

“SATU TAHUN MENJABAT SELAMANYA MENGINSPIRASI” (STUDI FENOMENOLOGI PENGALAMAN MENJADI DENOK KOTA SEMARANG)

Yoan Angeline H.¹, Achmad Mujab Masykur¹

¹Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Mr. Sunario, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275

yoanangelinehutagaol@gmail.com

Abstrak

Denok adalah sebutan untuk duta wisata perempuan Kota Semarang. Seorang Denok harus memiliki tiga aspek yaitu *brain, beauty, and behavior*. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pengalaman menjadi Denok Kota Semarang. Penelitian dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Subjek penelitian ini adalah tiga orang juara 1 Denok Kota Semarang dan dipilih secara purposif. Pengambilan data digunakan dengan wawancara semi terstruktur, data audio, dan transkrip wawancara dianalisa dengan teknik eksplikasi data. Hasil penelitian menggambarkan proses menjadi Denok Kota Semarang mulai dari sebelum memutuskan untuk mendaftar, saat mengikuti rangkaian kontes, dan setelah menjadi Denok. Sebelum memutuskan untuk mendaftar ketiga subjek termotivasi karena ingin produktif di usia muda serta pembuktian prestasi kepada pelaku *bullying*. Saat mengikuti rangkaian kontes ketiga subjek memberikan usaha maksimal untuk mencapai tujuan atau disebut *goal competitiveness*. Subjek mendapat dukungan dari keluarga serta lingkungan sosial. Setelah dinobatkan sebagai Denok terjadi perubahan dalam segi karier, relasi, dampak terhadap keluarga, risiko menjadi Denok, dampak menjadi Denok, perencanaan karier, serta prestasi yang diraih.

Kata kunci: studi fenomenologi; Denok Kota Semarang; *beauty pageant*

Abstract

Denok is a term for the woman tourism ambassador of Semarang City. Three aspects Denok must have are brain, beauty, and behavior. This study aims to describe the experience of being a Semarang City Denok. The study was conducted qualitatively using phenomenological approach. The subjects of this study were chosen purposively. They were three people who got the first place in contest of Semarang City Denok. Data mining was done through semi-structured interviews, audio data, and interview transcripts which were analyzed with data explication techniques. The result shows the process of becoming Semarang City Denok, starting from before the person finally decided to register to the contest, the process during the contest, and after becoming a Denok. Before they decided to register, they were motivated because they wanted to be productive at a young age and also tried to prove the achievement towards the perpetrators of bullying. During the contests, the subjects gave their maximum effort to reach the goal, called goal competitiveness. The subjects received support from family and social environment. After crowned as Denok, there are changes in their careers, relationships, and family. Being Denok is also give them risk and impact, career planning, and achievements.

Keywords: phenomenological study; Semarang City Denok; beauty pageant.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sebuah perjalanan yang dilakukan secara sukarela untuk menikmati daya tarik wisata. Indonesia memiliki keunggulan dalam sektor pariwisata dan memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian. Berdasarkan Laporan Kinerja Kemenpar 2016, kontribusi pariwisata terhadap PDB Nasional di tahun 2019 sebesar 8% dengan perolehan devisa tahun 2019 sebesar 240 triliun. Sektor pariwisata Indonesia juga telah diakui dunia. Hal ini dibuktikan dengan lima belas penghargaan yang diterima Indonesia dalam ASEAN Tourism

Awards 2018 dengan kategori “ASEAN Clean Tourist City Standard Award” untuk Kota Bandung, Surabaya, dan Banyuwangi (Adinaya, 2018).

Menurut Kepala Bidang (Kabid) Industri Pariwisata (Inpar) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, Samsul Bahri Siregar, dalam Kompas.com pada 17 Juni 2019, Kota Semarang mengalami peningkatan wisatawan mancanegara sebanyak 20 persen. Kunjungan wisata pun mengalami pertumbuhan. Para wisatawan membutuhkan informasi yang tepat dan efisien dalam menikmati perjalanan wisata. Informasi akan mudah tersampaikan dengan adanya sosok yang mampu membantu dinas dalam promosi wisata. Sosok tersebut terwakilkan dari duta wisata. Duta wisata merupakan representatif daerah yang mampu membantu pemerintah dalam mempromosikan potensi wisata. Hasil penelitian Putri (2018) menyatakan bahwa duta wisata merupakan informan yang mampu memberikan penjelasan tentang daya tarik wisata dan menghasilkan kunjungan wisata, serta memperkenalkan daya tarik kota melalui media sosial, salah satunya Instagram.

Pariwisata Semarang rupanya memiliki prestasi yaitu diraihnya penghargaan ASEAN Clean Tourist City Standard 2020-2022 dalam ASEAN Tourism Forum (ATF) 2020 yang digelar di Brunei Darussalam. Selama dua tahun ke depan hingga 2022, penghargaan ini akan menjadi milik Kota Semarang. Sekaligus juga tantangan bagi pemerintah untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas bersih di kota ini.

Duta wisata Kota Semarang disebut Denok Kenang. Kontes pemilihan Denok Kenang merupakan kontes tahunan yang diadakan di Kota Semarang. Pelaksanaan kontes Denok-Kenang didukung oleh Rencana Kerja (Renja) dan Rencana Strategis (Restra) Dinas Kebudayaan Pariwisata Kota Semarang pada Urusan Pilihan Pariwisata yaitu Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata dan diarahkan pada terwujudnya Semarang Kota Wisata. Denok-Kenang merupakan *brand ambassador* bagi Kota Semarang sehingga seseorang yang memiliki gelar tersebut harus memenuhi 3B yaitu *Brain*, *Beauty*, dan *Behaviour*. Hal ini diobservasi oleh para juri melalui rangkaian kontes mulai tahap audisi, karantina, hingga final. Setelah menjadi pemenang para Denok memiliki tugas yang akan diberikan oleh dinas. Tugas yang akan dilakukan adalah mendampingi Walikota atau Kepala Dinas menjamu tamu dari luar kota hingga luar negeri.

Sasaran peserta Denok Kenang adalah pemuda-pemudi yang memiliki potensi menjadi agen perubahan untuk Kota Semarang yang lebih baik. Hal ini sejalan dengan tahapan perkembangan manusia dalam masa *emerging adulthood*, berusia 18-25 tahun (Arnet, 2000). Tahap perkembangan ini merupakan periode kehidupan yang menawarkan peluang besar untuk mengidentifikasi terkait eksplorasi dalam hal percintaan, pekerjaan, dan pandangan dunia. Menurut Santrock (2010), pada usia 18-21 tahun terjadi perubahan dalam hal fisik, biologis, psikologis-emosional, hingga sosial. Perubahan tersebut memberi dampak pada kebutuhan dalam diri.

Penelitian ini bertujuan memberi gambaran terkait pengalaman Denok Kota Semarang saat memutuskan untuk mendaftarkan diri, melalui berbagai proses hingga tugas yang diemban selama setahun menjabat sebagai duta wisata Kota Semarang. Manfaat penelitian ini memberi gambaran mendalam mengenai kepribadian dan tugas yang diemban para Denok Kota Semarang.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik purposif dengan pendekatan deskripsi fenomena individual (DFI). Subjek penelitian ini adalah tiga orang pemenang Denok Kota Semarang dengan karakteristik; perempuan berumur 18-25 tahun, memenangkan juara satu Denok Kota Semarang, menjabat sebagai duta saat masih menempuh pendidikan, individu bersedia menjadi partisipan penelitian. Pengumpulan data menggunakan metode wawancara semi terstruktur dan transkrip wawancara diolah dengan teknik eksplikasi data. Tahapan eksplikasi data yaitu memperoleh pemahaman data sebagai suatu keseluruhan; menyusun Deskripsi Fenomena Individual (DFI); mengidentifikasi episode umum setiap DFI; eksplikasi tema-tema dalam setiap episode; dan sintesis dari penjelasan tema dalam setiap episode.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis data menggunakan eksplikasi data, peneliti menemukan tiga episode yaitu episode sebelum memutuskan mendaftar kontes, episode saat mengikuti rangkaian kontes, episode setelah dinobatkan menjadi Denok. Tabel 1 merupakan rangkuman episode dan tema umum ketiga subjek.

Tabel 1.
Tema Umum

Episode	No	Tema
Sebelum memutuskan mendaftar kontes	1.	Kisah sebelum menjadi Denok
	2.	Motivasi
	3.	<i>Social learning</i>
	4.	Gambaran keluarga
	5.	<i>Knowledge</i> menjadi seorang duta
Saat mengikuti rangkaian kontes	1.	<i>Support</i>
	2.	<i>Goal competitiveness</i>
	3.	Perasaan cemas
Setelah dinobatkan menjadi Denok	1.	Perencanaan karier
	2.	Perubahan setelah menjadi Denok
	3.	Pertimbangan menerima tawaran kerja
	4.	Prestasi Setelah Menjadi Denok
	5.	Risiko menjadi Denok
	6.	Dampak menjadi Denok

Denok Kenang adalah sebuah kontes pencarian duta wisata di Kota Semarang. Pencarian duta wisata termasuk kontes kecantikan karena memiliki persyaratan dan rangkaian yang sama. Adapun persyaratan yang ditentukan dari segi usia adalah 17-25 tahun. Subjek V dan A mengikuti kontes pada usia 21 tahun dan R pada usia 20 tahun. Usia 18-25 tahun merupakan masa transisi menuju dewasa yang disebut dengan masa *emerging adulthood* (Arnett, 2000). Masa *emerging adulthood* berkaitan dengan krisis seperempat baya atau *quarter life crisis*. Fase ini terjadi pada semua individu mulai usia 20 tahun hingga 30 tahun. Individu merasa takut menghadapi masa depan, terbebani dengan rencana masa depan. Saat ini *quarter life crisis* lebih banyak dialami oleh perempuan karena adanya pergeseran tuntutan dari sekadar menikah dan membangun keluarga menjadi adanya pencapaian dalam karier, kemandirian secara finansial, serta membangun kehidupan sosial yang aktif, dan tahu apa yang diinginkan. V

berada dalam fase ini. V memikirkan pencapaian ke depan. V mengaku bahwa di usia 23 V ingin untuk memiliki penghasilan sendiri. Hal ini menjadi dorongan bagi V untuk meningkatkan *skill* agar mampu bersaing di dunia kerja kelak. Sama halnya dengan R yang ingin meningkatkan kemampuan dan berusaha ikut kegiatan yang bermanfaat untuk menambah nilai tambah untuk bersaing saat mencari pekerjaan nanti.

Saat masa *emerging adulthood*, penampilan fisik dianggap hal yang penting. Individu akan lebih dulu menyadari keadaan fisik dibanding aspek lain dalam diri. Dahulu V memiliki berat badan yang cukup besar. V merasakan bahwa semua orang menilai dari segi fisik, terutama pria. Menurut Frieda (dalam Jatman, 2000) usia 13-21 tahun menyadari penampilan fisik lebih dahulu dibanding aspek lain dalam diri. Diterima, diakui, dihargai, serta dianggap hebat oleh teman sebaya adalah kebutuhan yang dominan. Konsep diri merupakan cara seseorang memandang dirinya dan cara menilai pandangan orang mengenai dirinya. Jika orang menilai diri kurang menarik, maka individu cenderung meyakini orang lain akan menilai diri kurang menarik pula. V pernah mendapat perundungan verbal terkait berat badan. V merasa rendah diri. Hal ini mendorong V untuk menurunkan berat badan untuk kepentingan penampilan dan kesehatan. A juga pernah dalam fase berat badan yang dianggap besar. Saat kondisi berat badan yang belum proporsional, A mendapat perundungan secara verbal. Akhirnya A memutuskan untuk menurunkan berat badan agar menjadi ideal. Hal ini berkaitan dengan citra tubuh atau *body image*.

Menurut kamus psikologi (Chaplin, 2000) citra tubuh merupakan pemikiran individu mengenai bagaimana penampilan badannya dihadapan orang lain. Cash dan Pruzinsky (dalam Sari, 2019) menjelaskan bahwa *body image* adalah sikap yang dimiliki individu terhadap citra tubuh berupa penilaian positif dan negatif. Individu yang memiliki citra diri positif maka akan menilai diri secara positif dan tidak menjelek-jelekan diri, sedangkan citra tubuh negatif adalah rasa tidak puas atas penampilan tubuhnya. Individu yang memiliki citra tubuh negatif adalah individu yang tidak puas akan kondisi tubuh yang dimiliki dan menilai tubuh orang lain lebih baik dari dirinya. Ada empat dimensi *body image* menurut Rice (dalam Sari, 2019) yaitu daya tarik fisik (*physical attractiveness*), bentuk tubuh (*body type*), berat badan, dan norma perkembangan remaja.

Jika V dan A mengalami pengalaman buruk akibat perundungan, R juga sempat mengalami hal serupa yaitu perundungan secara verbal bahkan ditinggalkan oleh teman-teman. Kondisi saat itu ayah R meninggal dunia dan kondisi R tampak linglung. Teman-teman R meninggalkan R karena kondisi R yang dianggap tidak normal. R mengaku semenjak kehilangan ayah kondisi finansial keluarga meredup. Bagi R, ayah adalah kepala keluarga sekaligus pencari nafkah. Saat ini hanya ada Ibu. Kondisi ini tentu menimbulkan guncangan bagi keluarga, khususnya dalam fungsi dukungan ekonomi (Alfaruqy, 2019). R sebagai anak pertama merasa memiliki tanggung jawab menjadi 'kaki palsu' untuk menopang finansial keluarga.

Situasi tidak nyaman memunculkan motivasi bagi seseorang. Pengalaman yang dirasakan oleh ketiga subjek ternyata dorongan bagi ketiga subjek untuk menunjukkan prestasi sebagai pembuktian kepada pelaku *bullying*. Hal ini sejalan dengan penelitian Prafiranggi (2016) mengenai studi fenomenologi tentang makna berkompetisi pada peserta olimpiade sains didapatkan hasil bahwa kompetisi dapat berguna sebagai sarana pembuktian kualitas diri. Peserta yang mengikuti kompetisi selain mencari prestasi subjek juga memaknai kompetisi sebagai kesempatan untuk mencari suasana belajar baru, mengukur kemampuan diri, dan sebagai pembuktian diri. Sebelum memutuskan mendaftar, ketiga subjek memiliki *basic skill*

masing-masing yang akan diperlombakan saat rangkaian kontes. V memiliki *basic* dalam *public speaking*. Hal ini sejalan dengan pendidikan yang sedang ditempuh oleh V yaitu Jurusan Ilmu Komunikasi. Sebelum mengikuti kontes, V mengaku lebih aktif dalam kegiatan yang berkaitan dengan organisasi. Organisasi yang diikuti oleh V adalah Perhumas Muda Kota Semarang. Berbeda dengan R dan A yang memiliki keahlian dalam *modelling*. R memiliki keahlian dalam *modelling*. Kemampuan ini diturunkan dari sang ayah. R juga sempat mengikuti sekolah model untuk waktu yang singkat. R juga *freelance* model sehingga R memiliki bekal dalam hal *modelling* khususnya *catwalk*. A mengaku memiliki *basic skill* dalam *modelling* dan juga *public speaking*. A mengikuti sekolah model untuk belajar *catwalk* dan *basic modelling* lainnya. A juga bergabung dalam *management* untuk belajar *public speaking* dan pekerjaan menjadi MC. Ketiga subjek ingin mengembangkan *basic skill* yang dimiliki.

Kondisi ketiga subjek berkaitan dengan teori ERG menurut Alderfer. ERG atau *Existence, Relatedness, Growth* merupakan pengembangan teori motivasi dari Abraham Maslow. *Existence needs* berkaitan dengan kebutuhan fisik serta keamanan. *Relatedness needs* berkaitan dengan hubungan sosial, hubungan antar pribadi serta penghargaan. *Growth needs* merupakan aktualisasi diri atau keinginan untuk mengembangkan diri (Caulton, 2012). Ketiga Denok memiliki *growth need*, yang merupakan aktualisasi diri atau keinginan untuk mengembangkan diri. Berbagai pengalaman dilalui ketiga subjek mulai dari pengalaman *bullying* dan kegiatan yang mengasah kemampuan. Di luar daripada itu, keputusan mendaftar kontes terjadi setelah melalui proses *social learning* dari masing-masing sosok yang dianggap *role model* bagi mereka. V mengamati sang Adik yang lebih dulu mengikuti kontes Denok Kenang tahun 2018 dan terjadi proses *social learning*. Ada empat komponen utama dalam teori *social learning* menurut Bandura (dalam Santrock, 2010) yaitu atensi, retensi, reproduksi, dan motivasi. V memberikan atensi saat melakukan observasi kegiatan sang adik. V mengambil pelajaran bahwa kegiatan Denok Kenang merupakan hal positif. Perilaku adik V telah diamati dan perilaku sang adik direplika sesuai apa yang telah dipelajari. V termotivasi untuk melakukan kegiatan yang sama.

R adalah pengamat *pageant* atau biasa disebut *pageant lovers*. R mengikuti perjalanan para kontes kecantikan mulai dari penampilan hingga kemampuan. R memiliki idola yaitu *Miss Universe* 2018. R menilai bahwa sang idola memiliki jiwa sosial yang tinggi dan merasa bahwa seharusnya *beauty pageant* seperti itu. Sang idola memiliki organisasi bidang sosial dalam memberikan edukasi bagi anak yang kurang mampu. Hal ini menjadi dorongan bagi R bergabung komunitas Satoe Atap dan menjadi *volunteer* pengajar untuk anak kurang mampu. Hal ini R merasa nilai tambah juga bagi R saat mengikuti kontes. A juga memiliki *role model*. A mengidolakan Putri Indonesia 2013. A menilai bahwa sang idola merupakan contoh yang tepat karena memiliki kharisma. A belajar dari sosok idola menjadi sosok model yang berkharisma.

Ketiga subjek memilih kontes Denok Kenang untuk mengembangkan kemampuan. A merasa ingin keluar dari zona nyaman. Menurut White (2009) mengatakan bahwa zona nyaman merupakan keadaan saat seseorang merasa terbiasa dan nyaman karena mampu mengontrol lingkungannya. Rasa cemas dapat menjadi penyebab seseorang meninggalkan zona nyaman dan masuk zona transisi atau ketidaknyamanan yang merupakan zona kinerja optimal. A merasa *modelling* adalah zona nyaman. A membutuhkan sesuatu yang lebih menantang untuk mengasah kemampuan. Begitu pula dengan R yang sudah memiliki *basic skill* dalam *modeling*. R sudah memiliki bekal dan ingin mengembangkan. Denok Kenang dirasa tempat yang tepat untuk R berkembang. V mengembangkan kemampuan dalam hal *public speaking* dan pengetahuan dari kontes ini. Alderfer mengemukakan teori ERG atau *Existence, Relatedness,*

Growth.

Denok Kenang adalah kontes kecantikan pertama yang diikuti oleh V dan R, namun ini adalah kali kedua bagi A. A pernah kontes kecantikan seperti Puteri Indonesia dan Miss Indonesia, bahkan pernah mengikuti Denok Kenang di tahun 2015 namun belum berhasil mendapat juara. A tidak menyerah, melainkan melakukan evaluasi diri serta memperbaiki hal yang menjadi kekurangan. Santrock (2010) menggunakan istilah konsep diri mengacu pada evaluasi bidang tertentu dari diri sendiri. Penelitian Zevannya (2012) didapatkan hasil bahwa Miss Indonesia memiliki konsep diri yang positif. Hal ini dibuktikan dengan para Miss Indonesia tidak segan melakukan evaluasi diri, menyadari kesalahan dan kekurangan mereka di kemudian hari. Hasil evaluasi diri membuat A meningkatkan kemampuan dan menghasilkan sikap percaya diri. Saat mengikuti kontes di tahun 2017, A menyatakan bahwa lebih tampil optimal. Hal ini sejalan menurut Frieda (dalam Jatman, 2000) bahwa orang akan mempunyai peluang lebih untuk sukses. Sikap percaya diri akan terpancar *inner beauty*. Hal ini yang dibutuhkan saat mengikuti kontes kecantikan. Citra mantap dan penampilan penuh percaya diri. Konsep diri ditentukan banyak pengaruh antara lain peran yang dimiliki, perbandingan yang dibuat oleh individu, identitas sosial, bagaimana individu mengartikan orang lain yang menilai, dan pengalaman serta kegalan.

Subjek V dan A berusia 21 tahun saat ikut kontes dan R pada usia 20 tahun. Usia dewasa awal mulai dijalani oleh individu yang sedang berada dalam masa akhir pendidikan di universitas, memikirkan pekerjaan, dan kehidupan masa depan. Saat berpikir untuk mendaftar V dan R mulai memikirkan fase kehidupan selanjutnya setelah lulus kuliah. V merasa satu tahun lebih tua dari teman seangkatan dan memikirkan untuk memiliki suatu penghasilan sendiri di usia 23 tahun. R memikirkan bahwa ikut kegiatan Denok Kenang adalah nilai tambah R saat bersaing di dunia kerja.

Memilih jalan untuk ikut kontes kecantikan saat masih berada pada bangku perkuliahan bukanlah hal yang mudah. Saat mengambil langkah untuk mengikuti kontes kecantikan, individu harus siap mengikuti rangkaian yang diikuti dan mempersiapkan diri jika menang maka siap menerima risiko yang akan dialami. Pengambilan keputusan digunakan oleh individu ketika harus menyeleksi antarpilihan-pilihan atau mengevaluasi kesempatan-kesempatan (Steinberg, 2007). Dunia perkuliahan menuntut mahasiswa untuk baik secara akademik dan memiliki keaktifan. Saat menjadi Denok pun memiliki tanggung jawab kontrak eksklusif menjadi duta wisata Kota Semarang bahkan berkesempatan mewakili Semarang maju dalam pemilihan Mas-Mbak Jateng tiap tahunnya. Para Denok harus mampu melakukan penyesuaian atas kedua peran sebagai mahasiswa dan sebagai duta wisata.

Menurut Hurlock (2010) penyesuaian diri adalah seberapa jauh kepribadian individu berfungsi secara efisien di dalam masyarakat. Hurlock juga mengemukakan faktor yang memengaruhi penyesuaian diri individu di sekolah atau kampus, yaitu: teman-teman sebaya, guru atau dosen, serta peraturan sekolah. Ketiga subjek merasa mampu menyesuaikan diri dengan iklim di kampus karena dosen memberikan pengertian atas peran subjek sebagai mahasiswa dan juga sebagai duta wisata dengan syarat memberikan surat tugas dari pihak dinas. A merasa bisa menyesuaikan dengan peraturan yang ada di kampus. A fokus pada nilai yang baik dan tetap mengikuti praktikum dan ujian. R dan V terkadang kesulitan perizinan untuk beberapa dosen karena surat tugas dari pihak dinas diberikan melewati hari dimana subjek bertugas. V dan R merasa beberapa dosen tidak memaklumi hal tersebut.

Saat mendaftar, ketiga subjek mengikuti rangkaian kontes. Rangkaian kontes terdiri dari tahap administrasi, audisi yang berisi tes tertulis, *catwalk*, dan *interview*. Saat audisi langsung diumumkan 25 pasang yang akan masuk tahap selanjutnya. Ketiga subjek melanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu karantina dan akhirnya malam final. V merasakan ketakutan saat mengikuti rangkaian kontes. V harus melakukan *catwalk* dan hal ini adalah hal baru bagi V. Menurut Cervone (2012) seseorang merasa ketakutan (*fear*) saat konstruk baru muncul dan memasuki sistem konstruk. Ketiga subjek berusaha maksimal dalam rangkaian kontes dan tidak berfokus pada kemenangan. Hal ini sejalan dengan aspek kompetisi menurut John dan Judith (2004) yaitu aspek *goal competitiveness*. *Goal competitiveness* merupakan hasrat untuk melakukan dan memberikan usaha terbaik dalam meraih suatu tujuan tertentu.

Setiap individu butuh dukungan untuk menjalani kehidupan, begitu pula saat mengikuti kompetisi. Dukungan dapat berasal dari keluarga, kerabat, serta pasangan. Saat menjalani rangkaian kontes, ketiga subjek mendapatkan dukungan dari keluarga serta kerabat. Dukungan sosial memberi manfaat mempengaruhi kesejahteraan individu dengan mengurangi tingkat keparahan stress dari suatu peristiwa. V merasakan dukungan yang berasal dari keluarga berupa doa yang diberikan serta dukungan emosional membuat rasa cemas berkurang. Selain keluarga, V mendapat dukungan emosional dari sahabat. V mempercayai sahabat untuk berkeluh kesah serta kesulitan yang dirasakan.

Menurut Berndt dan Perry (dalam White, 2009) remaja mulai mengandalkan teman sebaya dibandingkan orang tua untuk mendapatkan kedekatan dan dukungan. Menurut Mead (2013) dukungan teman sebaya diartikan sebagai memberi serta menerima bantuan, berdasarkan pemahaman bersama, menghormati, dan saling memberdayakan orang yang beradadalam situasi yang sama melalui dukungan, persahabatan, empati, saling berbagi, dan saling memberi bantuan psikologis. Ketiga subjek merasakan *support* lainnya yaitu kehadiran keluarga serta kerabat saat malam final. Menurut penelitian Maslihah (2011) mendapat hasil bahwa dukungan sosial yang menyentuh kebutuhan emosional khususnya pengakuan akan kemampuan dan kualitas diri sehingga siswa merasa menerima penghargaan dan kasih sayang orang tua memiliki makna yang besar bagi siswa.

Para Denok sebagai duta wisata memiliki peran untuk mempromosikan pariwisata. Dalam penelitian Randa (2015) mengenai Peran Duta Wisata Dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Solok didapatkan hasil bahwa ada uni berperan dalam mempromosikan pariwisata dalam beberapa kategori yaitu *Sales promotion* (penjualan langsung), *Public relation* (hubungan masyarakat), *Word of mouth* (Informasi dari mulut ke mulut). Menurut V, Denok merupakan *ambassador* Kota Semarang. Menurut Greenwood (dalam Riadi, 2019), *ambassador* atau biasa disebut *brand ambassador* adalah individu yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan berhubungan langsung kepada masyarakat dengan harapan mereka dapat meningkatkan penjualan. Penelitian Putra (2014) mengenai pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand image* serta dampaknya terhadap keputusan pembelian didapatkan hasil bahwa *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap *brand image* dan keputusan pembelian.

Seorang Denok memiliki banyak tugas yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Sosok Denok yang dibutuhkan adalah profesionalisme serta keunggulan komparatif dan kompetitif, maka citra mantap dan percaya diri harus dimiliki oleh pemenang. A merasa mampu mengikuti tugas yang diberikan oleh pihak dinas. Perasaan akan kemampuan dalam mengerjakan suatu tugas atau pekerjaan disebut efikasi diri (*self efficacy*). Denok dalam bertugas akan berinteraksi dengan orang dari berbagai kalangan dan dibutuhkan penyesuaian sosial. Penyesuaian sosial

individu menunjukkan kemampuan individu untuk bereaksi secara efektif dan bermanfaat terhadap realitas sosial, situasi, dan hubungan sehingga tuntutan atau kebutuhan dalam kehidupan sosial terpenuhi dengan cara yang dapat diterima dan memuaskan.

Super (dalam Winkel, 2004) memiliki pandangan terkait konsep diri atau gambaran diri yang berkaitan dengan pekerjaan yang akan dilakukan dan jabatan yang akan dipegang (*vocational self concept*). Pilihan kerja menjadi proses bertahap yang dimulai sebelum masa remaja. Ada tiga periode perkembangan vokasional yaitu periode fantasi, periode tentatif, dan periode realistik. Ketiga partisipan berada dalam periode realistik. Periode realistik menjelang akhir usia 11 hingga awal 20-an tahun, saat realitas ekonomi dan praktis usia dewasa sedang memasuki masa genting dan mulai mempersempit langkah. Periode realistik terdiri beberapa tahap yaitu eksplorasi (*exploration*) yaitu mengumpulkan informasi mengenai pekerjaan yang sejalan dengan watak pribadi mereka dan tahap kristalisasi (*crystallization*) yaitu berfokus pada kategori pekerjaan umum dan eksperimen sementara sebelum akhirnya menetap pada sebuah pekerjaan.

Santrock (2010) memberi pandangan bahwa eksplorasi berbagai jalur karier adalah hal yang penting untuk perkembangan karier remaja. V masih dalam tahap eksplorasi. V mencoba beberapa jalan untuk menemukan karier yang tepat. V mencoba mengikuti organisasi Perhumas Muda Semarang, *freelance singer* di kafe atau acara *wedding*, dan bekerja dengan pihak dinas Kota Semarang. V memiliki keinginan untuk mendaftar non-ASN dan menekuni dunia *entertainment* khususnya dalam dunia tarik suara. R juga dalam tahap eksplorasi. R mencari informasi terkait karier yang akan dilalui. Saat ini R berada di bangku kuliah Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris namun hal ini tidak sesuai dengan keinginan R. R berusaha eksplorasi dengan mengikuti kegiatan Denok Kenang karena R merasa hal ini menjadi jembatan untuk mencapai keinginan untuk memperdalam Bahasa Inggris. Setelah mengikuti Denok Kenang, informasi mengenai karier R bertambah dan saat ini R merasa nyaman dalam bidang pariwisata serta ingin terus bekerja dalam bidang pariwisata. A berada dalam tahap eksplorasi dalam bidang *entertainment* dan bidang bisnis. A menilai bahwa pekerjaan di kantor bukan *passion* dari A. Sebelumnya A sudah pernah mencoba bekerja di perusahaan untuk magang selama beberapa bulan namun merasa tidak cocok. Safitri (2009) menyatakan bahwa usia 18-21 cenderung melakukan pekerjaan atau kegiatan sesuai minat dan kemampuan, serta telah mampu memikirkan dan merencanakan karier berdasar minat, kemampuan dan nilai yang ingin diperjuangkan. Ketiga subjek memiliki minat serta kemampuan dalam bidang *entertainment*. V menjadi penyanyi di berbagai acara, R dan A dalam *modelling* dan pariwisata. Prestasi ketiga subjek tidak hanya berhenti sampai Juara 1 Denok Kota Semarang. Ketiga subjek melanjutkan kompetisi ke jenjang yang lebih tinggi. V dan R menjadi perwakilan Kota Semarang untuk mengikuti kontes kecantikan di tingkat provinsi yaitu Mas-Mbak Jawa Tengah. V meraih penghargaan Mbak Penampilan Terbaik Jawa Tengah 2017 dan R meraih penghargaan Mbak Harapan 1 Jawa Tengah 2018. A menjadi perwakilan Jawa Tengah dalam kontes kecantikan tingkat nasional yaitu Putri Pariwisata Indonesia. A mendapat prestasi *Runner Up 4* Putri Pariwisata Indonesia 2017.

KESIMPULAN

Duta wisata Kota Semarang disebut Denok Kenang. Kontes pemilihan Denok Kenang merupakan kontes tahunan yang diadakan di Kota Semarang. proses menjadi Denok Kota Semarang mulai dari sebelum memutuskan untuk mendaftar, saat mengikuti rangkaian kontes, dan setelah menjadi Denok. Sebelum memutuskan untuk mendaftar ketiga subjek termotivasi karena ingin produktif di usia muda serta pembuktian prestasi kepada pelaku *bullying*. Saat

mengikuti rangkaian kontes ketiga subjek memberikan usaha maksimal untuk mencapai tujuan atau disebut *goal competitiveness*. Subjek mendapat dukungan dari keluarga serta lingkungan sosial. Setelah dinobatkan sebagai Denok terjadi perubahan dalam segi karier, relasi, dampak terhadap keluarga, risiko menjadi Denok, dampak menjadi Denok, perencanaan karier, serta prestasi yang diraih.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I. (2006). *Studi tubuh, nalar dan masyarakat: Perspektif antropologi*. Tici Press.
- Adinaya, G. B. (2018). Membanggakan, inilah prestasi pariwisata Indonesia di kancah dunia. *National Geographic*.
<https://nationalgeographic.grid.id/read/13936310/membanggakan-inilah-prestasi-pariwisata-indonesia-di-kancah-dunia>
- Alfaruqy, M.Z. (2018). Kelurga, dalam perspektif psikologi. In E.S. Indrawati & M.Z. Alfauqy (eds.), *Pemberdayaan keluarga dalam perspektif psikologi* (pp.3-19). Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.
- Alvarez, G.M. (2008). Career maturity: A priority for secondary education. *Journal of Researching Educational Psychology*, 6(3), 749-772.
- Amundson, N.E., Bowsbey, J.H., & Niles, S.G. (2016). *Elemen elemen penting dalam konseling karier: Berbagai proses dan teknik*. Pustaka Belajar.
- Aqsa, M. (2017). Pengaruh kredibilitas perusahaan dan public figure dalam periklanan online Terhadap Sikap Konsumen. *Jurnal Balance*, 15(1).
- Arnett, J.J. F. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(2), 469-480. <https://doi.org/10.1037/003-066X.55.5.469>
- Azwar, S. (2013). *Metode penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Baron, R.A. dan Byrne, D. (2005). *Psikologi sosial*. Erlangga.
- Barudin, I.A.F. dan Diana I. (2017). *Kajian data pasar wisatawan nusantara*. Kemenpar.
- Bappeda Kota Semarang. (2017). *Perubahan rencana strategis badan perencanaan pembangunan daerah Kota Semarang*. <https://bappeda.semarangkota.go.id/>
- Berk, L.E. (2012). *Development through the lifespan*. Pustaka Pelajar.
- Caulton, J.R. (2012). The development and use of the theory of ERG: A literature review. *Emerging Leadership Journeys*, 5(1), 2-8.
- Cervone, D. (2012). *Kepribadian: Teori dan penelitian*. Salemba Humanika.
- Chaplin, J. P. (2009). *Psychological dictionary: kamus lengkap psikologi*. Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. PT Pustaka Pelajar.
- Dickerson, V.C. (2004). Young women struggling for an identity. *Journal of Family Process*, 43(3), 337-348. <https://doi.org/10.1111/j.1545-5300.2004.00026.x>
- Fajarini, A.I. dan M. Ali H. (2014). Kontroversi miss Indonesia tahun 1982–1984. *E-Journal Pendidikan Sejarah* 2(3), 488-498.
- Gustav, R. (2019). Denok kenang 2019 Kota Semarang telah dipilih, inilah nama-nama pemenangnya. *Tribunnews*. <https://jateng.tribunnews.com/2019/04/30/denok-kenang-2019-kota-semarang-telah-dipilih-inilah-nama-nama-pemenangnya>
- Jatman, D. (2000). *Psikologi perkembangan*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- John, M. T. & M. H Judith. (2004). The effect of cooperation and competition on intrinsic motivation and performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(6), 849-861. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.86.6.849>
- Haniy, S.U. (2017). Memahami kontes kecantikan yang penuh kontroversi. *Rappler*.

- <https://www.rappler.com/indonesia/gaya-hidup/185581-kontroversi-dunia-pageant-konteskecantikan>
- Hurlock, E. (2010). *Perkembangan anak*. Erlangga.
- Hurlock, E. (2011). *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Erlangga.
- Kartika, D.L. (2019). Target 7,2 wisatawan, Iin : Optimis bisa terpenuhi mengingat ada momen natal dan tahun baru. *Tribunnews*. <https://jateng.tribunnews.com/2019/12/18/target-72-juta-wisatawan-iin-optimis-bisa-terpenuhi-mengingat-ada-momen-natal-dan-tahun-baru>
- Kartono, I. (2014). Jurnal tugas akhir faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *make-up* pada perempuan emerging adulthood. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 3(1), 1–10.
- Kementerian Pariwisata. (2019). Data kunjungan wisatawan mancanegara bulanan tahun 2019. *Kemenpar*. <http://www.kemenpar.go.id/post/data-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulanan-tahun-2019>
- La Kahija, Y.F . (2017). *Penelitian fenomenologis: Jalan memahami pengalaman hidup*. PT Kanisius.
- Lyons, S. D., Zane L.B. (2012). *Social learning theory. Encyclopedia of the science of learning*. https://www.researchgate.net/publication/267750204_Bandura's_Social_Learning_Theory_Social_Cognitive_Learning_Theory
- Mariana, H. (2019). Jumlah wisatawan di Kota Semarang meningkat hingga 3,2 juta. *Kompas*. <https://regional.kompas.com/read/2019/06/17/14225711/jumlah-wisatawan-di-kota-semarang-meningkat-hingga-32-juta?page=all>
- Maslihah, S. (2011). Studi tentang hubungan dukungan sosial, penyesuaian sosial di lingkungan sekolah dan prestasi akademik siswa Smpit 10 Assyfa Boarding School Subang Jawa Barat. *Jurnal Psikologi Undip*, 10(2), 103-114. <https://doi.org/10.14710/jpu.10.2.103-114>
- Mead, S. (2013). Peer support: A theoretical perspective literatur review. *Psychiatric Rehabilitation Journal*, 25(2),13-41. <https://doi.org/10.1037/h0095032>
- McClelland, D. (2008). David McClelland's motivational needs theory. *NetMBA.com*. <http://www.netmba.com/mgmt/ob/motivation/mcclelland/>
- Moleong, L. (2007). *Metode penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nanda,V.D, Yoyon S., Ari P.(2017). Konsep diri duta wisata kakang mbakayu [Skripsi, Universitas Brawijaya]. Eprints Universitas Brawijaya. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/120540>
- Poerwandari, E. K. (2001). *Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia*. Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3) Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Prafiranggi, D. (2016). Studi fenomenologi tentang makna berkompetisi pada peserta olimpiade sains. *Jurnal Empati*, 5(3), 458-460.
- Pratiwi, R.Z.B. (2018). Perempuan dan kontes kecantikan (analisis mengenai konstruksi citra dalam bingkai komodifikasi). *Ejournal Unisnu*, 10(2), 134-143.
- Puspita, S.A.L. dan I Made Rustika (2018). Peran self regulated learning dan konsep diri terhadap prestasi akademik mahasiswa remaja akhir Fakultas Kedokteran Universitas Udayana yang pernah menjadi finalis Bali pageants. *Jurnal Psikologi Udayana*, 5(1), 1-11. <https://doi.org/10.24843/JPU.2018.v05.i01.p01>
- Putri, A.T.K. (2019). *Peran duta wisata dalam mempromosikan kepariwisataan di Kota Samarinda (Studi kasus duta wisata kota samarinda tahun 2018)* [Skripsi, Universitas Mulawarman]. Eprints Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Mulawarman. <https://www.portal.fisip-unmul.ac.id/site/?p=8963>

- Putra, M.I. & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh brand ambassador terhadap brand image serta dampaknya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1), 1-10.
- Rakhmat, J.(2007). *Psikologi komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Redaksi Bali Tribun. (2018). Grand final jegeg-bagus duta pariwisata dan budaya bali tahun 2018, Gubernur Pastika harap lahir generasi muda yang kreatif dan inovatif. *Bali Tribune*. <https://balitribune.co.id/content/grand-final-pemilihan-jegeg-bagus-duta-pariwisata-dan-budaya-bali-tahun-2018-gubernur>
- Renoati, W.I. (2006). *Hubungan antara penghayatan nilai nrima ing pandum dengan semangat berkompetisi karyawan* [Skripsi, Universitas Gajah Mada].
- Santoso, S.W. (2011). Keterlibatan, keberhargaan, dan kompetensi sosial sebagai prediktor kompetisi pada remaja. *Jurnal Psikologi*, 38(1), 52-60. <https://doi.org/10.22146/jpsi.7664>
- Santrock, J.W. (2010). *Adolescence: perkembangan remaja*. Erlangga.
- Sari, U.S.C. (2019). *Body image*. Sahabat Alter Indonesia.
- Satu Data Kota Semarang. (2017). *Kebudayaan dan pariwisata*. <http://satudata.semarangkota.go.id/>
- Slavin, R.E. (2011). *Psikologi pendidikan: Teori dan praktik*. Puri Media.
- Soerjono, S. (2006). *Sosiologi suatu pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Steinberg, L.D. (2007). *Adolescence*. McGraw-Hill Higher Education.
- Subandi, M.A. (2009). *Psikologi dzikir: Studi fenomenologi dzikir tawakkal. pengalaman transformasi religius*. Pustaka Pelajar dan Fakultas Psikologi UGM.
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Alfabeta.
- Tri, R. (2019). Wishnutama incar investasi langsung dari aplikator asing. *Tempo*. <https://bisnis.tempo.co/read/1282658/wishnutama-incar-investasi-langsung-dari-aplikator-asing>
- Walgito, B. (2010). *Psikologi sosial (suatu pengantar)*. Andi Offset.
- Widjaja, A.M. (2010). Hubungan antara efikasi diri dengan kematangan karier pada remaja [Skripsi, Unika Soegijapranata]. Eprints Unika Soegijapranata. <http://repository.unika.ac.id/5551/>
- Winkel, W.S., & Hastuti, Sri. (2006). *Bimbingan dan konseling di institusi pendidikan*. Media Abadi.
- White, A. (2009). *From comfort zone to performance management: Understanding Development & Performance*. Belgium L White & MacLean Publishing.
- Wongso, K. (2014). Duta wisata: Who and how? *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/kristianwg/54f837a9a3331163648b4c03/duta-wisata-who-and-how>