

Editor: **Janianton Damanik**

PARIWISATA  
**INDONESIA**  
KONTEMPORER



GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS

## **PARIWISATA INDONESIA KONTEMPORER**

### **Penulis:**

Asti Ayuningsih, Desy Nur Aini Fajri, Eko Sugiarto,  
Janianton Damanik, Putu Diah Sastri Pitanatri,  
Sabda Elisa Priyanto,

### **Editor:**

Janianton Damanik

### **Penyelaras bahasa:**

Agatha Vidya

### **Desain sampul:**

Pram's

### **Tata letak isi:**

Zendi

### **Penerbit:**

Gajah Mada University Press  
Anggota IKAPI dan APPTI

**Ukuran:** 15,5 × 23 cm; xxviii + 246 hlm

**ISBN:** 978-602-386-965-7

### **Redaksi:**

Jl. Sendok, Karanggayam CT VIII Caturtunggal,  
Depok, Sleman, D.I. Yogyakarta, 55281  
Telp./Fax.: (0274) 561037  
ugmpress.ugm.ac.id | gmupress@ugm.ac.id

**Cetakan Pertama:** Februari 2021

### **Hak Penerbitan ©2021 Gajah Mada University Press**

*Dilarang mengutip dan memperbanyak tanpa izin tertulis dari penerbit, sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apa pun, baik cetak, photoprint, microfilm, dan sebagainya.*

## KATA SAMBUTAN

### **Koordinator Pusat Penelitian Kebudayaan Universitas Udayana, Bali**

Sebelum fenomena pariwisata baru menenggelamkannya...

*We are drowning in information but starved for knowledge.*

(John Naisbitt, 1982:17).

Hampir empat dekade lalu, futuris John Naisbitt menulis buku *Megatrend* (1982) yang menguraikan transformasi besar dari masyarakat industri (*industrial society*) menjadi masyarakat informasi (*information society*). Apabila dikaitkan dengan situasi sekarang saat kita hidup dalam lautan informasi yang kian pasang, prediksi itu menunjukkan bahwa Naisbitt merupakan seorang futuris mangkus. Prediksi itu dibuat ketika belum ada internet. Kini, ketika dunia memasuki era industri 4.0, era yang dikuasai oleh *Internet of Thing* (IoT), terjadi ledakan informasi yang dahsyat. Ledakan informasi itu disebut dengan megatren, tepat seperti judul buku Naisbitt. Masyarakat tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga menjadi produsen informasi, antara lain dengan cara mengunggah data dan fakta melalui internet sehingga informasi terus terakumulasi ikut membentuk dan membesarkan *big data*.

Informasi yang sangat banyak itu tidak serta-merta membuat masyarakat menjadi berpengetahuan luas, tenang, cerdas, tercerahkan, dan mudah memahami sesuatu yang terjadi. Akan tetapi, yang terjadi justru sebaliknya, yaitu masyarakat kerap menjadi galau. Masyarakat

sulit menentukan mana yang benar dan salah, yang objektif dan subjektif, yang spekulatif dan konspiratif, yang patut dan hoaks. Dalam situasi kegalauan itu, tepat kalau Naisbitt melukiskan manusia sebagai makhluk yang ‘tenggelam’ dalam (lautan) informasi dan ‘kelaparan’ akan kebenaran atau ‘pengetahuan’. Manusia yang memiliki tangan-tangan terampil, cerdas, terpelajar, kompeten, dan peduli untuk membantu awam memahami dan memberi makna terhadap data besar sangat diperlukan. Hal itu diperlukan agar bisa menjadi kepingan pengetahuan yang berguna bagi kehidupan masyarakat dan menutun ‘kelaparan’ masyarakat akan pengetahuan.

Buku *Pariwisata Indonesia Kontemporer* ini bisa dilihat sebagai respons cerdas dari hal yang disampaikan John Naisbitt. Tidak banyak buku pariwisata yang menyajikan pengetahuan untuk menutupi rasa ‘lapar’ mengenai fenomena pariwisata Indonesia yang berada dalam pusaran perubahan yang cepat. Pada masa pemerintahan Presiden Jokowi, pariwisata Indonesia dipacu untuk berkembang pesat. Hal itu berdasarkan ketidakpuasan akan fakta bahwa Indonesia menerima jumlah wisatawan paling sedikit sementara Indonesia merupakan negara besar di ASEAN. Pembangunan bandar udara, proyek ‘10 Bali Baru’, dan terobosan bebas visa kunjungan merupakan bukti dari gebrakan yang membuat pariwisata Indonesia berubah cepat. Kemajuan teknologi daring menimbulkan cara baru dalam membeli dan menikmati paket wisata. Kemajuan teknologi tersebut turut menjadi faktor eksternal yang ikut memaksa pariwisata Indonesia berubah secara radikal. Artikel-artikel dalam buku ini merupakan respons cepat dari sekelompok penulis yang memiliki kepedulian, kecerdasan, dan keterampilan dalam membaca perkembangan pariwisata Indonesia saat ini.

Sama dengan berbagai sektor lain, sektor pariwisata juga ikut berkembang cepat. Sebelum pandemi Covid-19 melanda dunia, jumlah wisatawan global terus mengalami kenaikan. UNWTO mencatat ada 1,5 milyar wisatawan bepergian di dunia

dan diramalkan meningkat 4% tahun 2020. Pandemi Covid-19 membekukan industri kepariwisataan sampai masa yang belum terbayangkan. Namun, dapat dipastikan jika pandemi berakhir, situasi akan kembali seperti semula. Dalam masa pandemi Covid-19, pun sebenarnya ada fenomena yang menarik, yaitu kegiatan wisata yang harus mematuhi protokol kesehatan, produk inovatif *virtual tourism*, dan promosi secara digital. Pada satu pihak menunjukkan kreativitas pengelola wisata menghadapi tantangan tidak terduga dari pandemi. Sementara itu, pada lain pihak ikut memperkuat basis masyarakat informasi, yaitu masyarakat yang mengandalkan informasi dari internet dan menyusun aktivitas yang ikut mengakumulasi *big data*. Semua berkeinginan agar pandemi Covid-19 segera lenyap dari muka bumi, namun belum akan menjadi kenyataan dalam waktu dekat. Kita bersyukur bahwa jaringan internet tidak terpapar Covid-19 sehingga masih memungkinkan kita untuk beraktivitas, khususnya dalam mencari-cari bentuk pengembangan dan promosi pariwisata berbasis digital.

Lima dari delapan artikel dalam buku ini secara langsung mencoba memberikan pemaknaan atas perkembangan pariwisata Indonesia kontemporer yang berkaitan dengan dunia digital atau *IoT*. Ada kajian tentang pemasaran pariwisata digital, yaitu suatu usaha yang marak di berbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia. Internet baru muncul pertengahan 1990-an. Ketika itu, pilihan untuk berpromosi dan melakukan penjualan lewat internet belum menarik bahkan masih meragukan. Dalam lima tahun terakhir, promosi secara digital sudah tidak bisa dihindarkan lagi. Ini terjadi tidak lain karena keandalan internet dan segala aplikasinya. Penerimaan oleh masyarakat menunjukkan bahwa semakin nyatanya masyarakat bertransformasi tidak saja menjadi masyarakat informasi tetapi bahkan masyarakat digital (*digital society*). Siapa yang menguasai informasi dan piranti digital, mereka yang lebih berpeluang menang dalam berbagai bentuk kompetisi. Selain itu, piranti digital juga memesona berbagai

lapisan masyarakat untuk melakukan sesuatu secara instan. Entitas kecil dengan modal ekonomi yang rendah, misalnya seperti desa wisata Nglanggeran di Yogyakarta dengan suka-cita melakukan pemasaran secara digital. Dulu, promosi dengan cara canggih dan mahal hanya dimungkinkan oleh entitas atau perusahaan bermodal besar. Ini adalah salah satu perubahan penting dalam pariwisata kontemporer yang menjadi topik bahasan dalam buku ini.

Sehubungan dengan itu dan akibat serangan pandemi yang membuat aktivitas berhenti atau berubah secara total, *virtual tour* menjadi sebuah langkah inovasi. Walaupun dilakukan dengan terpaksa, kenyataan itu berhasil dilakukan dengan menunjukkan lompatan besar yang terjadi dalam pemanfaatan fasilitas internet. Misalnya, Desa Sidetapa, sebuah desa kecil di Bali Utara yang termasuk dalam gugus desa tua (kuno), mampu menggerakkan kelompok sadar wisata (pokdarwis) setempat untuk menjelajah kapasitas teknologi internet untuk menawarkan *virtual tour*. Hal yang sama juga dilakukan oleh banyak desa di Jawa, Sumatera, bahkan Sumba. Kreasi *virtual tour* muncul sebagai fenomena kontemporer dalam pariwisata Indonesia. Banyak yang meragukan masa depan *virtual tour* sebagai bentuk bisnis yang menguntungkan. Akan tetapi, hal yang mengagumkan adalah keserentakan usaha pada berbagai tempat di Indonesia untuk menjadikannya aktivitas wisata atau promosi wisata alternatif.

Tumbuhnya pangsa pasar milenial yang lebih banyak menggunakan gawai dalam aktivitas wisata merupakan peluang untuk jenis-jenis *virtual tour* masa depan. Bentuk-bentuk pengalaman baru atau *tourism experience* tampak semakin beragam. Kajian atas pengalaman berwisata yang juga dibahas dalam buku ini tidak hanya penting untuk menjadi dasar pemasaran yang efektif, tetapi juga mencari celah pasar (*niche market*) untuk bisa unggul dalam kompetisi. Analisis atas *big data* kepariwisataan merupakan keharusan karena di dalamnya ada berbagai informasi seperti mengenai perilaku wisatawan, tren kesukaan, pergerakannya secara langsung, dan faktor-faktor yang

memengaruhi mereka mengambil keputusan (dalam) berlibur. Usaha pengelolaan destinasi wisata, daya tarik wisata, dan pemasaran akan kalah dalam kompetisi jika gagal dalam membaca dan memaknai *big data* kepariwisataan. Teknologi menyediakan berbagai aplikasi yang memudahkan untuk pengelolaan *big data*. Makin banyak data yang bisa dijaring maka makin akurat kesimpulan dan keputusan yang bisa diambil untuk mendukung penyusunan kebijakan perencanaan dan pengembangan industri pariwisata.

Jika dilihat dari sudut pandang perekonomian, pariwisata adalah industri yang harus terus berpacu dengan berbagai kemajuan dan kepraktisan untuk meningkatkan pendapatan, keuntungan, dan penyerapan tenaga kerja. Buku ini, secara sadar mengetahui hal itu seperti tampak dari kajian-kajian yang difokuskan pada topik yang berkaitan dengan teknologi informasi dan digital. Akan tetapi, pada saat yang sama, ada juga topik yang merupakan hasil renungan politis tentang kenyataan bahwa sebagai industri global, pariwisata tetap perlu dikawal untuk menjaga kedaulatan dan kepentingan nasional (*national sovereignty and interest*). Pemerintah perlu membuka pintu untuk kenyamanan wisatawan, investasi, dan perdagangan. Akan tetapi, pada saat yang sama, perlu diingat kembali bahwa pembangunan kepariwisataan pada akhirnya bertujuan untuk kesejahteraan masyarakat Indonesia dan kedaulatan negara. Praktik *zero tourist dollar* yang terjadi pada turis Cina yang berkunjung ke Bali adalah contoh bagaimana pemerintah dan masyarakat tidak mendapatkan manfaat apa pun, karena sebagian besar keuntungan kembali ke negeri Cina.

Sifat kontemporer buku *Pariwisata Indonesia Kontemporer* ini tampak pada dua hal. *Pertama*, membahas fenomena kontemporer dalam pariwisata Indonesia yang akan lewat jika tidak dibahas sekarang. Topik-topik seperti *virtual tours*, *digital marketing*, pangsa pasar milenial, dan pengalaman wisatawan dalam menyusun strategi pengelolaan destinasi atau usaha wisata secara efektif akan cepat berlalu jika tidak dikaji sekarang, secara

“*real time*”. Lima tahun lalu, fenomena itu belum ada, dan tentu saja tidak menjadi pembahasan. Jikalau ini tidak dibahas sekarang, kemungkinan kita juga tidak akan tahu apa persisnya yang sudah terjadi. Tentu saja banyak fenomena dan tren baru dalam pariwisata Indonesia yang masih perlu digarap oleh para sarjana untuk melengkapi buku ini. Namun, apa yang dituangkan dalam buku ini sudah mewakili fenomena kontemporer dalam pariwisata Indonesia.

*Kedua*, buku ini menunjukkan dirinya sebagai produk teknologi dan cara berpikir kontemporer yang berhasil menyajikan kajian dengan cepat sesuai dengan karakteristik masyarakat informatif yang digerakkan oleh internet atau media digital. Sebelumnya, banyak dianut bahwa untuk mendapatkan kajian-kajian baru, peneliti harus memburu artikel di jurnal karena banyak dipublikasikan hasil riset yang mutakhir. Kini, justru publikasi lewat jurnal (khususnya internasional bereputasi) membutuhkan waktu relatif lama bahkan bisa didahului oleh publikasi buku yang dulu dikenal memerlukan waktu lama. Buku *Pariwisata Indonesia Kontemporer* ini menampilkan diri untuk membuat mitos baru bahwa pengetahuan *fresh* dan *up to date* juga bisa diperoleh dari buku.

Jika disimak dari makna kutipan Naisbitt, kajian atas fenomena kontemporer dalam pariwisata Indonesia ini sangat penting karena membantu pembaca memahami fenomena yang ada sebelum fenomena-fenomena baru berdatangan dan menenggelamkannya.

Denpasar, 25 September 2020

**Prof. Dr. I Nyoman Darma Putra**



## KATA SAMBUTAN

### **Staf Ahli Bidang Pengembangan Berkelanjutan dan Konservasi, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif**

Dinamika perubahan fundamental terus terjadi dalam kepariwisataan global, tidak terkecuali pariwisata Indonesia. Berbagai fenomena perubahan iklim dan transformasi sosial masyarakat termasuk perkembangan ilmu dan teknologi. Perubahan tersebut relatif drastis pada 15 tahun terakhir berkat kehadiran revolusi teknologi informasi dan industri (RI 4.0) yang berdampak pada akselerasi pergeseran gaya hidup dan perilaku masyarakat dan pasar wisatawan. Sebagai konsekuensinya, berbagai bentuk disrupsi muncul dengan *magnitude* yang hampir tidak dapat diukur bahkan sulit diprediksi. Tidak ada jalan lain untuk menghindari konsekuensi itu selain beradaptasi dengannya melalui strategi pilihan dan kontrol yang efektif.

Bersama-sama dengan pemangku kepentingan lainnya, pemerintah tentu saja berkepentingan untuk merespons perubahan tersebut dengan cara merumuskan kebijakan-kebijakan yang strategis dan dipandang efektif. Salah satu bentuk yang perlu diperkuat adalah merumuskan dan memberikan solusi cerdas melalui kebijakan inovasi tata kelola (*governance innovation*). Komitmen untuk menjaga kinerja kepariwisataan dalam tren positif secara berlanjut ditunjukkan melalui program-program inovatif dalam pengembangan serta penataan produk, baik produk destinasi maupun manajemen kelembagaan dan pemasaran.

Pemanfaatan teknologi informasi dalam semua lini industri pariwisata merupakan salah satu contoh nyata yang mudah dan lumrah ditemukan di lapangan sebagai model bisnis baru.

Tentu saja upaya yang lebih besar masih diperlukan ke depan. Perkembangan kepariwisataan nasional masa kini dan yang akan datang perlu dipetakan lebih jelas dan holistik. Pemetaan dilakukan baik melalui kajian-kajian kritis atas apa yang sedang terjadi maupun prediksi dan proyeksi yang lebih presisi atas kompleksitas serta kapasitas perkembangannya ke depan. Pemetaan dan analisis itu sangat membantu para pemangku kepentingan untuk memilih menetapkan kebijakan, skenario dan strategi pemanfaatan peluang yang tersedia sekaligus mengeliminasi potensi ancaman dan resiko terutama secara ekonomis, sosial budaya, dan lingkungan terhadap keberlanjutan kepariwisataan yang berkualitas.

Dalam pandangan saya, buku ini menawarkan pemikiran solutif dan kontribusi yang signifikan untuk maksud di atas. Analisis dan informasi yang disajikan menyangkut isu-isu spesifik yang merupakan potret kepariwisataan Indonesia. Pilihan pada topik bahasan setiap bab merepresentasikan kecermatan dan penguasaan akademis serta praksis yang mumpuni dari para penulis. Para penulis menguasai tentang apa yang sedang terjadi dan bagaimana realitas objektif tersebut. Selain itu, para penulis juga kreatif dan inspiratif dalam merespons peluang dari perubahan-perubahan dalam kepariwisataan, baik nasional maupun global pada masa kini. Artinya, buku ini mengajak pembaca, khususnya mahasiswa dan para pelaku pariwisata untuk menindaklanjuti rekomendasi yang tersaji di dalamnya. Rekomendasi tersaji dalam bentuk riset pendalaman, perumusan kebijakan sektoral dalam pariwisata itu sendiri, dan penyusunan desain produk inovatif yang dibutuhkan segmen pasar wisatawan yang kian terbuka.

Kepada para penulis dan editor yang memilih topik yang menarik dan menyajikan analisis yang informatif dalam buku ini, saya mengucapkan selamat. Semoga karya-karya berikutnya akan bertambah lagi dalam waktu dekat karena dengan demikian pemikiran

dan sumbangan akademik bagi pembangunan kepariwisataan Indonesia semakin menonjol.

Jakarta, 22 September 2020

**Dr. Frans Teguh, MA**



## KATA PENGANTAR

Pariwisata sering menjadi subjek bahasan yang seolah-olah tidak akan pernah selesai. Pariwisata mewakili dinamika kehidupan manusia yang berjalan dari satu fase ke fase lain. Perjalanan fase dinamika kehidupan manusia tersebut diiringi oleh beragam plus-minus yang berbeda-beda dari satu masyarakat atau negara dengan yang lain. Sifat seperti itu menjadikan pariwisata lekat dalam campur tangan otoritas negara, terutama untuk tujuan pemanfaatan sisi toniknya sambil meminimalkan sisi toksiknya. Ketertarikan otoritas negara juga meningkat berkat kontribusi pemikiran para peneliti dan cerdas-pandai yang menawarkan gagasan-gagasan segar dan menantang untuk ditindaklanjuti dalam praktik (kebijakan).

Tawaran ide-ide kritis tersebut yang menjadikan buku ini ditulis. Pariwisata terus mendorong perubahan sosial dan demikian sebaliknya, yang terjadi baik secara laten maupun terbuka. Mungkin bagi kalangan tertentu hal itu bukanlah sesuatu yang baru. Meskipun demikian, informasi tentang perubahan pariwisata yang sedang terjadi tetap menarik untuk diketahui publik.

Alasan berikutnya adalah deretan diskusi demi diskusi di berbagai forum tentang topik yang sama jarang mengkristal ke dalam suatu dokumen buku teks yang penting untuk rujukan bagi pemangku kepentingan pariwisata. Komunitas akademik pastilah segmen masyarakat yang mengambil peran utama dalam hal ini. Secara khusus, mahasiswa dan dosen selalu terpanggil untuk menuangkan gagasan segar tadi ke dalam bentuk buku yang dapat membuka wawasan luas bagi masyarakat. Bukan suatu kebetulan,

mahasiswa memiliki tugas rutin untuk menuliskan gagasan kritisnya melalui sejumlah *paper* setiap semester.

Bagi saya selaku dosen, membaca *paper* mahasiswa sering mengundang senyum saat menemukan deretan kalimat baris per baris yang ditulis dengan ragam gaya dan alur cerita. Sebenarnya informasi yang disajikan relatif baru, tetapi disusun dalam untaian kalimat dan paragraf seadanya. Ide yang terputus-putus atau ditumpuk dalam satu kalimat panjang dan diuraikan dengan sejumlah diksi yang kurang pas juga sering ditemukan dalam tulisan mahasiswa. Ada juga kata-kata yang kocak atau mirip dengan yang berkebaritan di media sosial bahkan kalimat yang tidak terstruktur dengan jelas. Sesekali muncul perasaan masygul ketika *paper* tersebut merupakan himpunan ide orang lain yang dirangkai dengan beberapa patah kata atau disambung dengan satu-dua baris kalimat penghubung.

Apakah mereka merasa minder berargumentasi di dalam *paper*? Pertanyaan itu saya ajukan kepada mahasiswa S2 dan S3 pada setiap awal semester. Ternyata jawabnya tidak. Alasannya banyak, tetapi satu hal yang menonjol adalah menulis karya ilmiah dengan standar lebih tinggi belum menjadi kebiasaan. Apa boleh buat, negeri ini kehabisan energi untuk sekedar memfasilitasi program menulis buku bagi mahasiswa. Jadi, bisa dimaklumi bahwa menulis buku belum semenarik profesi komentator berita instan di media sosial.

Begitulah, suatu hari saya menantang mereka untuk menulis satu bab dalam buku. Siapa tahu, kalau nasib sedang mujur gayung bersambut? “Lupakan *paper* kalau targetnya hanya untuk meraih nilai akhir semester! Naikkan reputasimu sebagai penulis buku,” kata saya memantikkan motivasi menjelang akhir kuliah di kelas.

Di luar dugaan, tantangan tersebut direspons positif. Lima orang mahasiswa Prodi S2/S3 Kajian Pariwisata Sekolah Pascasarjana UGM menunjukkan animo menjajal kemampuan menulis dengan cara menyerahkan abstrak *paper* dua hari

kemudian. Demikianlah, diskusi demi diskusi berjalan seiring dengan masa perkuliahan. Seperti cendawan di musim hujan, gagasan mereka bermunculan lalu menyebar di dalam *file software* dan ditukarkan secara rutin dalam diskusi dan revisi berdurasi panjang. Tidak semua terfokus atau substansial. Namun, tidak sedikit pula yang mencengangkan ketika ide-ide itu disuarakan dalam forum semi-kuliah. Ternyata motivasi yang tinggi dan kesadaran atas pentingnya ketrampilan menulis karya ilmiah bisa menghalau segala hambatan tersebut, hingga buku ini menjadi sebuah wujud kerja nyata kolektif.

Saya berterima kasih kepada kelima orang mahasiswa yang telah menyumbang tulisan pada bab-bab buku ini: Mbak Diah, Mbak Desy, Mbak Asty, Mas Sabda, dan Mas Eko. Kontribusi mereka bukan hanya gagasan, melainkan juga komitmen dan ikhtiar untuk menjadi mahasiswa sekaligus penulis buku teks. Tanpa keseriusan mereka, buku ini tidak mungkin terbit dan sampai ke tangan pembaca. Terima kasih yang tak terhingga saya sampaikan kepada kedua ahli sekaligus sahabat lama, Dr. Frans Teguh dan Prof. Dr. I Nyoman Darma Putra, yang dengan tangan terbuka menyediakan waktu dan pikiran untuk menulis kata sambutan di sela-sela kesibukan yang sangat padat. Pusat Studi Pariwisata UGM yang memfasilitasi diskusi untuk menambah akumulasi pengetahuan tentang kepariwisataan pantas menerima ucapan yang sama. Tidak lupa kami haturkan terima kasih kepada manajemen UGM Press yang berkenan menerbitkan buku ini.

Semoga buku ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan bagi para pembaca.

Yogyakarta, 22 September 2020

**Editor**





## DAFTAR ISI

<b>KATA SAMBUTAN Prof. Dr. I Nyoman Darma Putra.</b>	<b>v</b>
<b>KATA SAMBUTAN Dr. Frans Teguh, MA.....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xxiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxv</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xxvii</b>
<b>BAB 1 PROLOG: PARIWISATA INDONESIA</b>	
<b>DALAM ARUS PERUBAHAN .....</b>	<b>1</b>
— <i>Janianton Damanik</i>	
<b>BAB 2 ISU KEDAULATAN DALAM PARIWISATA</b>	
<b>INDONESIA.....</b>	<b>14</b>
— <i>Janianton Damanik</i>	
2.1. Pendahuluan .....	14
2.2. Bertumpu pada Pertumbuhan Kuantitatif .....	15
2.3. Erosi Kedaulatan .....	18
2.3.1. Hilangnya Akses ke Industri Hilir	
Pariwisata.....	20
2.3.2. Pencaplokan Pulau Kecil dan Lahan....	27
2.3.3. Arogansi Kapal Pesiar.....	38
2.4. Penutup .....	44
<b>BAB 3 PEMASARAN DESA WISATA</b>	
<b>SECARA DIGITAL.....</b>	<b>47</b>
— <i>Desy Nur Aini Fajri</i>	

3.1. Pendahuluan .....	47
3.2. Memaknai Desa Wisata .....	51
3.3. Pemasaran Digital Desa Wisata.....	53
3.4. Pemangku Kepentingan .....	54
3.5. Kasus Desa Wisata Nglanggeran.....	56
3.6. Adopsi TIK dalam Pemasaran.....	61
3.7. Pemetaan dan Sinergi Pemangku Kepentingan .....	66
3.8. Respon Pasar Wisatawan Terhadap Pemasaran Digital .....	78
3.8. Praktik Terbaik Pemasaran Digital Nglanggeran .....	78
3.9. Tantangan Pemasaran Digital ke Depan.....	80
3.10. Penutup.....	81

**BAB 4 MEMOSISIKAN PARIWISATA VIRTUAL  
PADA MASA PANDEMI COVID-19 ..... 83**  
—*Eko Sugiarto*

4.1. Pendahuluan .....	83
4.2. Realitas Virtual dan Pariwisata Virtual.....	86
4.2.1 Realitas Virtual.....	86
4.2.2 Pariwisata Virtual.....	90
4.3. Pariwisata Virtual pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia .....	94
4.3.1 Pariwisata Virtual sebagai Alat Promosi .....	94
4.3.2. Pariwisata Virtual sebagai Sebuah Atraksi? .....	97
4.4. Penutup.....	104

**BAB 5 RISET BIG DATA DALAM PEMASARAN  
PARIWISATA INDONESIA..... 106**  
—*Putu Diah Sastri Pitanatri*

5.1. Pendahuluan .....	106
------------------------	-----

5.2. <i>Big Data</i> .....	114
5.3. <i>Big Data</i> dalam Bingkai Riset Pemasaran Pariwisata .....	125
5.4. Potensi <i>Big Data</i> untuk Riset Pemasaran Pariwisata Berkelanjutan .....	130
5.5. Penutup.....	135

**BAB 6 TREN PERILAKU WISATAWAN**

**GENERASI Y DAN GENERASI Z:**

**Peluang bagi Strategi Pemasaran ..... 136**  
—*Sabda Elisa Priyanto*

6.1. Pendahuluan .....	136
6.2. Tren Perilaku Wisatawan Milenial .....	139
6.2.1. Karakteristik Perilaku Wisatawan Generasi Y.....	140
6.2.2. Karakteristik Perilaku Wisatawan Generasi Z.....	145
6.2.3. Perbedaan Karakteristik Wisatawan Generasi Y dan Generasi Z .....	153
6.4. Strategi Promosi bagi Wisatawan Milenial Melalui Media Sosial .....	154
6.4.3. Pemilihan media promosi bagi wisatawan generasi Y dan Z .....	155
6.4.4. Pemilihan konten pemasaran bagi wisatawan generasi Y dan Z.....	162
6.5. Penutup.....	165

**BAB 7 MEMORABLE TOURISM EXPERIENCES**

**MAHASISWA ASING DAN INDONESIA DI**

**PROVINSI DI YOGYAKARTA..... 168**  
—*Asti Ayuningsih*

7.1. Pendahuluan .....	168
7.2. Perbedaan Profil Wisatawan.....	172
7.3. Faktor MTE .....	175

7.3.1. MTE bagi Mahasiswa Domestik.....	176
7.3.2. MTE pada Mahasiswa Asing .....	182
7.4. Penutup.....	191
<b>BAB 8 EPILOG: PROSPEK KE DEPAN .....</b>	<b>193</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>198</b>
<b>INDEKS .....</b>	<b>240</b>
<b>BIODATA PENULIS .....</b>	<b>243</b>