

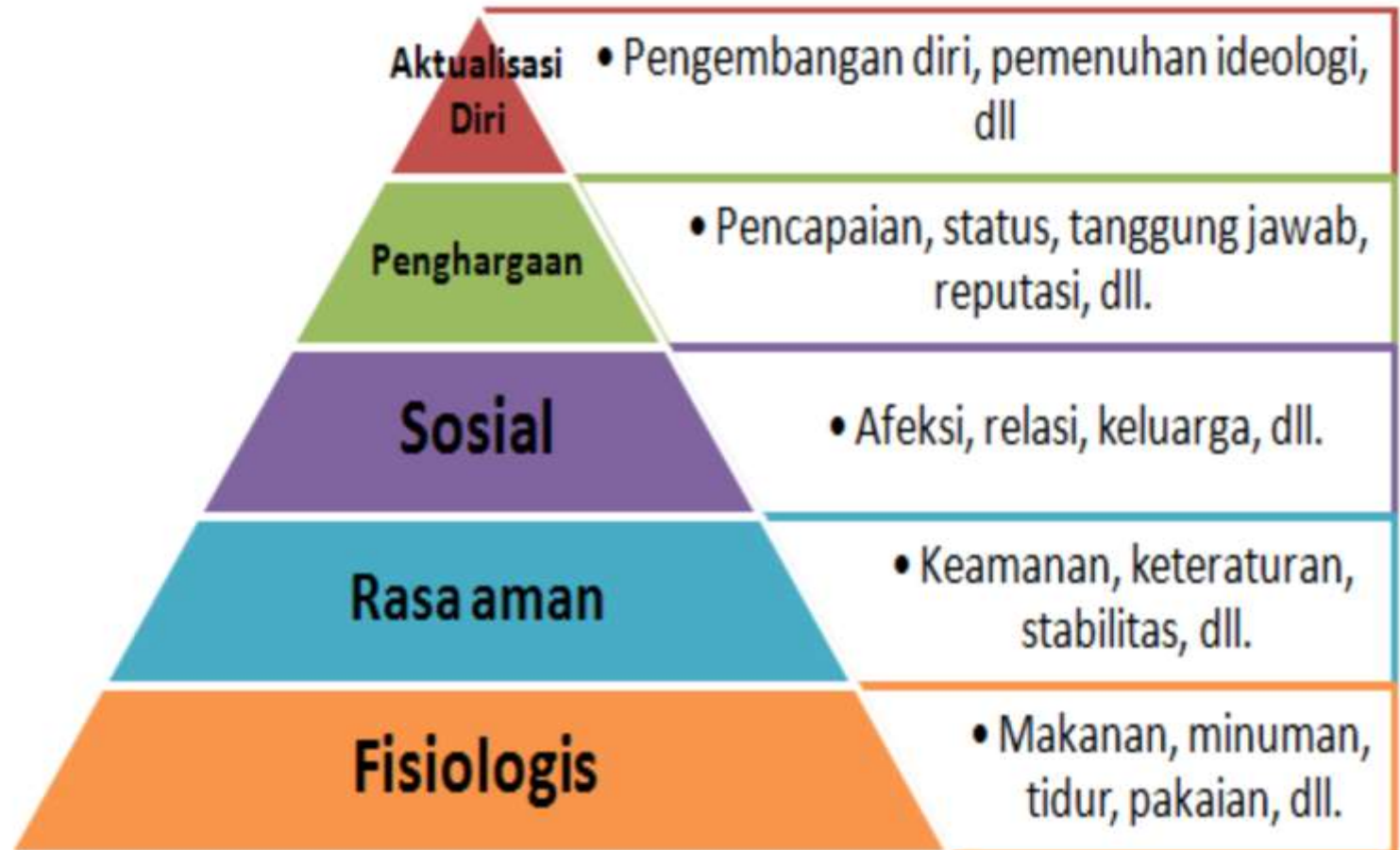


Tipologi Wisatawan Dalam Manajemen Atraksi Wisata

Hindun Nurhidayati, S.Sos, M.I.Kom



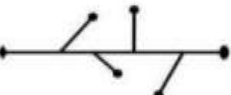
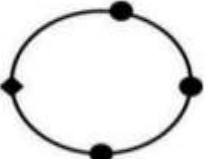

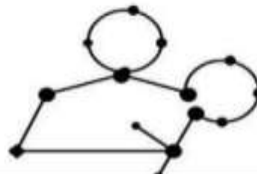
Kebutuhan Wisatawan

Pengklasifikasian wisatawan berdasarkan motivasi, perilaku, dan preferensi mereka terhadap destinasi, fasilitas, dan jenis pengalaman wisata.



Pola Pergerakan Wisatawan

Tabel 1. Pola Pergerakan Wisatawan

N	Pola	Gambar	Keterangan
0			
1.	<i>Single Point</i>		Pergerakan yang menuju satu titik tujuan tanpa mengunjungi destinasi lainnya dan kembali ke tempat asal menggunakan rute yang sama.
2.	<i>Base Site</i>		Pola pergerakan yang mirip dengan penyebaran sinar yang berpusat pada satu titik. Perjalanan dimulai dari lokasi asal, menuju ke tujuan utama, dan kemudian melibatkan kunjungan ke tujuan sekunder dalam area tertentu.
3.	<i>Stopover</i>		Pergerakan yang menuju satu titik destinasi utama dimana mengunjungi titik destinasi lain (sekunder) dalam proses pergerakannya.
4.	<i>Chaining Loop</i>		Serangkaian perjalanan tanpa kembali ke rute sebelumnya dimana wisatawan mengunjungi beberapa destinasi sesuai dengan tujuan wisatanya.
5.	<i>Destination Region Loop</i>		Perjalanan wisatawan yang dimulai dengan mengelilingi destinasi lainnya. Setelah menyelesaikan perjalanan wisata dengan pola lingkaran, wisatawan kembali ke tempat asal berangkat. Pola pergerakan ini merupakan kombinasi dari pola <i>single point</i> dan <i>chaining loop</i> .
6.	<i>Complex Neighbour hood</i>		Pola yang melibatkan kombinasi dua atau lebih dari kelima pola tersebut.

Sumber: Lew & McKercher (2006)

Alasan Wisatawan

(Suwena Widyatmaja 2010)

1. ***Business Tourism***

Perjalanan karena berkaitan dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan seseorang untuk memilih tujuan dan waktu perjalanan

2. ***Vocational Tourism***

kegiatan berwisata atau aktivitas pariwisata disaat sedang mengambil cuti atau hari libur

3. ***Educational Tourism***

Kegiatan berwisata sambil melakukan suatu edukasi atau pendidikan bagi para wisatawan

4. ***Familiarization Tourism***

Perjalanan anjangsana untuk mengenal lebih lanjut bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaannya.

5. ***Scientific Tourism***

Perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk memperoleh pengetahuan atau penyelidikan terhadap sesuatu bidang ilmu pengetahuan

6. ***Spesial Mission Tourism***

Suatu perjalanan wisata yang dilakukan dengan tujuan khusus, misalnya misi kesenian, misi olah raga, maupun misi lainnya.

7. ***Hunting Tourism***

Suatu kunjungan wisata untuk menyelenggarakan perburuan binatang yang diizinkan oleh penguasa setempat sebagai hiburan semata.

Kunci Sukses Dalam Pengembangan Destinasi Wisata

(Swarbrooke, 2002)

Tergantung pada kemampuan untuk mencocokkan produk yang ditawarkan dengan manfaat yang diharapkan oleh pelanggan dari produk tersebut.

- Pengembangan dan promosi destinasi yang unik
- Peningkatan kapasitas sumber daya manusia. (SDM) pariwisata melalui pelatihan dan sertifikasi.
- Pembangunan infrastruktur dan fasilitas yang memadai.
- Peran aktif masyarakat dan pemerintah dalam berkolaborasi.
- Pengelolaan pariwisata berkelanjutan dengan menjaga kelestarian lingkungan dan budaya.
- Diversifikasi produk dan layanan untuk meningkatkan daya saing.

Karakteristik pengunjung dan manfaat utama yang diharapkan dari produk

Karakteristik Pengunjung	Manfaat Utama yang Dicari
Lansia	Nilai ekonomis, aktivitas yang sifatnya pasif, nostalgia, akses yang mudah
Keluarga dengan anak	Hiburan untuk anak-anak, makanan, nilai ekonomis
Petualang	<i>Excitement</i> , tantangan, pengalaman baru
Health conscious	Olah raga, makanan sehat, lingkungan yang bersih dan sehat
Masyarakat kota	Ketenangan, sesuatu yang kontras dengan lingkungan tempatnya tinggal, lingkungan yang indah

Beberapa Tipe Atraksi dan Manfaat Utama yang diharapkan pengunjung

Tipe Atraksi Pariwisata	Manfaat Utama yang Dicari
Theme park	<i>Excitement</i> , variasi atraksi, suasana, kebersamaan, nilai ekonomis
Pantai	Suasana, olah raga, nilai ekonomis, kebersamaan, sinar matahari
Museum	Belajar sesuatu yang baru, nostalgia/sejarah, souvenir

Wisatawan Berdasarkan Atraksi Alam (*Nature-Based Tourists*)

Pencari Petualangan (*Adventure Seekers*)

Contoh Aktivitas: Mendaki gunung, arung jeram, *bungee jumping*, *diving* di perairan ekstrem.

Pengagum Ekowisata (*Ecotourists*)

Contoh Aktivitas: Mengamati satwa liar di habitat aslinya, *bird watching*, mengunjungi pusat rehabilitasi hewan, berpartisipasi dalam penanaman mangrove.

Pecinta Ketenangan (*Peace Seekers*)

Contoh Aktivitas: Berkemah di hutan, memancing di danau, menikmati pemandangan alam dari villa atau resort, yoga di alam terbuka.

Wisatawan Berdasarkan Atraksi Budaya (*Cultural Tourists*)

Pecinta Sejarah (*Heritage Tourists*)

Contoh Aktivitas: Mengunjungi candi, museum, kastil, atau kota-kota kuno, mengikuti tour sejarah yang dipandu.

Penggemar Seni dan Kesenian (*Arts & Culture Enthusiasts*)

Contoh Aktivitas: Menonton pertunjukan teater atau musik tradisional, mengunjungi galeri seni, menghadiri festival film atau seni.

Penjelajah Kuliner (*Food Tourists*)

Contoh Aktivitas: Mengikuti tur kuliner, kelas memasak makanan tradisional, mengunjungi pasar tradisional untuk mencicipi jajanan lokal.

Wisatawan Berdasarkan Atraksi Buatan (*Man-Made Attraction Tourists*)

Pencari Hiburan (*Entertainment Seekers*)

Contoh Aktivitas: Mengunjungi taman hiburan (Disneyland, Universal Studios), taman air, pusat perbelanjaan, atau kasino.

Pencari Rekreasi (*Recreation Tourists*)

Contoh Aktivitas: Bermain golf di lapangan bertaraf internasional, bersantai di resort dengan fasilitas lengkap, berlibur di kapal pesiar.

Pecinta Acara (*Event Tourists*)

Contoh Aktivitas: Menghadiri konser musik, konferensi internasional, pameran dagang, atau festival olahraga.

LET'S WORK

TUGAS INDIVIDU

1. Cari definisi lain dari daya tarik wisata (tourism/tourist/visitors /attraction) di Jurnal/buku/prosiding setelah tahun 2018. *Selain sumber tersebut, sangat dilarang!!!.*
2. Berikan 1 contoh daya tarik wisata dan jelaskan Location, Imagescape, Market, serta termasuk dalam kategori wisata apa

Instruksi tugas :

Dikumpulkan Maksimal Rabu, 8 Oktober 2025, pukul 13.00 WIB.

Tugas dibuat dalam bentuk Word dan di submit via LMS.

Tugas ini juga akan dicatat sebagai kehadiran perkuliahan.

Pemilihan Atraksi berdasarkan Usia

Anak-Anak dan Remaja (0-17 tahun)

Kelompok ini didominasi oleh minat pada hiburan, petualangan, dan aktivitas edukatif yang interaktif.

Taman Hiburan dan Wahana Rekreasi: Destinasi seperti Disneyland, Universal Studios, atau Dufan sangat populer di kalangan anak-anak dan remaja karena menawarkan sensasi dan kesenangan.

Taman Air dan Kolam Renang: Tempat-tempat ini menjadi pilihan favorit, terutama di musim liburan, untuk bermain dan bersenang-senang.

Museum Edukasi dan Sains Interaktif: Destinasi seperti museum sains atau kebun binatang sering dikunjungi untuk tujuan edukasi yang menyenangkan.

Dewasa Muda (18-35 tahun)

Kelompok ini cenderung mencari pengalaman baru, petualangan, dan interaksi sosial. Mereka aktif menggunakan media sosial dan sering mencari destinasi yang 'Instagrammable'.

Wisata Petualangan: Aktivitas seperti mendaki gunung, *snorkeling*, arung jeram, atau *bungee jumping* sangat diminati.

Destinasi Kuliner dan Gaya Hidup: Kunjungan ke kafe unik, restoran modern, atau festival musik dan seni.

Wisata Budaya dan Seni Kontemporer: Menghadiri konser, festival musik, atau mengunjungi galeri seni modern.

Dewasa Menengah (36-55 tahun)

Kelompok ini sering bepergian bersama keluarga, mencari kenyamanan, kualitas, dan pengalaman yang dapat dibagi bersama.

Wisata Keluarga: Kunjungan ke destinasi yang menawarkan aktivitas untuk semua usia, seperti kebun binatang, taman safari, atau *resort* dengan fasilitas lengkap.

Wisata Budaya dan Sejarah: Candi, situs bersejarah, atau museum tradisional menjadi daya tarik utama karena menawarkan nilai edukasi yang mendalam.

Wisata Relaksasi dan Kebugaran: Destinasi dengan spa, yoga, atau layanan kesehatan lainnya untuk mencari ketenangan dan pemulihan diri.

Lansia (56 tahun ke atas)

Kelompok ini cenderung mencari kenyamanan, aksesibilitas yang baik, dan pengalaman yang santai. Mereka menghargai kekayaan budaya dan ketenangan.

Situs Sejarah dan Keagamaan: Kunjungan ke situs-situs bersejarah, candi, atau tempat-tempat keagamaan untuk refleksi dan apresiasi budaya.

Wisata Kesehatan: Destinasi yang menawarkan pemandian air panas, spa, atau tempat dengan udara sejuk dan bersih.

Wisata Kuliner Santai: Menikmati makanan di restoran dengan suasana tenang dan nyaman.

Taman Kota dan Kebun Raya: Tempat-tempat ini menawarkan suasana santai untuk berjalan-jalan dan menikmati keindahan alam tanpa harus melakukan aktivitas fisik yang berat.



Pemilihan Atraksi berdasarkan Generasi

Generasi Z (Gen Z) - (Lahir sekitar 1997-2012)

- Gen Z adalah **wisatawan digital** sejati. Mereka tumbuh dengan internet dan media sosial, sehingga keputusan perjalanan mereka sangat dipengaruhi oleh konten daring.
- **Motivasi:** Mencari pengalaman **otentik** dan unik, bukan sekadar destinasi populer. Mereka ingin cerita yang bisa dibagikan di Instagram atau TikTok.
- **Preferensi:** Menyukai **petualangan solo** atau bersama teman, mencari destinasi yang belum banyak terjamah, dan tertarik pada *ecotourism* serta kegiatan yang mendukung komunitas lokal.
- **Perilaku:** Sangat mengandalkan **ulasan online** dan rekomendasi dari *influencer*. Mereka fleksibel dan cenderung merencanakan perjalanan dalam waktu yang lebih singkat.

Generasi Milenial - (Lahir sekitar 1981-1996)

- Milenial adalah **penggerak utama** industri pariwisata saat ini. Mereka memiliki daya beli dan keinginan kuat untuk bepergian.
- **Motivasi:** Mengutamakan **pengalaman** di atas kepemilikan materi. Mereka mencari keseimbangan antara petualangan, relaksasi, dan interaksi budaya.
- **Preferensi:** Memprioritaskan **penginapan yang unik** (seperti Airbnb), destinasi yang menawarkan festival musik atau kuliner, dan mencari kenyamanan serta fasilitas yang modern.
- **Perilaku:** Melakukan **riset ekstensif** secara *online* sebelum bepergian. Mereka menghargai personalisasi dan loyalitas merek, namun juga tidak ragu mencoba hal baru.

Generasi X (Gen X) - (Lahir sekitar 1965-1980)

- Gen X adalah **wisatawan yang stabil** dan berpengalaman. Mereka sering bepergian bersama keluarga dan memiliki anggaran yang lebih besar.
- **Motivasi:** Mencari **kenyamanan** dan efisiensi. Tujuan perjalanan mereka seringkali untuk berlibur bersama keluarga, menciptakan kenangan, atau sekadar bersantai.
- **Preferensi:** Memilih **paket liburan lengkap** yang praktis, akomodasi dengan fasilitas ramah keluarga, dan destinasi yang aman serta memiliki reputasi baik.
- **Perilaku:** Melakukan **pemesanan lebih awal** dan cenderung setia pada merek yang terpercaya. Mereka masih menggunakan media *offline* (seperti majalah perjalanan) sebagai referensi, namun juga aktif mencari informasi secara daring.

Generasi *Baby Boomer* - (Lahir sekitar 1946-1964)

- *Baby Boomer* adalah **wisatawan yang mapan** dan memiliki waktu luang, terutama setelah pensiun.
- **Motivasi:** Mencari **relaksasi** dan pengalaman yang memperkaya. Mereka tertarik pada wisata budaya, sejarah, dan perjalanan mewah.
- **Preferensi:** Menghargai **layanan prima**, akomodasi bintang lima, dan fasilitas yang memudahkan. Mereka sering memilih kapal pesiar, tur grup, atau perjalanan yang direncanakan oleh agen.
- **Perilaku:** Kurang terpengaruh oleh media sosial. Mereka mengandalkan **rekomendasi dari mulut ke mulut**, ulasan, dan reputasi merek. Keamanan dan kenyamanan adalah prioritas utama mereka.

Terima Kasih