dengan efektif. Burualogo (2004) menambahkan individu dengan self-esteem yang rendah adalah individu yang hilang kepercayaan dirinya dan tidak mampu menilai kemampuan diri. Rendahnya penghargaan diri ini mengakibatkan individu tidak mampu mengekspresikan dirinya di lingkungan sosial.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa harga diri dapat digolongkan menjadi tiga bagian, antara lain harga diri tinggi, harga diri menengah, dan harga diri sedang.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Harga Diri

Secara umum perkembangan harga diri dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah

faktor-faktor yang berasal dari dalam diri individu, mencakup faktor psikologis dan kepribadian individu. Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri individu, mencakup faktor lingkungan sosial dan status sosial ekonomi.

a. Faktor Internal, yaitu faktor yang berasal dari dalam individu yang meliputi faktor-faktor sebagai berikut :

1) Faktor psikologis

a) Keadaan diri dan kemampuan diri

Keadaan diri merupakan keseluruhan kondisi fisiologis individu dalam masa tertentu yang dapat berubah. Kemampuan diri adalah daya atau potensi yang dimiliki individu dalam suatu bidang. Keadaan diri sangat berpengaruh terhadap tingkat harga diri. Individu yang mempunyai kondisi fisik yang kurang sempurna dan kemampuan diri yang rendah akan cenderung memiliki harga diri rendah. Sedangkan individu dengan kondisi yang baik dan kemampuan diri yang tinggi akan memiliki harga diri tinggi, karena mendapat penguatan melalui adanya perhatian dan penerimaan dari orang lain.

b) Jenis kelamin

Menurut Bush, Simmons, Hitohinson, dan Blyth melalui Ningsih (2004) perbedaan jenis kelamin ikut berperan dalam tingkat harga diri yang dimiliki individu. Pria cenderung memiliki harga diri yang lebih tinggi daripada wanita. Hal ini

merupakan pengaruh dari bagaimana lingkungan memberi perlakuan yang berbeda bagi pria dan wanita sehingga memberikan penilaian diri yang berbeda.

2) Faktor kepribadian individu

Ada dua aspek kepribadian yang dapat mempengaruhi tingkat harga diri individu, yaitu nilai-nilai dan mekanisme pertahanan diri.

a) Nilai

Nilai yang dianut individu akan menjadi pertimbangan dalam berperilaku, terutama bila dihubungkan dengan aspek kebajikan. Individu yang mampu menyesuaikan diri dengan nilai dan norma yang terdapat dalam masyarakat akan lebih dihargai. Harga diri yang dimiliki individu akan meningkat karena adanya perasaan dihargai dalam masyarakat.

b) Mekanisme pertahanan diri

Mekanisme pertahanan diri yang dilakukan individu biasanya berhubungan dengan jenis permasalahan yang dihadapi individu. Perkembangan harga diri individu dapat dipengaruhi dengan kesesuaian individu dalam menyelesaikan masalah, apakah sesuai dengan realita atau tidak. Individu yang melakukan mekanisme pertahanan diri yang tidak sesuai dengan realitas, cenderung mengalami perkembangan harga diri yang

tidak sehat dibandingkan dengan individu yang pola pertahanan dirinya sesuai dengan realitas.

b. Faktor Eksternal, yaitu faktor yang berasal dari luar diri individu yang meliputi faktor-faktor berikut :

1) Lingkungan sosial dan keluarga

Harga diri dipengaruhi oleh lingkungan, terutama lingkungan sosial. Apabila lingkungan sosial memberi respon yang baik ketika individu berperilaku, individu akan merasa diterima dan dihargai sehingga hal ini akan membentuk harga diri yang positif. Sebaliknya, apabila lingkungan sosial menolak dan mengabaikan individu, maka hal ini akan mendorong terbentuknya harga diri yang negatif.

2) Status sosial dan ekonomi

Status sosial dan ekonomi yang disandang oleh individu akan mempengaruhi tingkat harga diri, termasuk kesuksesan dan posisi yang diraih individu dalam masyarakat. Individu yang memiliki latar belakang status sosial dan ekonomi yang baik akan berpengaruh baik terhadap pembentukan pandangan masyarakat terhadap individu.

Dapat disimpulkan bahwa harga diri dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal mencakup faktor-faktor yang ada dalam diri individu sedangkan faktor eksternal meliputi faktor-faktor yang berasal dari luar individu.

5. Aspek-Aspek Harga Diri

Coopersmith (1967) menyebutkan bahwa ada empat aspek yang mempengaruhi harga diri individu, yaitu :

a. Kekuatan (*Power*)

Kekuatan merupakan daya, kesempatan, dan kemampuan untuk mempengaruhi dan mengatur diri sendiri maupun orang lain. Kekuatan biasanya muncul saat individu mendapat penghormatan dari orang lain. Penghormatan ini menunjukkan adanya kewibawaan yang dimiliki individu. Individu yang memiliki kekuatan akan memiliki sikap asertif yang tinggi

b. Keberartian (*Significance*)

Keberartian dapat ditunjukkan dengan adanya perhatian, penerimaan, dan afeksi atau kasih sayang dari orang lain. Individu akan merasa semakin berarti jika dia banyak memperoleh perhatian dan kasih sayang dari orang lain. Tetapi jika individu tidak atau jarang memperoleh stimulus positif dari orang lain, maka kemungkinan besar individu akan merasa ditolak dan timbul perasaan tidak berharga.

c. Kebajikan (*Virtue*)

Kebajikan mengacu pada kesesuaian perilaku individu dengan moral dan standar etik yang berlaku dalam masyarakat. Nilai-nilai moral ini biasanya ditanamkan sejak kecil oleh orang tua. Permasalahan nilai ini pada dasarnya mengacu pada persoalan benar dan salah.

d. Kompetensi (*Competence*)

Kompetensi mengacu pada kemampuan individu dalam upayanya meraih keberhasilan. Adanya kompetensi yang cukup dalam diri individu akan membuat individu merasa yakin untuk meraih apa yang dicita-citakan. Dengan kata lain, individu yang memiliki kompetensi yang tinggi dalam sebuah bidang, maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan yang diperolehnya. Individu yang memiliki kompetensi yang bagus akan merasa setiap orang memberikan dukungan kepadanya.

Harga diri meliputi empat aspek, antara lain aspek kekuatan (*power*), aspek keberartian (*significance*), aspek kebajikan (*virtue*), serta aspek kompetensi (*competence*).

C. Tingkat Harga Diri Pemandu Wisata di Bali

Daerah Bali terkenal dengan keindahan alam dan budayanya yang masih sangat kental. Tempat-tempat seperti Tanah Lot, Kuta, Ubud, Pura Besakih memiliki kekhasan tersendiri, baik dari segi keseniannya, keunikan wilayahnya, maupun adat istiadat yang dimilikinya. Potensi yang dimiliki ini membuat banyak orang tertarik untuk berwisata ke tempat ini. Tidak salah jika banyak orang yang mengatakan bahwa Bali sebagai daerah pariwisata yang paling favorit. Dalam penghargaan *The World's Best 2006* versi majalah *Travel and Leisure*, Bali dinobatkan sebagai pulau terbaik di dunia (Bachrie, 2006).

Kenyataan ini membuat Bali selalu berbenah untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi para wisatawan yang berkunjung ke daerah ini. Salah satu aspek yang menjadi sorotan adalah dengan menyediakan tenaga *profesional* bagi wisatawan, salah satunya merupakan pemandu wisata. Peranan pemandu wisata menjadi sangat penting demi tetap hidupnya pariwisata di Bali.

Pemandu wisata adalah atau dikenal dengan nama *guide* pada hakikatnya adalah seseorang yang menemani, memberikan informasi dan bimbingan serta saran kepada wisatawan dalam melakukan aktivitas wisatanya (Suyitno, 2005). Tugas utama dari pemandu wisata adalah melayani wisatawan selama berada di suatu daerah. Pemandu wisata mengantarkan wisatawan ke tempat-tempat wisata yang ingin dikunjungi, menyediakan hotel dan segala macam keperluan wisatawan.

Lebih jauh lagi, pemandu wisata di Bali merupakan duta bangsa atau duta daerah. Wisatawan menganggap pemandu wisata sebagai orang yang paling tahu akan daerah wisata tersebut dengan memperoleh penjelasan dari pemandu wisata akan obyek-obyek wisata yang dikunjunginya. Hal ini membuat pemandu wisata secara tidak langsung harus dapat menggambarkan segala sesuatunya dengan baik sehingga wisatawan menjadi tertarik akan daerah Bali. Karena itu, seorang pemandu wisata juga harus memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi wisatawan (Suyitno, 2005).

Pekerjaan sebagai pemandu wisata sendiri banyak diminati oleh masyarakat yang tinggal di Bali. *Prestise* yang tinggi menjadi daya tarik mengapa banyak yang bercita-cita menjadi pemandu wisata. Dan muncul kesan bahwa bekerja menjadi pemandu wisata dapat meningkatkan harga diri seseorang.

Coopersmith (1967) menyatakan bahwa harga diri merupakan evaluasi yang dibuat oleh individu mengenai hal-hal yang berkaitan dengan dirinya, yang mengekspresikan suatu sikap setuju atau tidak setuju dan menunjukkan tingkat keyakinan bahwa dirinya sendiri mampu, penting, berhasil, dan berharga. Klass & Hodge (dalam Tjahjaningsih & Nuryoto, 1994) menambahkan bahwa harga diri adalah hasil evaluasi yang dibuat dan dipertahankan individu, yang diperoleh dari hasil interaksi dengan lingkungan, serta hasil penerimaan, penghargaan dan perlakuan orang lain terhadap individu tersebut.

Setiap individu mempunyai harga diri. Yang membedakan harga diri individu yang satu dengan lainnya adalah kadar yang dimilikinya. Ada orang yang mempunyai tingkat harga diri yang tinggi sehingga orang mempunyai penilaian bahwa dirinya berharga dan penting. Namun ada pula orang yang mempunyai tingkat harga diri yang rendah. Orang yang memiliki harga diri yang rendah biasanya ditandai dengan perasaan rendah diri dan motivasi yang lemah dalam bersaing (Coopersmith, 1967).

Pemandu wisata menjadi salah satu pekerjaan yang diminati di Bali. Individu yang bekerja di bidang ini secara tidak langsung akan mendapat

penghargaan dari masyarakat. Perasaan berharga akan membuat pemandu wisata meningkatkan harga dirinya. Pemandu wisata pun menjadi lebih termotivasi dalam bekerja. Hal ini membuat individu yang berprofesi sebagai pemandu wisata mempunyai kecenderungan untuk mempunyai harga diri yang tinggi.



BAB III

DESKRISI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif, artinya penelitian ini mempunyai tujuan untuk menjelaskan dan menggambarkan keadaan yang terjadi pada saat ini. Pada penelitian ini keadaan yang hendak digambarkan adalah tingkat harga diri pada pemandu wisata.

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi/ada. Penelitian ini tidak menguji atau tidak menggunakan hipotesis, tapi hanya mendeskripsikan informasi apa adanya sesuai dengan variabel yang diteliti (Mardalis, 1990).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*, yaitu penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual dari suatu kelompok atau suatu daerah (Nazir, 1985).

B. Identifikasi Variabel

Pada penelitian ini variabel yang akan diteliti adalah variabel bersambung, yaitu variabel yang memiliki rangkaian nilai yang mempunyai jarak (*range*) tertentu. Nilai yang lebih besar memiliki kualitas yang lebih

besar (Singarimbun dan Effendi, 1985). Variabel bersambung tersebut adalah tingkat harga diri.

C. Definisi Operasional

Harga diri dapat diartikan sebagai suatu hasil evaluasi evaluasi atau penilaian yang dilakukan oleh individu dan orang lain, yang mencakup perasaan mampu, merasa diri penting, berhasil, serta perasaan berharga dalam dirinya.

Ada empat aspek yang mempengaruhi perkembangan harga diri, antara lain :

a. Kekuatan (*Power*)

Kekuatan merupakan daya, kesempatan, dan kemampuan untuk mempengaruhi dan mengatur diri sendiri maupun orang lain. Kekuatan biasanya muncul saat individu mendapat penghormatan dari orang lain. Penghormatan ini menunjukkan adanya kewibawaan yang dimiliki individu. Individu yang memiliki kekuatan akan memiliki sikap asertif yang tinggi

b. Keberartian (*Significance*)

Keberartian dapat ditunjukkan dengan adanya perhatian, penerimaan, dan afeksi atau kasih sayang dari orang lain. Individu akan merasa semakin berarti jika dia banyak memperoleh perhatian dan kasih sayang dari orang lain. Tetapi jika individu tidak atau jarang memperoleh stimulus positif

dari orang lain, maka kemungkinan besar individu akan merasa ditolak dan timbul perasaan tidak berharga.

c. Kebajikan (*Virtue*)

Kebajikan mengacu pada kesesuaian perilaku individu dengan moral dan standar etik yang berlaku dalam masyarakat. Nilai-nilai moral ini biasanya ditanamkan sejak kecil oleh orang tua. Permasalahan nilai ini pada dasarnya mengacu pada persoalan benar dan salah.

d. Kompetensi (*Competence*)

Kompetensi mengacu pada kemampuan individu dalam upayanya meraih keberhasilan. Adanya kompetensi yang cukup dalam diri inividu akan membuat individu merasa yakin untuk meraih apa yang dicita-citakan. Dengan kata lain, individu yang memiliki kopetensi yang tinggi dalam sebuah bidang, maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan yang diperolehnya. Individu yang memiliki kompetensi yang bagus akan merasa setiap orang memberikan dukungan kepadanya.

Tingkat harga diri diungkap dengan menggunakan skala harga diri. Melalui penilaian skor total harga diri, diasumsikan bahwa semakin tinggi skor total harga diri yang diperoleh subjek maka semakin tinggi pula tingkat harga diri yang dimilikinya dan begitu pula sebaliknya.

D. Subyek Penelitian

Subjek penelitian ini ditentukan berdasarkan teknik *purposive random sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang dilakukan terhadap kelompok

yang telah ditentukan dengan memperhatikan ciri-ciri atau sifat tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang telah diketahui sebelumnya (Hadi, 1996)

Penelitian ini dikhususkan pada pemandu wisata yang di propinsi Bali. Bali dijadikan sebagai tempat penelitian karena di daerah ini banyak terdapat pemandu wisata dan banyak orang di daerah tersebut yang mempunyai cita-cita sebagai pemandu wisata.

Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan karakteristik subyek penelitian sebagai berikut :

1. Subyek masih aktif bekerja sebagai pemandu wisata
2. Berdomisili dan bekerja di propinsi Bali
3. Berusia dewasa awal dan tengah, dengan usia antara 20-50 tahun

E. Metode Pengambilan Data

Metode pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan skala harga diri dengan menggunakan skala Likert. Skala disusun menggunakan metode *summated rating*. Pada metode ini, subyek diminta untuk merespon pernyataan-pernyataan yang dirumuskan secara *favorable* dan *unfavorable*. Pernyataan *favorable* adalah pernyataan yang mendukung atau memihak objek yang akan diukur. Pernyataan *unfavorable* adalah pernyataan yang tidak mendukung terhadap objek yang hendak diukur.

Pertanyaan-pertanyaan disusun berdasarkan aspek-aspek dari harga diri, dengan proporsi yang seimbang antara pernyataan yang *favorable* dan

unfavorable. Alternatif jawaban yang diberi antara lain “Sangat Setuju”, “Setuju”, “Tidak Setuju”, dan “Sangat Tidak Setuju”. Nilai skor bergerak dari angka 4 sampai 1 untuk pernyataan yang bersifat *favorable* dan sebaliknya, nilai skor bergerak dari angka 1 samapai 4 untuk pernyataan yang bersifat *unfavorable*. Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek maka semakin tinggi pula tingkat harga diri yang dimilikinya dan sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh maka semakin rendah pula tingkat harga diri yang dimilikinya.

Peneliti tidak menggunakan alternatif jawaban netral sebab bisa saja subyek belum belum bisa memutuskan jawaban, sehingga memilih jawaban netral. Selain itu, peneliti juga ingin supaya subyek lebih tegas dalam menjawab pertanyaan-pernyataan yang diajukan.

Berikut ini adalah tabel *blue print* skala harga diri dan tabel penyebaran item-item skala harga diri.

Tabel 1
Tabel Spesifikasi (*Blue Print*) Skala Harga Diri

No.	Aspek	Indikator	Item		Total
			<i>Fav.</i>	<i>Unfav.</i>	
1.	Kekuatan (<i>Power</i>)	a. Kemampuan untuk mempengaruhi orang lain.	3	3	16
		b. Kemampuan untuk mengontrol diri sendiri.	3	3	
		c. Kemampuan untuk mengontrol orang lain.	2	2	
2.	Keberartian (<i>Significance</i>)	a. Penerimaan	2	2	16
		b. Penghargaan	2	2	
		c. Perhatian	2	2	
		d. Kasih sayang	2	2	

3.	Kebajikan (<i>Virtue</i>)	a. Mampu bersikap sesuai dengan aturan yang berlaku dalam masyarakat.	4	4	16
		b. Mampu bersosialisasi dengan baik dengan orang lain.	4	4	
4.	Kompetensi (<i>Competence</i>)	a. Fisik	2	2	16
		b. Psikologis	3	3	
		c. Sosial	3	3	
Total			32	32	64

Tabel 2
Tabel Penyebaran Item-Item Skala Harga Diri

No.	Aspek	Indikator	Item		Total
			<i>Fav.</i>	<i>Unfav.</i>	
1.	Kekuatan (<i>Power</i>)	a. Kemampuan untuk mempengaruhi orang lain.	1,32,42	17,38,51	16
		b. Kemampuan untuk mengontrol diri sendiri.	27,40,47	7,25,54	
		c. Kemampuan untuk mengontrol orang lain.	11,12	35,61	
2.	Keberartian (<i>Significance</i>)	a. Penerimaan	10,19	8,56	16
		b. Penghargaan	4,9	34,55	
		c. Perhatian	31,50	24,43	
		d. Kasih sayang	26,41	3,16	
3.	Kebajikan (<i>Virtue</i>)	a. Mampu bersikap sesuai dengan aturan yang berlaku dalam masyarakat.	20,22, 52,64	13,23, 46,60	16
		b. Mampu bersosialisasi dengan baik dengan orang lain.	2,15, 59,62	30,37, 39,63	
4.	Kompetensi (<i>Competence</i>)	a. Fisik	5,44	14,48	16
		b. Psikologis	6,28,53	36,45,57	
		c. Sosial	29,33,58	18,21,49	
Total			32	32	64

F. Pertanggung Jawaban Mutu

1. Validitas

Validitas merupakan taraf ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu alat ukur dapat dikatakan valid atau mempunyai validitas yang tinggi jika alat ukur dapat memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dari pengukuran tersebut. Jika alat ukur menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dikatakan sebagai alat ukur yang mempunyai validitas yang rendah (Azwar, 2000).

Penelitian ini menggunakan validitas isi (*content validity*), yaitu pengujian validitas dilakukan dengan mencocokkan antara definisi rasional dengan indikator-indikator yang kemudian dijabarkan dalam item-item. Pengujian validitas isi dilakukan dengan *professional judgement*, yaitu dengan dosen pembimbing untuk memastikan kualitas item yang hendak diukur.

2. Seleksi Item

Sebelum dilakukan seleksi item terlebih dahulu dilakukan uji coba dengan maksud untuk mendapatkan item-item yang dianggap baik untuk diujikan kembali dalam sebuah penelitian.

Jumlah item pada skala uji coba ini adalah 64 item. Setelah dilakukan analisis item, terpilih 51 item dengan *Corrected Item-Total Correction* $\geq 0,3$ yang dianggap baik. Sedangkan sebanyak 13 item yang memiliki *Corrected Item-Total Correction* $\leq 0,3$ dan dianggap gugur.

Nomor-nomor item yang gugur antara lain item nomor 8, 10, 18, 29, 32, 35, 43, 50, 51, 59, 60, 63, 64. berikut ini adalah tabel distribusi item-item yang valid.

Tabel 3
Tabel Distribusi Nomor Item Valid

No.	Aspek	Indikator	Item		Total
			<i>Fav.</i>	<i>Unfav.</i>	
1.	Kekuatan (<i>Power</i>)	a. Kemampuan untuk mempengaruhi orang lain.	1,42	17,38	13
		b. Kemampuan untuk mengontrol diri sendiri.	27,40,47	7,25,54	
		c. Kemampuan untuk mengontrol orang lain.	11,12	61	
2.	Keberartian (<i>Significance</i>)	a. Penerimaan	19	56	12
		b. Penghargaan	4,9	34,55	
		c. Perhatian	31	24	
		d. Kasih sayang	26,41	3,16	
3.	Kebajikan (<i>Virtue</i>)	a. Mampu bersikap sesuai dengan aturan yang berlaku dalam masyarakat.	20,22,52	13,23,46	12
		b. Mampu bersosialisasi dengan baik dengan orang lain.	2,15,62	30,37,39	
4.	Kompetensi (<i>Competence</i>)	a. Fisik	5,44	14,48	14
		b. Psikologis	6,28,53	36,45,57	
		c. Sosial	33,58	21,49	
		Total	26	25	51

Setelah diketahui jumlah item yang valid, selanjutnya item-item tersebut diseleksi kembali dengan tujuan menyeimbangkan antara perbandingan satu aspek dengan aspek lain. Peneliti membagi setiap aspek menjadi sama antara antara 1 aspek dengan aspek lainnya dengan asumsi

bahwa setiap aspek dalam harga diri sama pentingnya dan tidak ada 1 aspek yang lebih penting dari aspek lain. Dibawah ini merupakan tabel distribusi item valid setelah diseimbangkan antara aspek yang satu dengan yang lain dan tabel distrubusi item sesungguhnya.

Tabel 4
Tabel Distribusi Item Valid Hasil Uji Coba
Skala Harga Diri Pemandu Wisata di Bali

No.	Aspek	Indikator	Item		Total
			<i>Fav.</i>	<i>Unfav.</i>	
1.	Kekuatan (<i>Power</i>)	a. Kemampuan untuk mempengaruhi orang lain.	2	2	12
		b. Kemampuan untuk mengontrol diri sendiri.	3	3	
		c. Kemampuan untuk mengontrol orang lain.	1	1	
2.	Keberartian (<i>Significance</i>)	a. Penerimaan	1	1	12
		b. Penghargaan	2	2	
		c. Perhatian	1	1	
		d. Kasih sayang	2	2	
3.	Kebajikan (<i>Virtue</i>)	a. Mampu bersikap sesuai dengan aturan yang berlaku dalam masyarakat.	3	3	12
		b. Mampu bersosialisasi dengan baik dengan orang lain.	3	3	
4.	Kompetensi (<i>Competence</i>)	a. Fisik	2	2	12
		b. Psikologis	2	2	
		c. Sosial	2	2	
Total			24	24	48

Tabel 5
Tabel Distribusi Item Sesungguhnya
Skala Harga Diri Pemandu Wisata di Bali

No.	Aspek	Indikator	Item		Total
			<i>Fav.</i>	<i>Unfav.</i>	
1.	Kekuatan (<i>Power</i>)	a. Kemampuan untuk mempengaruhi orang lain.	1,35	14,31	12
		b. Kemampuan untuk mengontrol diri sendiri.	23,33,39	7,21,43	
		c. Kemampuan untuk mengontrol orang lain.	9	47	
2.	Keberartian (<i>Significance</i>)	a. Penerimaan	15	45	12
		b. Penghargaan	4,8	28,44	
		c. Perhatian	26	20	
		d. Kasih sayang	22,34	3,13	
3.	Kebajikan (<i>Virtue</i>)	a. Mampu bersikap sesuai dengan aturan yang berlaku dalam masyarakat.	16,18,42	10,19,38	12
		b. Mampu bersosialisasi dengan baik dengan orang lain.	2,12,48	25,30,32	
4.	Kompetensi (<i>Competence</i>)	a. Fisik	5,36	11,40	12
		b. Psikologis	6,24	29,37	
		c. Sosial	27,46	17,41	
		Total	24	24	48

3. Reliabilitas

Suatu pengukuran dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika pengukuran tersebut dapat menghasilkan suatu pengukuran yang dapat dipercaya dan dapat digunakan dengan hasil yang konsisten pada waktu yang berbeda untuk tujuan penelitian yang sama (Azwar, 2000). Tinggi rendahnya reliabilitas dapat dilihat dari tingginya nilai koefisien reliabilitas yang mendekati nilai satu yang menunjukkan bahwa

pengukuran itu semakin baik. Pengukuran reliabilitas ini dilakukan dengan penghitungan reliabilitas koefisien alpha (α) dari *Cronbach* dengan menggunakan program SPSS 13.0 *for Windows*. Reliabilitas dari skala yang digunakan pada uji coba adalah $\alpha = 0,952$. sedangkan reliabilitas dari skala harga diri penelitian ini adalah $\alpha = 0,959$.

G. Analisis Data

Pada penelitian ini, data yang didapat dianalisis secara statistik menggunakan analisis yang meliputi penyajian data melalui tabel, penghitungan nilai maksimum dan minimum, mean teoritis, mean empiris dan standar deviasi, serta penghitungan prosentase.

Penentuan kategori tingkat harga diri pemandu wisata di Bali didasarkan pada kategori jenjang. Tujuan dari penggunaan kategori ini adalah untuk menempatkan individu kedalam kelompok yang terpisah secara berjenjang menurut kontinum berdasarkan atribut yang diukur. Menurut Azwar (1999) penentuan kategorisasi jenjang adalah berdasarkan standar deviasi dan mean teoritik sebagai berikut:

Tabel 6
Tabel Norma Kategorisasi Jenjang

Norma	Kategori
$(\mu + 1,0\sigma) \leq x$	Tinggi
$(\mu - 1,0\sigma) \leq x < (\mu + 1,0\sigma)$	Sedang
$x < (\mu - 1,0\sigma)$	Rendah

Keterangan:

X : Skor total subyek

μ : Mean teoritis, yaitu rata-rata teoritis dari skor maksimum dan skor minimum

σ : Standar deviasi, yaitu luas jarak sebaran yang dibagi 6 satuan standar deviasi

Tahap penghitungan:

X Minimum Teoritik:

= Jumlah item x skor terendah yang mungkin diperoleh subyek pada skala

$$= 48 \times 1$$

$$= 48$$

X Maksimum Teoritik:

= Jumlah item x skor tertinggi yang mungkin diperoleh subyek pada skala

$$= 48 \times 4$$

$$= 192$$

Range:

= Luas jarak sebaran antara nilai maksimum dan nilai minimum

$$= X \text{ maks} - X \text{ min}$$

$$= 192 - 48$$

$$= 144$$

Mean:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{X \text{ maks} + X \text{ min}}{2} \\
 &= \frac{192 + 48}{2} = \frac{240}{2} \\
 &= 120
 \end{aligned}$$

Standar Deviasi:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Range}}{6} \\
 &= \frac{144}{6} \\
 &= 24
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas maka dapat dibuat suatu norma kategorisasi dengan batasan angka-angka sebagai berikut:

Tabel 7
Tabel Norma Kategorisasi Dengan Batasan Angka-Angka

Norma	Kategori
$(120 + 1,0 \cdot 24) \leq x$	Tinggi
$(120 - 1,0 \cdot 24) \leq x < (120 + 1,0 \cdot 24)$	Sedang
$x < (120 - 1,0 \cdot 24)$	Rendah

Penghitungan diatas dapat disederhanakan menjadi:

Tabel 8
Tabel Norma Kategorisasi Dengan Batasan Angka-Angka

Norma	Kategori
144 – 192	Tinggi
96 – 143	Sedang
48 – 95	Rendah

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Persiapan Penelitian

1. Perijinan Penelitian

Perijinan untuk melaksanakan penelitian dikeluarkan oleh Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma dengan nomer surat 104 b./D/KP/Psi/USD/IX 1 2007 dan ditandatangani oleh dekan Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma. Surat keterangan sudah melakukan penelitian dikeluarkan oleh Dewan pimpinan Daerah Himpunan Pramuwisata Indonesia provinsi Bali dengan nomer surat 027/DPD HPI/XII/2007 yang ditandatangani oleh ketua DPD HPI Bali, yaitu DRS. I Made Sukadana.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di tempat-tempat wisata di daerah Bali seperti : daerah Sukawati, Batubulan, Ubud, Denpasar, dan *Airport* Ngurah Rai.

3. Penentuan Sampel

Sampel ditentukan dengan menggunakan beberapa kriteria, antara lain :

- a. Sampel penelitian masih secara aktif bekerja sebagai pemandu wisata
- b. Sampel penelitian merupakan pemandu wisata yang telah memiliki ijin dalam mengantar wisatawan (pemandu wisata resmi)
- c. Sampel berada pada usia 20-50 tahun.

4. Uji Coba Penelitian

Uji coba penelitian dilakukan pada tanggal 27 September - 2 oktober 2007. lokasi pengambilan sampel bertempat di Pementasan Tari Barong dan Kecak di wilayah Sukawati dan Denpasar, *Monkey Forest* dan Puri Ubud, dan *Airport* Ngurah Rai. Jumlah subyek dalam uji coba ini adalah 52 orang. Skala item pada skala uji coba ini berjumlah 64 item.

Penyebaran skala dilakukan secara bertahap karena peneliti mengalami kesulitan dalam mencari subyek dan kesibukan subyek sendiri yang sedang bertugas mengantarkan wisatawan.

B. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilaksanakan tanggal 15-27 Desember 2007 dan mengambil lokasi di beberapa tempat wisata di Bali, antara lain : *Monkey Forest* dan Puri Ubud, Pasar Seni Guwang dan Sukawati, dan tempat Pementasan Tari Barong dan Kecak di wilayah Sukawati dan Denpasar. Peneliti menyebarkan skala kepada 100 guide (subyek). Item-item pada skala penelitian ini berjumlah 48 item dengan perbandingan yang sama antara jumlah item favorabel dan unfavorabel.

Sama halnya dengan tahap uji coba, pada tahap penelitian ini penyebaran skala juga tidak dapat dilakukan secara serentak karena alasan kesulitan mencari subyek dan kesibukan subyek yang sedang bertugas mengantarkan wisatawan.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Normalitas

Tabel 9
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Total
N		100
Normal Parameters(a,b)	Mean	137.24
	Std. Deviation	22.733
Most Extreme Differences	Absolute	.114
	Positive	.114
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		1.145
Asymp. Sig. (2-tailed)		.145

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Sebelum data dianalisis menggunakan pengujian statistik deskriptif, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi, yaitu uji normalitas. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari distribusi normal, dengan mengetahui apakah sebaran skor memenuhi asumsi distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan teknik Kolmogorov Smirnov yang menyatakan bahwa jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,005 ($p > 0,05$) maka sebaran skornya dikatakan normal, tetapi jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$) maka sebaran skornya tidak normal.

Dari hasil analisis menggunakan teknik Kolmogorov Smirnov SPSS versi 13.00 *for Windows*, diperoleh signifikansi sebesar 0,145. Hasil ini menunjukkan bahwa sampel yang diambil berasal dari sebuah distribusi normal karena nilai p yang didapat berada di atas 0,05.

2. Deskripsi Data Penelitian

Dibawah ini adalah tabel data penelitian berdasarkan penghitungan komputerisasi menggunakan SPSS versi 13.00 *for Windows*:

Tabel 10
Tabel Deskripsi Data Penelitian

N	100
Skor Minimum Teoritik	48
Skor Minimum Empirik	97
Skor Maksimum Teoritik	192
Skor Maksimum Empirik	179
Mean Teoritik	120
Mean Empirik	128,56
Median	127,50
Modus	100
Standar Deviasi	21,823
Varians	476,229

Keterangan:

- N menunjukkan jumlah subyek penelitian, yaitu sebanyak 100 orang.
- Skor Minimum Teoritik adalah skor terendah yang mungkin diperoleh subyek, yaitu 48.
- Skor Minimum Empirik adalah skor terendah yang didapat subyek dalam penelitian, yaitu 97.
- Skor Maksimum Teoritik adalah skor tertinggi yang mungkin diperoleh subyek, yaitu 192.
- Skor Maksimum Empirik adalah skor tertinggi yang didapat subyek dalam penelitian, yaitu 179.
- Mean Teoritik adalah rata-rata teoritik dari skor maksimum dan minimum yang merupakan titik tengah dari range, yaitu 120.

- Mean Empirik adalah rata-rata empirik dari skor maksimum dan minimum yang merupakan titik tengah dari range, yaitu 128,56. Jika Mean Empirik lebih besar dari Mean Teoritik, berarti subyek memiliki harga diri yang tinggi.
- Median adalah nilai tengah yang dihasilkan, yaitu 127,50.
- Modus adalah skor subyek yang paling banyak frekuensi kemunculannya, yaitu 100.
- Standar Deviasi adalah suatu perhitungan statistik yang digunakan untuk menggambarkan variabilitas dari suatu distribusi. Dalam penelitian ini, variasi jawaban sebesar 21,823.
- Varians adalah kuadrat dari Standar Deviasi, yaitu 476,229.

3. Kategorisasi Tingkat Harga Diri Pemandu Wisata Di Bali

kategori tingkat harga diri diperoleh dengan memasukkan skor total yang diperoleh subyek ke dalam norma kategorisasi skala tingkat harga diri yang telah ada. Berikut ini adalah hasil pengelompokan subyek berdasarkan kategorinya.

Tabel 11
Kategorisasi Tingkat Harga Diri Pemandu Wisata di Bali

Kategori	Jumlah Subyek	Prosentase
Tinggi	26	26%
Sedang	74	74%
Rendah	0	0%

Dari tabel diatas terlihat bahwa sebanyak 26 subyek tergolong dalam kategori tingkat harga diri tinggi (26%), 74 subyek pada kategori sedang (74%), dan tidak ada subyek yang berada dalam kategori rendah (0%).

4. Kategorisasi Tingkat Harga Diri Pemandu Wisata Laki-Laki dan Perempuan di Bali

Di bawah ini adalah tabel kategorisasi tingkat harga diri pemandu wisata laki-laki dan perempuan di Bali.

Tabel 12
Kategorisasi Tingkat Harga Diri
Pemandu Wisata Laki-Laki di Bali

Kategori	Jumlah Subyek	Prosentase
Tinggi	21	25,3%
Sedang	62	74,7%
Rendah	0	0%

Tabel 13
Kategorisasi Tingkat Harga Diri
Pemandu Wisata Laki-Laki di Bali

Kategori	Jumlah Subyek	Prosentase
Tinggi	5	29,4%
Sedang	12	70,6%
Rendah	0	0%

Dari tabel di atas terlihat bahwa untuk kategori tingkat harga diri pemandu wisata laki-laki di Bali, sebanyak 21 subyek (25,3%) berada pada kategori tinggi, 62 subyek (74,7%) berada pada kategori sedang dan tidak satu pun subyek (0%) yang berada pada kategori rendah. Pada kategori tingkat harga diri pemandu wisata perempuan di Bali didapatkan sebesar 5 subyek (29%) berada pada kategori tinggi, 12 subyek (70,6%) berada pada kategori sedang dan tidak ada subyek (0%) berada pada kategori rendah.

5. Deskripsi Kedudukan Masing-Masing Aspek Tingkat Harga Diri Pemandu Wisata Di Bali

Tabel 14
Deskripsi Mean Empirik dan Mean Teoritik
dari Setiap Aspek Tingkat Harga Diri

No.	Aspek Harga Diri	Mean Empirik	Mean Teorik
1	Kekuatan (Power)	32,31	30
2	Keberartian (Significance)	32,03	
3	Kebajikan (Virtue)	29,50	
4	Kompetensi (Competence)	34,72	

Dari tabel diatas terlihat perbandingan antara perolehan nilai mean empirik dengan mean teoritik. Data menunjukkan bahwa subyek penelitian memiliki tingkat harga diri dengan kategori tinggi pada aspek kekuatan, aspek keberartian, dan aspek kompetensi. Namun, subyek penelitian mempunyai tingkat harga diri yang lebih rendah untuk aspek kebajikan. Untuk perbandingan perolehan nilai mean empirik pada masing-masing aspek harga diri maka terlihat nilai mean empirik yang didapatkan oleh subyek penelitian pada aspek kompetensi (43,72) lebih tinggi daripada perolehan mean empirik pada aspek kekuatan (32,31), aspek keberartian (32,03), dan aspek kebajikan (29,50). Hal ini menunjukkan bahwa subyek cenderung mempunyai tingkat harga diri yang lebih tinggi pada bentuk fisik, psikologis, dan sosialnya.

D. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa subyek pada penelitian ini mendapatkan Mean Empirik sebesar 128,56. Hal ini mengindikasikan jika subyek dalam penelitian ini mempunyai tingkat harga diri yang berada pada kategori sedang.

Coopersmith (1967) menjelaskan bahwa individu dengan harga diri menengah atau sedang mempunyai ciri-ciri yang hampir sama dengan individu yang mempunyai harga diri tinggi, misalnya perasaan berharga, optimis, ekspresif, maupun menerima kritik. Daerah Bali terkenal dengan obyek wisatanya banyak didatangi oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Bisnis pariwisata mampu memberikan lapangan kerja yang menjanjikan bagi masyarakat di Bali, salah satunya adalah menjadi pemandu wisata (*Guide*). Dengan banyaknya orang yang berkeinginan untuk bekerja di lahan pariwisata ini, maka menimbulkan perasaan berharga jika mampu bekerja pada pekerjaan yang banyak diminati di Bali ini.

Memilih suatu pekerjaan bukan hanya untuk kepentingan materi (uang) tetapi juga untuk perkembangan *self concept* seseorang (Decker, 1980). Menjadi pemandu wisata di Bali tidak hanya untuk menghasilkan uang tetapi juga telah dapat meningkatkan harga diri (bagian dari *self concept*) individu. Subyek yang bekerja sebagai pemandu wisata mempunyai rasa keberhargaan dalam dirinya karena pencapaian yang didupatkannya. Setiap individu memiliki keinginan untuk dapat menggapai cita-citanya.

Mendapatkan pekerjaan sebagai pemandu wisata adalah suatu pencapaian yang tidak mudah. Nurjaya (2006) menyebutkan bahwa untuk menjadi seorang pemandu wisata di Bali diperlukan kemampuan untuk menguasai bahasa asing sesuai dengan minatnya. Selain menguasai suatu *specific languages*, pemandu wisata di Bali dalam menjalankan tugasnya haruslah berlandaskan konsep “Tri Hita Karana” yang merupakan salah satu konsep dasar dari agama Hindu”, yaitu selalu menyelaraskan hubungan antara manusia, Tuhan selaku pencipta, dan lingkungannya (media-indonesia.com).

Nilai Varians (476,229) menunjukkan bahwa subyek mempunyai jawaban yang bervariasi dalam distribusi skor harga diri. Variasi skor jawaban yang tinggi memperlihatkan bahwa harga diri pemandu wisata (*Guide*) di Bali cukup heterogen. Latar belakang dan dinamika perkembangan diri baik dari faktor internal maupun eksternal yang beragam menyebabkan subyek mempunyai tingkat harga diri yang berbeda.

Berdasarkan pengkategorisasian dengan tiga jenjang, maka terlihat dari 100 subyek yang ada, 26 subyek (26%) mempunyai tingkat harga diri dengan kategori tinggi, 74 subyek (74%) mempunyai tingkat harga diri dengan kategori sedang, dan tidak ada satu pun subyek (0%) mempunyai tingkat harga diri dengan kategori rendah. Berdasarkan data tersebut tampak bahwa subyek penelitian terbanyak mempunyai tingkat harga diri dengan kategori sedang.

Dari kategori tersebut, terlihat bahwa semua subyek (pemandu wisata) menyadari benar bahwa pekerjaan yang mereka lakoni ini mempunyai *prestise* yang tinggi di Bali. Bekerja memandu wisatawan, mengenal dengan baik adat

istiadat di Bali, dan banyaknya minat orang untuk bekerja di bidang ini adalah suatu kepuasan tersendiri bagi orang yang bekerja sebagai pemandu wisata. Koswara (1991) mengatakan kepuasan terhadap terpenuhinya kebutuhan harga diri menimbulkan perasaan percaya diri, kuat, stabil, serta berguna dan diperlukan oleh orang lain.

Subyek dari data penelitian yang masuk dalam kategori tinggi (26%) sesuai dengan pernyataan Burualogo (2004) yang menyebutkan bahwa subyek pada tingkat ini mempunyai kepuasan dan karakter terhadap dirinya. Mereka mampu menerima dan memberikan penghargaan positif terhadap dirinya sehingga akan menumbuhkan rasa aman dalam menyesuaikan diri atau bereaksi terhadap stimulus dari lingkungan sosial. Subyek dengan *self-esteem* tinggi mengharapkan masukan *verbal* dan *non verbal* dari orang lain untuk menilai dirinya. Mereka memandang diri sebagai orang yang bernilai, penting, dan berharga. Maslow (dalam Goble, 1987) mengatakan bahwa seseorang yang memiliki harga diri yang tinggi akan lebih percaya diri dan lebih mampu menjalani kegiatannya dengan berhasil. Rasa kemampuan yang dimiliki oleh pemandu wisata pada tahap ini membuat mereka merasa bahwa mereka dapat mencapai akan apa yang diinginkannya. Para pemandu wisata pada tingkat ini juga lebih mampu dalam menampilkan potensi yang dimilikinya.

Coopersmith (1967) menambahkan bahwa seseorang yang mempunyai harga diri yang tinggi percaya merka adalah pribadi yang berhasil dalam hidup dan menerima diri, bahagia, dan lebih mampu memenuhi harapan lingkungan daripada mereka yang berharga diri sedang dan rendah. Individu yang

memiliki harga diri tinggi tingkah lakunya lebih aktif, ekspresif, lebih percaya diri, serta tampak puas dan menghargai dirinya, umumnya mereka tidak mudah cemas, lebih berhasil dalam kehidupan sosial maupun dalam bidang akademis.

Subyek pada kategori sedang (74%), pada dasarnya memiliki kesamaan dengan subyek yang memiliki harga diri yang tinggi dalam hal penerimaan diri. Subyek pada tingkat ini cenderung optimis dan mampu menangani kritik, namun juga cenderung tergantung pada penerimaan sosial dalam menampilkan tingkah lakunya. Mereka lebih aktif dalam mencari pengalaman sosial yang akan menghasilkan penerimaan dirinya dilingkungan sosial. Pemandu wisata pada kategori sedang cenderung lebih menunjukkan eksistensi akan dirinya daripada pemandu wisata yang berada pada kategori tinggi.

Perbandingan mean empirik pada ke-4 aspek harga diri menunjukkan bahwa aspek kompetensi (*competence*) lebih mendominasi tingkat harga diri pemandu wisata di Bali. Keunggulan dalam aspek kompetensi memperlihatkan bahwa pemandu wisata mempunyai keyakinan meraih apa yang menjadi cita-citanya. Keberhasilan ini sangat ditopang oleh dukungan dari orang lain kepada subyek, seperti dukungan dari keluarga, teman, maupun masyarakat sekitar. Aspek kompetensi merupakan suatu syarat penting yang harus dimiliki oleh setiap pemandu wisata di Bali agar dapat menjalankan tugasnya secara *professional*.

Indikator-indikator dari aspek kompetensi sesuai dengan pernyataan dari Coopersmith (1967), antara lain indikator fisik, psikologis, dan sosial. Pada indikator fisik, sejalan dengan pernyataan Suyitno (2005) bahwa seorang pemandu wisata harus berpenampilan maksimal, karena apa yang ditampilkan pertama kali itu akan berdampak terhadap kesan wisatawan. Pemandu wisata dituntut untuk selalu dapat memperlihatkan keadaan tubuh yang prima. Hal ini sangat mendukung pemandu wisata dalam menjalankan tugasnya di lapangan.

Pada indikator psikologis, kemampuan subyek melakukan suatu pekerjaan yang diinginkan membuat dirinya merasa berharga. Pengalaman-pengalaman yang berkaitan dengan keberartian diri menyangkut seberapa besar subyek percaya bahwa dirinya mampu, berarti, berhasil, dan berharga menurut standar dan nilai-nilai pribadinya. Indikator psikologis ini mempunyai peranan penting dalam pekerjaan menjadi pemandu wisata. orang yang bekerja sebagai pemandu wisata haruslah mempunyai keadaan psikologis yang baik. Suyitno (2005) menyebutkan bahwa pemandu wisata hendaknya selalu menampilkan sifat-sifat kepribadian yang menarik, seperti pandai bergaul, empati, jujur dan dapat dipercaya.

Harga diri pemandu wisata banyak dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Kandia (2004) menyebutkan pemandu wisata di Bali harus membekali diri dengan pengetahuan dalam bidang sosial yang menyangkut keadaan Bali, seperti adat istiadat Bali, tradisi, seni budaya, filosofi, aspek-aspek agama Hindu, dan sejarah-sejarah Bali yang terkait. Pengetahuan yang baik dalam

bidang ini akan mendukung pemandu wisata untuk memberikan informasi yang benar kepada wisatawan.

Berdasarkan pengkategorisasian tingkat harga diri pemandu wisata laki-laki dan perempuan di Bali, terlihat bahwa untuk kategori tingkat harga diri pemandu wisata laki-laki di Bali, sebanyak 21 subyek (25,3%) berada pada kategori tinggi, 62 subyek (74,7%) berada pada kategori sedang dan tidak satu pun subyek (0%) yang berada pada kategori rendah. Pada kategori tingkat harga diri pemandu wisata perempuan di Bali didapatkan sebesar 5 subyek (29%) berada pada kategori tinggi, 12 subyek (70,6%) berada pada kategori sedang dan tidak ada subyek (0%) berada pada kategori rendah.

Hasil di atas menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan antara tingkat harga diri pemandu wisata laki-laki dan perempuan. Kedua kelompok subyek cenderung mempunyai tingkat harga diri yang berada pada kategori sedang dan tidak ada kelompok subyek yang berada pada kategori rendah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif data diperoleh Mean Empirik sebesar 128,56. Dapat disimpulkan bahwa subyek dalam penelitian ini memiliki tingkat harga diri yang sedang.

Berdasarkan pengkategorisasian terlihat bahwa 26 subyek (26%) berada pada tingkat kategori tinggi dan 74 subyek (74%) berada pada kategori sedang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat harga diri pemandu wisata di Bali cukup tinggi.

Dari perbandingan ke-4 aspek harga diri, aspek kompetensi mendominasi tingkat harga diri pemandu wisata yang tinggi yang terlihat pada keyakinan untuk meraih apa yang menjadi cita-citanya dan merasa setiap orang memberikan dukungan kepadanya.

Berdasarkan kategori tingkat harga diri pemandu wisata laki-laki di Bali didapatkan sebanyak 21 subyek (25,3%) berada pada kategori tinggi dan 62 subyek (74,7%) berada pada kategori sedang. Pada kategori tingkat harga diri pemandu wisata perempuan di Bali didapatkan sebesar 5 subyek (29%) berada pada kategori tinggi, 12 subyek (70,6%) berada pada kategori sedang. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata kelompok subyek baik pemandu wisata laki-laki maupun perempuan mempunyai tingkat harga diri yang sedang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran :

1. Bagi subyek penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata subyek penelitian mengalami tingkat harga diri yang tergolong sedang. Namun begitu, kebutuhan untuk lebih mengembangkan harga dirinya tetap ada. Hendaknya subyek untuk selalu menilai diri positif dan merasa diri berguna didalam masyarakat. Subyek hendaknya juga mempertahankan perasaan diri berharga akan pencapaian yang telah didapatkannya sebagai seorang pemandu wisata.

2. Bagi peneliti lainnya

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini terlalu sederhana dan kurang terdapat variabel lain yang dapat dihubungkan dengan harga diri.

Bagi peneliti yang tertarik untuk mengadakan penelitian tentang tingkat harga diri pemandu wisata di Bali dapat memasukan hal-hal lain sebagai variabel tambahan seperti kecemasan yang dialami pemandu wisata karena bom Bali, sehingga dapat memperluas jangkauan penelitian. Selain itu peneliti lain juga dapat menambahkan metode pengumpulan data yang ada, misalnya dengan menggunakan metode observasi dan wawancara untuk mendukung metode pengumpulan data yang digunakan peneliti sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. G. P. 2003 *Bali Objek dan daya Tarik Wisata: Buku Panduan Pramuwisata*. Bali: Dinas Pariwisata Povinsi Bali.
- Azwar (1999). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar. 2000. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar. 1989. *Self Esteem dan Motivasi Berprestasi pada Mahasiswa*. Jurnal Psikologi I. 25-28.
- Burualogo, I. S. 2004. *Hubungan Antara Persepsi Tentang Figur Attachment dengan Self-Esteem Remaja Panti Asuhan Muhammadiyah*. Jurnal Psikologi. Vol 13. No. 1.
- Branden, N. 1987. *The Psychology of Self Esteem*. New York: Bantam Book.
- Calhoun, J. F. & Acocella, J.J. 1989. *Adjustment Psychology and Human Relationship*. New York: McGraw-Hill.
- Coopersmith, S. 1967. *The antecedent of Self-Esteem*. San Fransisco: W.H. Freeman and Company.
- Decker, D. L. 1980. *Social Gerontology: An Introduction to Dynamics of Aging*. USA: Little Brown and Company.
- Goble, F. G. 1987. (Ab. Dr. A. Supratiknya) *Mazhab Ketiga: Psikologi Humanistik Abraham Maslow*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hall, C. & Lindzey, G. 1993. *Teori-Teori Holistik (Organimismik-Fenomenologis)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hadi. 1996. *Statistik Jilid 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hurlock, E.B. 1996. *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.
- Koentjoro. 1998. *Perbedaan Harga Diri Remaja di Daerah Miskin Penghasil Pelacur dan Bukan Penghasil Pelacur*. Laporan Penelitian. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Koswara, F. 1991. *Teori-Teori Kepribadian*. Bandung: Eresco.
- Mardalis. 1990. *Metode Penelitian*. Jakarta: Erlangga.

Nazir. 1985. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Ningsih, Citra. 2004. *Self Esteem Pekerja Seks Komersil Pasar Kembang*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma.

Nurjaya, Gede. 2006. *Statistik pariwisata Bali 2005*. Bali: Bali Government Tourism Office.

Putera, I. G. A. G. 1974. "Pasamuan" Desa Adat se-kabupaten Badung: Badung.

Suyitno. 2005. *Pemanduan Wisata (Tour Guiding)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Singarimbus & Sofian Effendi. 1985. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.

Tjahjaningsih & Nuryoto, S. 1994. Harga Diri Remaja di Dalam Lingkungannya. *Jurnal Psikologi Tahun XXI No. 12*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Yoeti, Oka A. 2000. *Guiding System: Suatu Pengantar Praktis*. Jakarta: Pradnya Paramita.

<http://www.balipost.co.id/BaliPostcetak/2003/7/3/par2hl.htm>

<http://www.balipost.co.id/balipostcetaK/2004/12/17/o1.htm>

<http://www.media-indonesia.co.id/Media-Indonesiacetak/2005/6/12/par2hl.htm>

<http://www.wisata.co.id/WisataNetcetak/2007/2/3/32hl.htm>