



Analisis Bibliometrik Untuk Menganalisis Keterkaitan Psikologi Dalam Pariwisata

Kiki Rizki Makiya* , Hendi Prasetyo, Amin Kiswanto, Fitria Noviati

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta, Indonesia

*kikirizkimakiya@stipram.ac.id

Abstract

The relevance of the field of psychology in the tourism sector has become the focus of research by researchers. This study aims to analyze the development of psychology research in the field of tourism using a bibliometric approach. The data used are articles published from various sources from 2018 to 2022 with the theme of tourism psychology. Data collection and analysis were carried out using the Publish or Perish (PoP) application with the Google Scholar database. The research data was analyzed using the VoS Viewer application. The results of the analysis show that in the 2018–2022 period, there were 441 published articles regarding the interrelationship of psychology and tourism. The total citations for these articles reached 1649. The most cited articles were those written by Jiang, et al. in 2019, with a total of 200 citations. Data mapping based on co-word analysis revealed that there were 12 clusters that formed research groups with interrelated topics. In addition, the grouping based on co-author analysis shows that there are four clusters that reflect the collaboration between authors in this research field. Thus, this study provides an overview of the development of psychology research in the field of tourism using bibliometric analysis. From several existing research topics, future research can be carried out, such as the topic of tourism psychology related to social media, tourism psychology related to the content, psychologically what underlies people's desire to travel religiously, and topics related to innovation in tourism psychology. This information can be the basis for understanding research trends, collaborations between researchers, and research topics that are most relevant in relation to the psychology of tourism.

Keywords: Psychology; Tourism; Bibliometrics; Publish or Perish; VoS Viewer

Abstrak

Keterkaitan bidang ilmu psikologi dalam sektor pariwisata telah menjadi fokus penelitian oleh para peneliti. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan penelitian psikologi dalam bidang pariwisata menggunakan pendekatan bibliometrik. Data yang digunakan adalah artikel yang dipublikasi dari berbagai sumber dari tahun 2018 hingga 2022 dengan tema psikologi pariwisata. Pengumpulan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan aplikasi Publish or Perish (PoP) dengan basis data *Google Scholar*. Data penelitian dianalisis menggunakan bantuan aplikasi *VoS Viewer*. Hasil analisis menunjukkan bahwa dalam rentang waktu 2018-2022, terdapat 441 artikel yang dipublikasikan mengenai keterkaitan psikologi dalam pariwisata. Total sitasi untuk artikel-artikel tersebut mencapai 1649. Artikel yang paling banyak disitasi adalah artikel yang ditulis oleh Jiang, et al. pada tahun 2019, dengan jumlah sitasi sebanyak 200. Pemetaan data berdasarkan *co-word analysis* mengungkapkan adanya 12 klaster yang membentuk kelompok-kelompok penelitian dengan topik yang saling terkait. Selain itu, pengelompokan berdasarkan *co-author analysis* menunjukkan adanya 4 klaster yang mencerminkan kolaborasi antara penulis dalam bidang penelitian ini. Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran mengenai perkembangan penelitian psikologi dalam

bidang pariwisata dengan menggunakan analisis bibliometrik. Dari beberapa topik penelitian yang ada, dapat dilakukan penelitian yang akan datang seperti topik *tourism psychology* dikaitkan dengan social media, *tourism psychology* dikaitkan dengan content, secara psikologi apa yang mendasari orang berwisata religi, dan topik yang terkait inovasi dalam psikologi pariwisata. Informasi ini dapat menjadi dasar untuk memahami tren penelitian, kolaborasi antara peneliti, dan topik-topik penelitian yang paling relevan dalam kaitannya dengan psikologi pariwisata.

Kata Kunci: Psikologi; Pariwisata; Bibliometrik; Publish or Perish; VoS Viewer

Pendahuluan

Psikologi pariwisata berasal dari pemahaman bahwa pengalaman wisata dapat mempengaruhi kesejahteraan psikologis manusia. Psikologi pariwisata berfokus pada hubungan antara manusia dan lingkungan wisata, dan bagaimana pengalaman wisata dapat mempengaruhi emosi, perilaku, dan kesejahteraan psikologis manusia. Studi awal tentang psikologi pariwisata dimulai pada tahun 1970-an, ketika para peneliti mulai mempelajari dampak wisata terhadap lingkungan dan masyarakat setempat. Namun, baru pada tahun 1990-an, psikologi pariwisata mulai menjadi bidang penelitian yang lebih terfokus pada pengalaman wisatawan.

Dalam beberapa dekade terakhir, psikologi pariwisata telah berkembang pesat, karena industri pariwisata semakin penting bagi ekonomi global. Pemerintah dan organisasi pariwisata mulai memperhatikan pentingnya memahami psikologi wisatawan dan dampak pariwisata terhadap masyarakat dan lingkungan. Seiring dengan perkembangan teknologi dan kemajuan media sosial, pengaruh psikologi pariwisata semakin penting dalam pengembangan destinasi wisata dan pemasaran pariwisata. Pengetahuan tentang psikologi pariwisata dapat membantu industri pariwisata untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih memuaskan dan menjaga keberlanjutan lingkungan serta masyarakat setempat. Filep & Laing (2019) dalam penelitiannya juga membahas tentang keterkaitan psikologi dalam pariwisata, terutama dalam kajian humanistik.

Ilmu psikologi diartikan sebagai ilmu yang mempelajari segala hal tentang manusia dalam aspek kognitif, afektif dan konatif (Barnes, 2021). Ilmu psikologi banyak dikaitkan dalam topik-topik penelitian pariwisata, seperti tentang perilaku wisatawan, motivasi, kepribadian, sikap wisatawan, kebahagiaan, kesejahteraan dan sebagainya (Kumar Asst Professor & Jyoti Eduversity, 2016; Tse & Tung, 2022; Vada et al., 2020; Yao et al., 2021).

Psikologi berkonsentrasi pada bagaimana menyembuhkan luka dengan penekanan utama pada patologi daripada bertujuan membantu orang berkembang Psikologi mempelajari perilaku klien, pengalaman dan hubungan mereka. Psikologi sosial kemudian berurusan dengan individu yang dipengaruhi oleh sekelompok orang, sedangkan psikologi lingkungan „mempertimbangkan pengaruh pengaturan fisik pada perilaku manusia. Dalam pariwisata, temuan psikologi lingkungan dan sosial digunakan untuk memahami perilaku, sikap, dan motivasi wisatawan. Tetapi tidak hanya itu, karena lebih banyak penekanan diberikan pada “topik kognisi luas yang mengacu pada pemikiran manusia dan pemrosesan informasi, yang menyediakan alat konseptual penting untuk penelitian dan analisis pariwisata (Šimková, 2014).

Pariwisata adalah cara untuk meningkatkan kehidupan (Filep, 2016; Filep & Laing, 2019) dan bagi (Vada et al., 2020; Wang et al., 2022) itu adalah kegiatan yang terkait erat dengan kesejahteraan, yang pada gilirannya adalah pencarian kualitas kehidupan rekreasi yang lebih baik ketika kebutuhan dasar orang terpenuhi. Pariwisata seringkali mengkaitkan

teori psikologi yang dikaitkan dalam konteks penelitian pariwisata, seperti tentang motivasi wisatawan (Sinambela, 2021; Soldatenko & Backer, 2019; Yao et al., 2021), interaksi antara tuan rumah (*host*) and tamu/wisatawan (*guest*) (Tse & Tung, 2022), Pengalaman yang tidak terlupakan (Hosany et al., 2022; Wei et al., 2019), loyalitas wisatawan sebagai pelanggan (Kanwel et al., 2019; Suhartanto et al., 2020; H. Zhang et al., 2014; T. Zhang et al., 2019), kepuasan dan kesejahteraan (Wang et al., 2022).

Meskipun studi terbaru menunjukkan pentingnya kebaruan dalam membentuk pengalaman dari emosi yang positif dalam pariwisata (Bastiaansen et al., 2019) dan pengalaman yang tidak terlupakan (Hosany et al., 2022; Wei et al., 2019), namun, masih terdapat kekurangan tentang teori mengenai hubungan antara kebaruan, emosi dan ingatan terhadap pengalaman wisata (Skavronskaya et al., 2020).

Psikologi dan Pariwisata memiliki keterkaitan yang erat karena kedua bidang tersebut berhubungan dengan pengalaman manusia dan pengaruhnya terhadap kesejahteraan psikologis. Berikut ini adalah beberapa contoh keterkaitan antara psikologi dan pariwisata:

1. Motivasi wisatawan: Psikologi dapat membantu menjelaskan alasan mengapa orang bepergian ke suatu tempat. Misalnya, seseorang mungkin bepergian untuk mencari ketenangan atau kegembiraan, dan psikologi dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan.
2. Pemanfaatan sumber daya: Pariwisata dapat memiliki dampak yang signifikan pada lingkungan dan masyarakat setempat. Psikologi dapat membantu mengidentifikasi bagaimana manusia bereaksi terhadap pengalaman wisata dan bagaimana mengelola dampak negatifnya.
3. Pengalaman wisata: Psikologi dapat membantu menjelaskan bagaimana pengalaman wisatawan dapat mempengaruhi kesejahteraan mereka. Misalnya, studi psikologi telah menunjukkan bahwa pengalaman positif dapat meningkatkan kesehatan mental dan fisik, sementara pengalaman negatif dapat berdampak buruk pada kesejahteraan psikologis.
4. Perilaku konsumen: Psikologi juga dapat membantu menjelaskan perilaku konsumen dalam industri pariwisata. Misalnya, mengapa seseorang memilih untuk membeli souvenir atau menginap di hotel tertentu. Pemahaman tentang perilaku konsumen dapat membantu industri pariwisata untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan menarik lebih banyak pengunjung.

Dalam kesimpulannya, psikologi dapat membantu untuk memahami bagaimana pengalaman wisata dapat mempengaruhi kesejahteraan psikologis manusia dan industri pariwisata secara keseluruhan. Dalam praktiknya, pengetahuan psikologi dapat membantu industri pariwisata untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan mengelola dampak negatifnya pada lingkungan dan masyarakat setempat. Keterkaitan psikologi dan pariwisata juga mencakup analisis tentang bagaimana kebutuhan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Teori kebutuhan wisatawan adalah teori yang menjelaskan bahwa motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan didasarkan pada kebutuhan yang mereka miliki. Teori ini memandang perjalanan sebagai suatu cara untuk memenuhi kebutuhan sosial, psikologis, dan fisik wisatawan. Kebutuhan berwisata dapat dikategorikan berdasarkan tiga teori dasar kebutuhan manusia, yaitu kebutuhan fisik, kebutuhan psikologis dan kebutuhan sosial.

Kebutuhan fisik meliputi kebutuhan dasar seperti makanan, minuman, dan tempat beristirahat. Wisatawan akan melakukan perjalanan untuk mencari tempat-tempat yang dapat memenuhi kebutuhan fisik mereka, seperti tempat makan dan akomodasi. Kebutuhan psikologis meliputi kebutuhan akan pengakuan, prestise, keamanan, kebebasan, dan pencapaian. Wisatawan dapat melakukan perjalanan untuk memenuhi

kebutuhan psikologis mereka, seperti mencari pengalaman yang dapat meningkatkan kepercayaan diri, mengurangi stres, atau merasa bahagia. Kebutuhan sosial meliputi kebutuhan akan hubungan sosial dan interaksi dengan orang lain. Wisatawan dapat melakukan perjalanan untuk memenuhi kebutuhan sosial mereka, seperti mencari pengalaman yang dapat meningkatkan ikatan keluarga atau persahabatan.

Teori kebutuhan wisatawan juga mengasumsikan bahwa kebutuhan ini memiliki tingkat prioritas yang berbeda-beda pada setiap individu. Sebagai contoh, seorang wisatawan yang mengalami tekanan pekerjaan yang berat mungkin memiliki kebutuhan yang lebih tinggi untuk mencari pengalaman relaksasi dan ketenangan dibandingkan dengan wisatawan yang tidak mengalami tekanan pekerjaan yang sama (Hikmah et al., 2022). Dengan memahami teori kebutuhan wisatawan, industri pariwisata dapat merancang program wisata dan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan secara efektif. Pemahaman tentang kebutuhan wisatawan juga dapat membantu industri pariwisata untuk mengembangkan produk dan program wisata yang lebih menarik dan memenuhi kebutuhan pasar yang berbeda.

Mempelajari psikologi pariwisata memiliki kepentingan yang penting bagi berbagai pihak, termasuk wisatawan, industri pariwisata, dan masyarakat setempat. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai kepentingan mempelajari psikologi pariwisata diantaranya adalah menyediakan pengalaman wisata yang lebih memuaskan, Meningkatkan efektivitas pemasaran pariwisata, mengenali emosi dan kebutuhan wisatawan, juga dapat membuka peluang bisnis baru. Dengan memahami psikologi wisatawan, industri pariwisata dapat merancang program dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi wisatawan. Hal ini dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisata yang diterima oleh wisatawan, sehingga mereka lebih puas dan mungkin kembali lagi di masa depan.

Psikologi pariwisata dapat membantu industri pariwisata untuk memahami preferensi dan kebutuhan pasar wisatawan. Dengan memahami apa yang dicari oleh wisatawan dalam pengalaman wisata mereka, industri pariwisata dapat mengembangkan program dan layanan yang lebih menarik bagi wisatawan dan memasarkan destinasi pariwisata dengan lebih efektif. Dengan memahami psikologi wisatawan, industri pariwisata dapat menginovasi produk dan layanan yang sesuai dengan permintaan dan kebutuhan pasar wisatawan. Hal ini dapat membuka peluang bisnis baru bagi pengusaha dan membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal. Dalam keseluruhan, mempelajari psikologi pariwisata penting untuk mengembangkan industri pariwisata yang berkelanjutan dan menghasilkan pengalaman wisata yang lebih memuaskan bagi wisatawan, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat setempat. Oleh karena itu, dengan menggunakan bantuan analisis Bibliometrik, artikel ini menganalisis tentang keterkaitan penelitian psikologi dan pariwisata serta topik-topik apa yang belum di kaji atau di teliti yang dapat dikaitkan dengan psikologi pariwisata melalui bantuan VosS Viewer.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif deskriptif, dengan analisis bibliometrik. Metode ini banyak digunakan dalam penelitian kuantitatif, jurnal maupun buku dalam berbagai disiplin ilmu (Heersmink et al., 2011). Analisis bibliometrik adalah metode yang digunakan untuk mempelajari perubahan dalam pengembangan penelitian, terutama dalam hal topik penelitian dan penulis yang terkait, dengan mengacu pada konsep disiplin ilmu yang sedang diteliti (Donthu et al., 2021). Penelitian ini menggunakan data publikasi berbasis *google scholar* di *Publish or Perish (PoP)*. Pengumpulan data ditelusuri dengan menggunakan kata kunci “psikologi pariwisata”

dalam kurun waktu 2018-2022. Hasil pengumpulan data kemudian dilakukan analisis menggunakan VOSviewer. VOSviewer adalah sebuah perangkat lunak yang memfasilitasi analisis dan visualisasi pola hubungan dalam data bibliografis. Untuk melakukan analisis data, artikel ini mengadopsi metode analisis bibliometrik yang terdiri dari lima tahap, yaitu: Penentuan kata kunci yang dicari, hasil pencarian awal, perbaikan hasil pencarian, kompilasi statistik data awal, dan analisis data.

1. Penentuan kata kunci. Pada tahap ini dilakukan proses mengumpulkan dan memilih sumber data bibliografis yang relevan sesuai dengan kata kunci dengan tujuan untuk menemukan keterkaitan psikologi dalam pariwisata. Kata kunci yang digunakan dalam penelitian ini adalah *tourism psychology*. Kata kunci tersebut tidak terbatas pada artikel yang diterbitkan oleh akademisi dari Indonesia tetapi di seluruh dunia. Dengan menggunakan software Publish or Perish (PoP) dengan data base Google Scholar (GS). Software Publish or Perish dipilih karena saat ini terbukti cepat, tepat, akurat, dan alat yang kuat untuk menemukan artikel yang cocok dengan kata kunci. Selain itu, Google Scholar dipilih karena memang demikian saat ini database ilmiah terbesar di dunia dan dapat diakses dengan mudah.
2. Hasil pencarian awal. Pada tahap ini dilakukan ekstraksi informasi yaitu melakukan ekstrak informasi yang penting dari data bibliografis untuk digunakan dalam melakukan analisis keterkaitan antar entitas. Hasil pencarian awal dibatasi selama 5 tahun yaitu 2018-2022, dan jumlah artikel dengan kata kunci muncul hingga 441 artikel yang meliputi jurnal ilmiah, artikel konferensi, dan bab dalam buku. Hasil pencarian dari software Publish or Perish disimpan di Research Information System (RIS) format untuk memasukkan semua informasi artikel penting seperti penulis, judul artikel, tahun publikasi, nama publikasi, penerbit, kutipan, rata-rata kutipan tahunan, dan rating.
3. Peningkatan hasil pencarian. Pada tahap ini dilakukan pembentukan jaringan yaitu membentuk jaringan (jejaring) untuk menggambarkan keterkaitan antara entitas bibliografis berdasarkan data yang telah di ekstraksi. Berdasarkan hasil pencarian awal diperoleh sebanyak 441 artikel yang bersumber dari database Google Scholar kemudian difilter melalui data artikel dari jurnal ilmiah, prosiding konferensi, buku, majalah, laporan teknis, dan bab dalam buku yang sesuai. Akhirnya diperoleh 93 artikel jurnal yang sesuai. selanjutnya, perbaikan data disimpan dalam bentuk file RIS.
4. Penyusunan statistik data awal. Pada tahap ini dilakukan analisis dan visualisasi data yaitu proses analisis jaringan (jejaring) untuk mengidentifikasi pola, kluster, atau entitas yang signifikan serta melakukan visualisasi hasil analisis dalam bentuk peta (jejaring) agar lebih mudah dipahami. Data yang telah dimutakhirkan dan disaring di atas kemudian diperiksa lagi kelengkapannya komponen artikel jurnal yang meliputi tahun terbit, volume, nomor/edisi, dan halaman.
5. Analisis data. Tahap analisis data ini dilakukan interpretasi hasil yaitu melakukan interpretasi pada hasil analisis dan visualisasi untuk memperoleh wawasan, pemahaman, serta kebaruan informasi keterkaitan psikologi dalam pariwisata. Pengumpulan data kepustakaan dalam penelitian ini menggunakan software Publish or Perish. Namun, untuk analisis dan visualisasi jaringan bibliometrik, digunakan perangkat lunak Vos Viewer. Software vos viewer digunakan karena kemampuannya untuk secara efektif menggunakan kumpulan data dari Google Scholar dan dapat memberikan hasil analitik yang cepat dan tepat dan visualisasi dua dimensi yang menarik. Vios Viewer juga dapat membuat peta publikasi, penulis peta, dan peta jurnal berdasarkan jaringan kutipan bersama atau buat peta kata kunci berdasarkan jaringan.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan penelusuran informasi terkait publikasi psikologi pariwisata dengan kata kunci “Psikologi Pariwisata” dengan menggunakan databased *google scholar* tahun 2018-2022 (01 Januari 2018-27 September 2022) menggunakan Publish or Perish, diperoleh hasil sebagai berikut:

Citation metrics		Help
Publication years:	2018-2022	
Citation years:	4 (2018-2022)	
Papers:	441	
Citations:	1649	
Cites/year:	412.25	
Cites/paper:	3.74	
Authors/paper:	2.23	
h-index:	20	
g-index:	33	
hI,norm:	11	
hI,annual:	2.75	
hA-index:	14	
Papers with ACC >= 1,2,5,10,20:	137,97,49,22,5	

Gambar 1. Analisis Data Publish or Perish
(Sumber: Publish or Perish, 2022)

Berdasarkan hasil pencarian informasi terkait publikasi psikologi pariwisata tahun 2018-2022 seperti yang tertera pada gambar 1, menjelaskan bahwa publikasi terkait publikasi psikologi pariwisata tahun 2018-2022 (4 tahun), jumlah artikel yang telah dipublikasi sebanyak 441 total sitasi sebanyak 1649 dengan sitasi pertahun sebanyak 412.25. Setiap artikel disitasi sebesar 3.74 dengan hi-index sebesar 20.

1. Publikasi dan Citasi

Dari keseluruhan jumlah artikel yang berkaitan dengan tema pencarian, terdapat 10 artikel yang paling banyak di sitasi oleh penulis lainnya, Data 10 artikel teratas yang paling banyak di sitasi ditunjukkan pada table 1. Artikel dengan judul “*Bibliometric Visualisation: An application in tourism crisis and disaster management research*” menjadi artikel teratas dengan jumlah 200 sitasi. Hasil penelusuran data berdasarkan artikel yang paling banyak di sitasi, diperoleh bawah artikel dengan judul *Bibliometric visualisation: An application in tourism crisis and disaster management research* yang ditulis oleh Jiang et al., adalah yang paling banyak di sitasi dengan jumlah 200 sitasi. Artikel kedua yang paling banyak disitasi adalah artikel yang membahas tentang tren dalam pariwisata dan psikologi positif, yang ditulis oleh Filep dan Laing, sebanyak 92 sitasi.

Tabel 1. 10 Artikel Teratas yang Banyak di Sitasi

Penulis	Judul	Jumlah Citasi	Tahun	Sumber	Penerbit
Y Jiang, BW Ritchie, P Benckendorff	<i>Bibliometric visualization: An application in tourism crisis and disaster management research</i>	200	2019	<i>Current Issues in Tourism</i>	Taylor & Francis
S Filep, J Laing	<i>Trends and Directions in Tourism and positive psychology</i>	92	2019	<i>Journal of Travel Research</i>	journals.sagepub.com

GI Crouch, G Del Chiappa, RR Perdue	<i>International convention tourism: A choice modeling experiment of host city competition</i>	51	2019	<i>Tourism Management</i>	Elsevier
F Kock, A Josiassen, AG Assaf	<i>On the origin of tourist behavior</i>	48	2018	<i>Annals of Tourism Research</i>	research. cbs.dk
D Iliev	<i>Consumption, motivation, and experience in dark tourism: a conceptual and critical analysis</i>	48	2021	<i>Tourism Geographies</i>	Taylor & Francis
WT Fang, CY Lien, YW Huang, G Han, GS Shyu	<i>Environmental Literacy on ecotourism: A Study on student knowledge, attitude, and behavioral intentions in China and Taiwan</i>	44	2018	<i>Sustainability</i>	mdpi.com
H Kang	<i>Impact of VR on the impulsive desire for a Destination</i>	40	2020	<i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>	Elsevier
C Zheng, J Zhang, L Qian, C Jurowski...	<i>The inner struggle of visiting 'dark tourism'sites: Examining the relationship between perceived constraints and motivations</i>	39	2018	<i>Current Issues in ...</i>	Taylor & Francis
S Garcês, M Pocinho, SN Jesus...	<i>Positive psychology & tourism: A systematic literature review</i>	37	2018	<i>Tourism & Management</i>	tmstudies.n et
J Mehran, HGT Olya	<i>Canal boat tourism: Application of complexity theory</i>	33	2020	<i>Journal of Retailing and Consumer Services</i>	Elsevier

(Sumber: Publish or Perish, 2022)

2. Visualisasi Topik Penelitian yang di Analisis Menggunakan VOS Viewer berdasarkan Kata Kunci

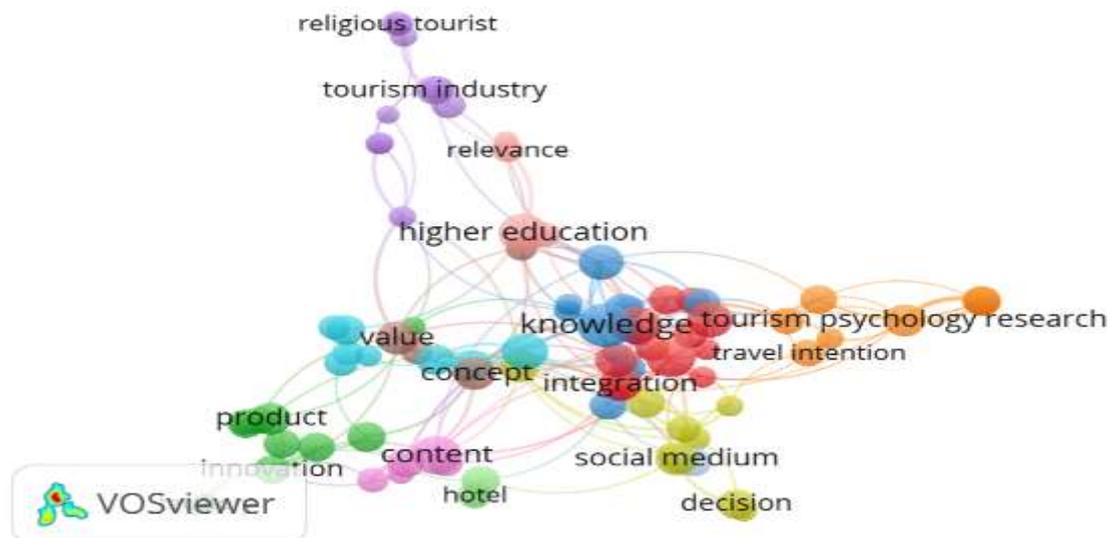
Analisis data berdasarkan kata kunci, peta perkembangan publikasi penelitian dalam bidang psikologi pariwisata dengan menggunakan databased Google Scholar, untuk tahun 2018-2022, menghasilkan 12 kluster, dengan jumlah elemen yang berbeda pada masing-masing kluster. Pada kluster pertama terdapat 13 elemen dengan tema *Change, Characteristic, Cognitive psychology, Complexity, Cultural Tourism, Evaluation, Integration, Psychological Perspective, Review, Tourism Management, Tourism Marketing, Tourism research, Tourism behavior*. Sebanyak 12 elemen muncul pada kluster kedua, yaitu *Authenticity, Communication, Entertainment, Government, Health tourism, Information, Innovation, Object, Product, Sustainable development, Sustainable tourism, Territory*. Elemen pada kedua kluster tersebut menunjukkan bahwa banyak keterkaitan tema penelitian psikologi dan pariwisata. Sehingga banyak peluang untuk para peneliti dalam bidang yang berkaitan melakukan penelitian selanjutnya untuk mengembangkan tema tersebut.

Pada kluster ketiga, terdapat 10 elemen yang berkaitan dengan kata kunci pencarian “Psikologi Pariwisata”, yaitu *Bibliometric Analysis, Current Study, Exercise, Generation z, Knowledge, Literature, Pressure, Publication, Recreation, Trend*. Pada kluster keempat, terdapat 11 elemen, yaitu *Decision, Decision making, Destination image, Destination image, Fear, Human, Lach, Previous study, Social medium, Travel, Traveller*. Sedangkan pengelompokan pada kluster kelima, terdapat 10 element, yaitu *Cultural omnivorosnes, Empirical study, Importance role, Promotion, Religious tourist, Tour, Tour guide service, Tourism Industry, Tourism psychology perspective, Tourist guide*. Selebihnya terdapat 10 elemen pada kluster 5, 8 element pada kluster 6 dan kluster 7, 5 elemen pada kluster 8 dan kluster 9, 4 elemen pada kluster 10, sejumlah 3 elemen pada kluster 11 dan yang paling sedikit adalah pada kluster 12, sebanyak 2 elemen yang terdiri dari *hospitality sector, pandemic*. Setiap elemen untuk setiap kluster, dan jumlah elemen ditunjukkan pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Klasterisasi Berdasarkan Kata Kunci

Cluster	Elemen	Jumlah Elemen
1	<i>Change, Characteristic, Cognitive psychology, Complexity, Cultural Tourism, Evaluation, Integration, Psychological Perspective, Review, Tourism Management, Tourism Marketing, Tourism research, Tourism behavior</i>	13
2	<i>Autehenticity, Communication, Entertainment, Government, Health tourism, Information, Innovation, Object, Product, Sustainable development, Sustainable tourism, Territory</i>	12
3	<i>Bibliometric Analysis, Current Study, Exercise, Generation z, Knowledge, Literature, Pressure, Publication, Recreation, Trend</i>	10
4	<i>Decision, Decision making, Destination image, Destination image, Fear, Human, Lach, Previous study, Social medium, Travel, Traveller</i>	11
5	<i>Cultural omnivorosnes, Empirical study, Importance role, Promotion, Religious tourist, Tour, Tour guide service, Tourism Industry, Tourism psychology perspective, Tourist guide</i>	10
6	<i>Child, Culture, Family, Guideline, Overtourism, Phenomenon, Tourism Experience, Work</i>	8
7	<i>Branch, Characteristics, Main body, New Applied discipline, Present study, Psychological resilience, Tourism Psychology Research, Travel intention</i>	8
8	<i>Concept, Insight, Novelty, Social justice, Value</i>	5
9	<i>Consumer Psychology, Content, Tourism consumption psychology, Tourism psychology textbook, Tourism service psychology</i>	5
10	<i>Challenge, Hinger Education, Relevance, Selection</i>	4
11	<i>Hotel, Investigation, Research Interest</i>	3
12	<i>Hospitality Sector, Pandemic</i>	2

Visualisasi tema berdasarkan kata kunci pencarian pada gambar 2, menunjukkan bahwa tren penelitian dalam bidang psikologi dan pariwisata, lebih banyak pada tema pengetahuan (*Knowledge*) dan penelitian psikologi pariwisata (*Tourism Psychology Research*). Sementara arah penelitian lain yang terkait, seperti tema decision, travel intention, relevance, masih kurang penelitian yang dipublikasi.



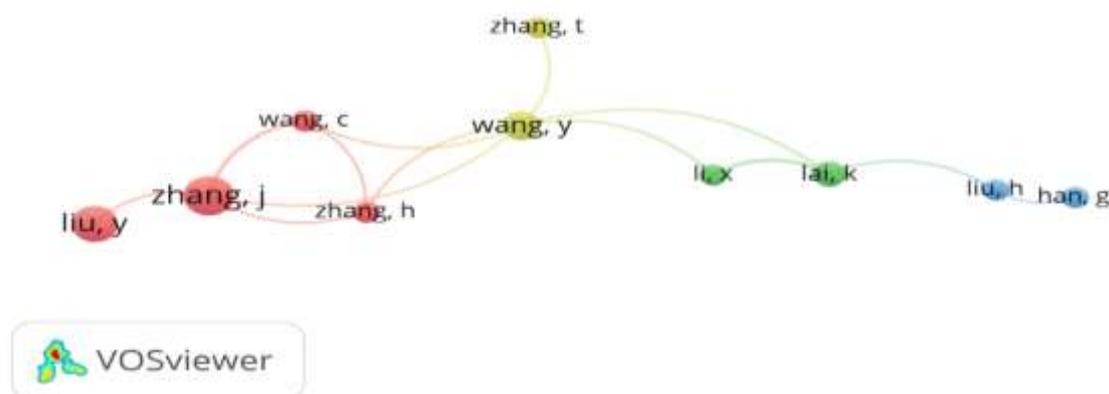
Gambar 2. Visualisasi Tema Berdasarkan Kata Kunci Pencarian
(Sumber: Publish or Perish, 2022)

3. Analisis Data Berdasarkan Kepengarangan

Penelusuran data berdasarkan kepengarangan penelitian dan bidang psikologi pariwisata, menunjukkan pembagian dalam 4 klaster. Pada klaster pertama terdapat empat (4) orang penulis, pada klaster kedua terdapat dua (2) orang penulis, pada klaster 3 dan 4 juga terdapat dua (2) orang penulis.

Tabel 3. Klasterisasi Berdasarkan Kepengarangan

Cluster	Author	Jumlah
1	Liu, y, Wang, C, Zhang, H, Zhang, J	4
2	Lai, K., Li, H	2
3	Han, G, Liu, H.	2
4	Wang, Y., Zhang, T.	2



Gambar 3. Visualisasi Tema Berdasarkan Kepengarangan
(Sumber: Publish or Perish, 2022)

Gambar 3 menunjukkan keterkaitan antar penulis dengan tema penelitian psikologi pariwisata, berdasarkan pada data yang telah diperoleh menggunakan Publish or Perish. Klaster pertama yang ditandai dengan warna orange yang terdiri dari penulis, Liu, Y., Wang, C., Zhang, H dan Zhang, J. Sedangkan pada klister ke 2 yang ditandai dengan warna kuning, terdiri dari dua penulis, yaitu Lai, K dan Li, H. Pada klister ketiga, yang ditunjukkan dengan warna hijau, juga terdiri dari dua penulis, yaitu Hang, G., dan Liu, H. dan klister 4 yang ditandai dengan warna biru, terdiri dari penulis Wang, Y., dan Zhang,

T. Hasil penelusuran ini menunjukkan masih sangat kurang keterkaitan dan kolaborasi penulis dalam publikasi artikel pada bidang ilmu psikologi pariwisata. Ini juga menunjukkan peluang kepada penulis untuk meningkatkan publikasi dan kolaborasi penulisan artikel dalam bidang ini.

Kesimpulan

Penelitian ini melakukan analisis bibliometrik untuk menganalisis keterkaitan penelitian bidang psikologi dan pariwisata. Berdasarkan data yang diperoleh dari tahun 2018-2022 dengan databased Google Scholar, menunjukkan bahwa jumlah artikel yang telah dipublikasi sebanyak 441 total sitasi sebanyak 1649 dengan sitasi pertahun sebanyak 412.25. Artikel yang paling banyak di sitasi adalah artikel yang ditulis oleh Y Jiang, BW Ritchie, P Benckendorff dengan judul *Bibliometric visualisation: An application in tourism crisis and disaster management research*, dengan jumlah sitasi sebanyak 200 sitasi. Berdasarkan pemetaan kata kunci (*co-word*), ditemukan pengelompokkan kedalam 12 klaster dengan jumlah elemen yang berbeda untuk setiap klaster. Elemen yang paling banyak terdapat pada kelompok klaster 1 yaitu sebanyak 13 elemen, dan yang paling sedikit terdapat pada klaster 12, yaitu 12 element. Secara keseluruhan, tren penelitian psikologi dalam pariwisata menunjukkan banyak keterkaitan. Namun begitu, masih banyak peluang bagi para penulis dan peneliti dalam bidang ini untuk melakukan penelitian pada tema-tema yang belum banyak diteliti, seperti tema penelitian terkait pengambilan keputusan (*decision*), niat bepergian (*travel intention*) dan relevansi lain yang menunjukkan keterkaitan penelitian psikologi dalam pariwisata. Selain itu, hasil penelitian dalam artikel ini telah memberikan gambaran tentang keterkaitan perkembangan penelitian bidang ilmu psikologi dalam penelitian bidang ilmu pariwisata. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi rujukan kepada peneliti bidang terkait untuk dapat lebih mengangkat dan mendalami penelitian yang berkaitan dengan bidang ilmu psikologi dan pariwisata. Dari beberapa topik penelitian yang ada, dapat menambah informasi sebagai landasan untuk memahami tren penelitian, kolaborasi antar peneliti yang terkait, dan juga topik-topik yang relevan dalam bidang ilmu psikologi dan pariwisata. Diantara topik-topik yang dapat diteliti lebih mendalam adalah topik *tourism psychology* dikaitkan dengan sosial media, *tourism psychology* dikaitkan dengan content, secara psikologi apa yang mendasari orang berwisata religi, dan topik yang terkait inovasi dalam psikologi pariwisata. Informasi ini dapat menjadi dasar untuk memahami tren penelitian, kolaborasi antara peneliti, dan topik-topik penelitian yang paling relevan dalam kaitannya dengan psikologi pariwisata.

Daftar Pustaka

- Barnes, A. (2021). Enjoyment in learning mathematics: its role as a potential barrier to children's perseverance in mathematical reasoning. *Educational Studies in Mathematics*, 106(1), 45–63.
- Bastiaansen, M., Lub, X. D., Mitas, O., Jung, T. H., Ascensão, M. P., Han, D. I., Moilanen, T., Smit, B., & Strijbosch, W. (2019). Emotions as core building blocks of an experience. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(2), 651–668.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285–296.
- Fahimnia, B., Sarkis, J., & Davarzani, H. (2015). Green supply chain management: A review and bibliometric analysis. In *International Journal of Production Economics* (Vol. 162, pp. 101–114). Elsevier B.V.

- Filep, S. (2016). Tourism and positive psychology critique: Too emotional? *Annals of Tourism Research*, 59, 113–115.
- Filep, S., & Laing, J. (2019). Trends and Directions in Tourism and Positive Psychology. *Journal of Travel Research*, 58(3), 343–354.
- Heersmink, R., van den Hoven, J., van Eck, N. J., & van Berg, J. den. (2011). Bibliometric mapping of computer and information ethics. *Ethics and Information Technology*, 13(3), 241–249.
- Hikmah, N., Fauziyah, N. K., Septiani, M., & Lasari, D. M. (2022). Healing Sebagai Strategi Coping Stress Melalui Pariwisata. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 3(2), 113–124.
- Hosany, S., Sthapit, E., & Björk, P. (2022). Memorable tourism experience: A review and research agenda. In *Psychology and Marketing* (Vol. 39, Issue 8, pp. 1467–1486). John Wiley and Sons Inc.
- Kanwel, S., Lingqiang, Z., Asif, M., Hwang, J., Hussain, A., & Jameel, A. (2019). The influence of destination image on tourist loyalty and intention to visit: Testing a multiple mediation approach. *Sustainability (Switzerland)*, 11(22).
- Kumar Asst Professor, V., & Jyoti Eduversity, V. (2016). Tourist behavior: A key factor for tourism planning. *27 IJRE /*, 03(09).
- Šimková, E. (2014). Psychology and its Application in Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 114, 317–321.
- Sinambela, E. A. (2021). Examining the Relationship between Tourist Motivation, Touristic Attractiveness, and Revisit Intention. In *Journal of Social Science Studies* (Vol. 1, Issue 1).
- Skavronskaya, L., Moyle, B., Scott, N., & Kralj, A. (2020). The psychology of novelty in memorable tourism experiences. *Current Issues in Tourism*, 23(21), 2683–2698.
- Soldatenko, D., & Backer, E. (2019). A content analysis of cross-cultural motivational studies in tourism relating to nationalities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38, 122–139.
- Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N., & Triyuni, N. N. (2020). Tourist loyalty in creative tourism: the role of experience quality, value, satisfaction, and motivation. *Current Issues in Tourism*, 23(7), 867–879.
- Tse, S., & Tung, V. W. S. (2022). Measuring the Valence and Intensity of Residents' Behaviors in Host–Tourist Interactions: Implications for Destination Image and Destination Competitiveness. *Journal of Travel Research*, 61(3), 565–580.
- Vada, S., Prentice, C., Scott, N., & Hsiao, A. (2020). Positive psychology and tourist well-being: A systematic literature review. *Tourism Management Perspectives*, 33.
- Wang, H., Sha, H., Liu, L., & Zhao, H. (2022). Exploring the Relationship between Perceived Community Support and Psychological Well-Being of Tourist Destinations Residents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(21).
- Wei, C., Zhao, W., Zhang, C., & Huang, K. (2019). Psychological factors affecting memorable tourism experiences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(7), 619–632.
- Yao, Y., Liu, Y., & Huang, L. (2021). Motivation-based segmentation of yachting tourists in China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(3), 245–261.
- Zhang, H., Fu, X., Cai, L. A., & Lu, L. (2014). Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis. *Tourism Management*, 40, 213–223.
- Zhang, T., Chen, J., & Hu, B. (2019). Authenticity, Quality, and Loyalty: Local Food and Sustainable Tourism Experience. *Sustainability*, 11(12), 3437.