

Tren Solo Traveler Dalam Minat Berwisata Di Era New Normal: Perspektif Generasi Milenial

Sri Marini¹, Lu'luwatin Rosdiana Aprilia², Amalia Juliana Monika Intan³

Akademi Pariwisata NHI Bandung¹²³
Email: srimarini@akparnhi.ac.id

Abstract

Meredanya kondisi pandemi membawa peluang bagi industri pariwisata untuk mulai bangkit dari keterpurukan. Pembatasan sosial pada masa pandemi perlahan bergeser kepada pola kehidupan di era new normal. Perilaku pada tatanan sosialpun mulai mengalami adaptasi baru, demikian pula dalam hal berwisata. Sebelumnya wisatawan cenderung berkelompok atau dalam grup ketika melakukan aktivitas berwisata mengalami perubahan dengan adanya era normal baru ini. Solo traveler merupakan sebuah tren baru pada dunia pariwisata dengan alasan keamanan dan kesehatan. Pengalaman mandiri dengan atraksi berbasis alam yang sebagian besar beresonansi dengan pelancong milenial. Solo traveler merupakan traveler yang melakukan aktivitas perjalanan wisata seorang diri walaupun pada perjalanan tersebut akan menjalin relasi baru dengan orang lain. Generasi Y atau dikenal dengan generasi milenial adalah pelaku pada solo traveler dimana generasi ini memiliki karakteristik unik pada *lifestyle*, sikap, dan kecenderungan untuk terbuka terhadap segala sumber-sumber informasi baru. Munculnya generasi millennial ini ditandai dengan proses globalisasi yang melahirkan gadget. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana tren solo traveler perspektif generasi milenial dan bagaimana minat mereka dalam berwisata pada era new normal. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali tren dan minat solo traveler pada era new normal dari prespektif generasi milenial dalam berwisata. Key Informan dalam penelitian ini adalah informan internal dari 3 pengelola dari industri pariwisata yang dipilih, serta informan eksternal yaitu 15 solo traveler dari generasi milenial yang berumur 20-30 tahun sebagai narasumber eligible yang memiliki peran sebagai mahasiswa, *early jobber* atau orang tua muda untuk memberi informasi mengenai minat dalam berwisata di era new normal dari masing-masing obyek wisata. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif yang dilakukan secara interaktif melalui proses data reduction, data display, dan verification. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat wisata para pelaku solo trvaler dari generasi millennial ini merupakan ceruk potensial bagi pengelola dan pengembang pariwisata terutama pada era new normal yang menitikberatkan pada kebangkitan pariwisata.

Keywords: *Solo Traveler; Minat Berwisata; New Normal; Generasi Milenial.*

Abstrak

The easing of the pandemic conditions brought an opportunity for the tourism industry to start to rise from adversity. Social restrictions during the pandemic are slowly shifting to patterns of life in the new normal era. Behavior in the social order began to experience new adaptations, as well as in terms of travel. Previously, tourists tended to be in groups or in groups when carrying out travel activities, which changed with this new normal era. Solo traveler is a new trend in the world of tourism for reasons of safety and health. A self-contained experience with nature-based attractions that mostly resonate with millennial travelers. A solo traveler is a traveler who travels alone, even though the trip will establish new relationships with other people. Generation Y, also known as the millennial generation, is an actor in solo travelers where this generation has unique characteristics in lifestyle, attitudes, and a tendency to be open to all new sources of information. The emergence of the millennial generation is marked by the process of globalization that gave birth to gadgets. The formulation of the research problem is what is the trend of solo travelers from the perspective of the millennial generation and how is their interest in traveling in the new normal era. The purpose of this research is to explore the trends and interests of solo travelers from the perspective of the millennial generation in traveling on its period. Key informants in this study were internal informants from 3 managers from the selected tourism industry, as well as external informants, namely 15 solo travelers from the millennial generation aged 20-30 years as eligible sources who have roles as students, early jobbers or young parents to provide information. information about interest in traveling in the new normal era from each tourist attraction. The data analysis technique used in this research is qualitative data analysis which is carried out interactively through the process of data reduction, data display, and verification. The results show that the tourist interest of solo travelers from the millennial generation is a potential niche for tourism managers and developers, especially in the new normal era which focuses on the revival of tourism.

Keywords: *Solo Traveler; tourist interest; New Normal; Milenial Generation.*

A. PENDAHULUAN

Pola interaksi dan mobilitas kelompok berkontribusi terhadap penularan covid pada masa pandemi (Funk, Salathe dan Jansen, 2010). Menurut Zhang dan Liu (2011) kegiatan traveling menjadi salah satu kegiatan yang dibatasi pada masa tersebut. Era normal baru menjadikan perubahan tatanan dalam segala bidang kehidupan bahkan bidang pariwisata. Aktivitas wisata bergeser dari kelompok besar menjadi kelompok kecil dan *family tour*. Tren melakukan perjalanan bertambah dengan adanya tren baru pada kegiatan traveling yaitu solo travel. Adanya pembatasan sosial dimana kumpulan massa yang harus dihindari menjadikan solo traveler sebagai aktivitas wisata menarik keberadaannya. Bahkan fenomena solo traveler menjadi tren wisata yang mulai populer. Peningkatan tren ini dijelaskan Ben Ross, Head of Prints Telegraph, dalam artikel Travel Weekly tahun 2017 bahwa terdapat 12% orang yang memilih bepergian sendiri (Luna dan Hanifah, 2020). Jumlah solo traveler meningkat dari 31% menjadi 385% pada tahun 2018 dan kemungkinan akan terus meningkat di tahun mendatang. Scoot sebagai maskapai budget yang dilansir oleh detik.com pada tanggal 13 Agustus 2019 hampir 50% generasi milenial melakukan perjalanan sendiri dalam periode 6 bulan pertama di tahun 2019 yang menjadikan traveling salah satu gaya hidup mereka yang merupakan implementasi dari kebebasan dan jiwa petualang untuk generasi tersebut. Berdasarkan artikel Solo Post (2010), meskipun pelaku wisata ini tidak signifikan dalam hal jumlah namun keberadaannya menunjukkan peluang dan potensi dalam menggerakkan pariwisata dengan berkontribusi pada ekonomi lokal. Situasi tersebut menguntungkan terutama pada situasi pasca pandemi. Minat merupakan variabel penting dalam pemasaran. Tanpa ada minat beli, konsumen tidak akan melakukan *action* pengambilan keputusan dalam pembelian produk. Manuarang (2018), minat dianggap sebagai proses yang digunakan untuk mengevaluasi pengambilan keputusan konsumen. Tahapan proses diakhiri dengan keinginannya untuk melakukan keputusan. Keinginan konsumen untuk mengambil keputusan pemilihan sebuah produk harus diawali oleh tingkat minat yang tinggi. Rekomendasi mempengaruhi keputusan melakukan perjalanan mencakup pilihan akomodasi, rekomendasi kuliner, pilihan transportasi, keamanan tujuan wisata, finansial, informasi tujuan, dan perbaikan rencana perjalanan (Arsal, 2009).

Penelitian terbaru menunjukkan separuh dari para milenial lebih memilih untuk melakukan perjalanan seorang diri. Selain itu, disepakati oleh para pengamat pariwisata bahawa tren wisata di masa berikutnya diprediksi dapat berubah menjadi solo traveling. Menurut Aditya (2020) hal pendorong perubahan tersebut tidak lain karena adanya bencana seperti halnya krisis pandemi global covid-19 yang terjadi menjadikan tren pariwisata mengalami revolusi total yang lebih *concern* terhadap keamanan dan kesehatan. Aktivitas wisata tidak lagi menjadi aktivitas yang beramai-ramai, namun akan menjadi aktivitas yang lebih sedikit melibatkan banyak orang bahkan individual traveling atau solo traveler. Fenomena ini menjadi bukti perilaku wisatawan secara drastis berubah dengan adanya covid-19. Perlu adanya pemahaman dan prediksi perilaku perjalanan para pembuat kebijakan dalam situasi new normal sesuai kebutuhan perjalanan individu (Bataineh, 2015). Fenomena tren solo traveler tersebut diasumsikan sebagai perjalanan dengan biaya rendah ke tempat eksotis dan seringkali yang belum banyak dikunjungi (Aditya, 2020). Tren ini meningkat di Indonesia dengan banyaknya wisatawan domestik berasal dari generasi muda yang melakukan perjalanan. Temuan Yang dan Khoo (2019) telah menunjukkan bahwa solo travel menyediakan sarana untuk penemuan diri. Hal tersebut menjadi sesuatu yang banyak dicari oleh generasi milenial. Pemahaman yang lebih baik mengenai perilaku dan minat generasi milenial sebagai obyek potensial akan mampu meningkatkan industri pariwisata bangkit pasca pandemi di era new normal. Potensi generasi milenial dalam penelitian menunjukkan nilai lingkungan egosentris yang kuat, dan keterputusan antara cita-cita lingkungan yang dinyatakan dan perilaku traveling (Vermeersch, Sanders dan Wilson, 2016). Penelitian ini diharapkan dapat membantu para praktisi dan pembuat kebijakan untuk membangun, mengoperasikan dan memelihara komunitas wisata, serta

melibatkan para solo traveler yang sudah ada dengan cara yang lebih efisien. Penelitian Yang dan Tung (2018) menyatakan bahwa penelitian mengenai solo traveler menarik bagi *market* karena pasar perjalanan solo semakin penting bagi organisasi pemasaran destinasi.

Kebaruan dalam penelitian ini adalah adanya pergeseran dalam minat wisatawan generasi milenial dalam melakukan perjalanan pada era normal baru. Peluang ini harus ditangkap oleh pemangku kepentingan untuk kembali menggeliatkan wisata agar bangkit dari keterpurukan. Data buku harian perjalanan aktivitas yang dikumpulkan di hongkong pada tahun 2010 penelitian ini meneliti dampak atribut jaringan sosial pada keputusan antara aktivitas solo dimana dampak signifikan pada solo travel, individu menerima dukungan emosional dan sosial dari teman perjalanan (Lin dan Wang, 2014). Traveling adalah melakukan perjalanan ke tempat tertentu dengan tujuan untuk mencari hiburan. Dapat juga dikatakan bahwa traveler selalu berpindah tempat atau seseorang yang sering bepergian. Dalam hal ini yang dimaksud hiburan yang dicari seorang traveler adalah wisata alam, wisata kuliner ataupun kegiatan wisata lainnya. Traveler melakukan perjalanan ketempat yang belum pernah dikunjungi dengan pengetahuan seadanya. Solo traveler melakukan aktivitas ini seorang diri dengan rekomendasi dari orang sekitar. Menurut Pereira dan Silva (2018) solo traveler mencari petualangan, interaksi sosial, pendidikan dan pemahaman diri bahkan kebebasan dan kesenangan. Solo traveler cenderung kepada aktivitas wisata perjalanan yang mencakup elemen aktivitas fisik, lingkungan alam dan budaya. Berdasarkan *adventure tourism market study (2013)* solo traveler yang kini menjadi pilihan dalam melakukan perjalanan yang disusun sendiri untuk mencari petualangan baik wisata alam, budaya, kuliner, dan sebagainya. Minat dapat diartikan sebagai kekuatan motivasi yang menyebabkan seorang individu menaruh perhatian pada individu, objek, atau aktivitas tertentu. Ini menggambarkan alasan mengapa seseorang tertarik pada objek, orang, atau aktivitas tertentu di atas orang lain. Minat juga dapat berperan sebagai pedoman bagi seseorang untuk mengambil keputusan. Minat adalah pernyataan psikologis yang tidak dapat diamati secara langsung. Namun, adalah mungkin untuk mengamati dinamika atau manifestasinya dalam tindakan atau perilaku seseorang. Kesimpulannya, minat merupakan aspek psikologis yang berperan sangat dominan dalam menimbulkan perilaku. Minat adalah rasa ketertarikan terhadap suatu objek berdasarkan preferensi yang relevan sehingga timbul keinginan untuk terlibat dengan objek tersebut. Ia tampil sebagai dorongan yang kuat untuk mendekati diri, cukup lebih aktif dan lebih dalam, spontan dan hubungan yang lebih selektif dengan objek tertentu. Minat memiliki dua elemen penting, yaitu motif dan perhatian. Motif adalah kekuatan psikologis yang mengarahkan seseorang untuk memutuskan sesuatu tentang minatnya. Di sisi lain, perhatian adalah konsentrasi mental terhadap objek tertentu. Minat dapat muncul dan meningkat setelah seseorang memperoleh informasi yang lengkap tentang suatu objek, sehingga objek minat umumnya berkisar pada hal-hal yang dikenali sebelumnya. Semakin banyak minat yang diberikan individu terhadap suatu objek, semakin aktif proyeksi keterlibatan individu dalam objek tersebut. Minat perjalanan adalah minat seseorang untuk melakukan perjalanan ke suatu lokasi tertentu untuk mendapatkan pengalaman yang unik. Minat berkunjung berarti konsumen (pengunjung) potensial yang pernah dan belum pernah dan yang sedang akan berkunjung pada suatu objek wisata (Ngajow et al, 2021). Minat wisatawan biasanya dilihat sebagai kebutuhan, dan wisatawan dilihat sebagai konsumen. Oleh karena itu, pengembangan destinasi wisata harus bertujuan untuk menawarkan daya tarik wisata yang dapat memuaskan minat wisatawan. Wisata minat khusus adalah suatu bentuk kegiatan perjalanan di mana seorang wisatawan mengunjungi tujuan tertentu karena kemampuan lokasi atau tujuan wisata untuk memuaskan minat atau tujuan tertentu konsumen minat wisata memainkan peran penting dalam menentukan keberlanjutan atau bahkan keberhasilan suatu tujuan wisata. Oleh karena itu, temuan studi terkait akan semakin signifikan di masa depan (Shen dan Geng, 2019). Kegiatan wisata yang dilakukan oleh solo traveler lebih spesifik karena didasari rasa ingin tau yang tinggi, mengejar kepuasan dan pengalaman yang didapatkan selama kegiatan wisata. Selain itu menurut Syamsiah, Satriadi dan Azhim (2021) serta Andina dan Aliyah (2021) faktor lain yang

mempengaruhi minat wisatawan adalah daya tarik wisata (atraksi), aksesibilitas, tarif, fasilitas dan informasi merupakan paket produk wisata yang harus diperhatikan sesuai dengan permintaan pasar. Wisata bagi solo traveler dapat menjadi ajang pengalaman unik, mengejar kepuasan namun yang harus diperhatikan salah satunya adalah aksesibilitas, tarif, fasilitas dan itenary dalam kegiatan.

New normal adalah tatanan baru untuk beradaptasi dengan Covid 19. Juru bicara pemerintah untuk penanganan Covid 19 menyatakan new normal adalah tatanan, kebiasaan dan perilaku yang berbasis pada adaptasi untuk membudayakan perilaku hidup bersih dan sehat. Sedangkan menurut Ketua Tim Pakar Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid 19, new normal adalah perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas dengan perilaku implementasi protokol Kesehatan untuk mpenularan Covid 19 (Riandari, 2020). Pemerintah Pusat melalui Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional atau Kepala Bappenas tepat pada 28 Mei 2020 dalam jumpa pers bersama Menteri Luar Negeri Retno Marsudi dan Tim Pakar Gugus Tugas Penanganan *Covid-19* telah menyampaikan Protokol Masyarakat Produktif serta Aman *Covid-19* untuk menuju Normal Baru (*new normal*), *new normal* ini dimaknai hidup berdampingan dengan Covid-19. Pemerintah memberitahukan bahwa 'Penyesuaian PSBB' sedang disusunnya kriteria serta langkah- langkah, dan menentukan penyesuaian dalam menerapkan PSBB. Namun, pelaksanaan kebijakan Penyesuaian PSBB ini belum pemerintah tetapkan kapan waktunya untuk dilaksanakan, disamping itu ketidak pastian ini membuat masyarakat abai terhadap kedisiplinan menjaga kesehatan serta *social distancing*.

Generasi milenial adalah orang yang lahir pada tahun 1982 dan lulus SMA pada tahun 2000 termasuk dalam generasi milenial. Pendapat lain menyatakan bahwa seseorang yang termasuk dalam generasi milenial harus lahir antara tahun 1983 dan 2001. Peneliti lain Carlson (2008) mengajukan teori dan pendapatnya tentang generasi millennial, namun secara umum, orang yang lahir pada tahun 1980 hingga 2000 dikategorikan sebagai generasi millennial. Generasi millennial merupakan generasi yang banyak berinteraksi melalui komunikasi instan dan teknologi informasi seperti email, short message service (SMS), instant messaging apps (WhatsApp, line), dan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Generasi ini tumbuh pada era booming internet. Karakteristik generasi milenial memiliki kepribadian yang unik tergantung di mana mereka dibesarkan, status ekonomi, dan status sosial keluarganya. Generasi ini memiliki pola komunikasi yang lebih terbuka dibandingkan generasi sebelumnya. Fanatik media sosial dan kehidupannya sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi. Milenial lebih banyak terpapar pandangan politik dan ekonomi, sehingga mereka tampak sangat reaktif terhadap dinamika di sekitarnya. Selanjutnya, mereka memperhatikan kekayaan mereka. Generasi milenial yang memiliki pola komunikasi lebih terbuka dan terbiasa dalam teknologi informasi menjadikan ceruk ini banyak pada generasi milenial. Generasi ini reaktif terhadap dinamika sekitar sehingga minat wisata dan keinginan mengeksplor wisata alam dan budaya menjadi kegiatan menantang untuk mengejar kepuasan berwisata di era new normal.

B. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah *Field research* merupakan bentuk penelitian yang bertujuan mengungkapkan makna yang diberikan oleh anggota masyarakat pada perilakunya dan kenyataan sekitar yang digunakan ketika metode survei ataupun eksperimen dirasakan tidakpraktis, atau ketika lapangan penelitian masih terbentang dengan demikian luasnya. Dalam *field research* peneliti masuk ke lingkungan penelitian dengan benar-benar fokus, bebas dari prakonsepsi dan mengalir mengikuti arus di lingkungan penelitiannya tersebut. Observasi merupakan teknik pengumpulan informasi utama yang dilakukan. Berbeda dengan penelitian lain, data dan informasi yang diperoleh pada *field research* langsung dianalisis pada kesempatan pertama, bersamaan dengan pengumpulan informasi berikutnya. Proses ini

berlangsung terus menerus, tanpa perangkat pedoman yang pasti dan lebih mengikuti perkembangan di lapangan.

Dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, data memegang peranan yang cukup penting karena data tersebut dimanfaatkan untuk memverifikasi teori yang muncul di lapangan. Data atau informasi tersebut berasal dari berbagai sumber yang dapat diperoleh melalui wawancara, observasi, telaah dokumen, dan diskusi kelompok terarah. Berbagai sumber tersebut yakni data primer yang diperoleh dari narasumber atau *key informan* yang berkompeten dalam memberikan data/informasi sedetail mungkin yang berkaitan dengan permasalahan penelitian diantaranya adalah :

1. Narasumber atau key informan yang berasal dari pengelola industri pariwisata yaitu :
 - a. Pengelola Tangkuban Parahu
 - b. Pengelola Grafika Cikole
 - c. Pengelola PAL 16 Cikole
2. Informan dengan strategi sampling variasi maksimum dengan tujuan mendokumentasikan keragaman individu berdasarkan ciri-ciri spesifik. Variasi maksimum dilakukan dengan cara memaksimalkan perbedaan kriteria dari informan peneliti (Creswell, 2015). Informan ini adalah solo traveler dari generasi Y (millennial) dengan rentang usia 20-30 tahun.
3. Data observasi lapangan yang dilakukan penulis.
4. Sumber data sekunder yang berasal dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini, dokumen yang digunakan antara lain :
 - a. Data kunjungan wisatawan dari pengelola obyek wisata.
 - b. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020 tentang Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan Dan Kelestarian Lingkungan Di Daya Tarik Wisata
 - c. Dokumen lain yang dirasa perlu oleh peneliti yang dapat mendukung kegiatan penelitian.

Sumber data diperoleh dari hasil wawancara mendalam terhadap informan secara langsung antara pewawancara dan informan penelitian untuk lebih memudahkan dalam menggali informasi langsung pada permasalahan penelitian. Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif melalui proses data reduksi, data display dan verifikasi.

C. HASIL DAN ANALISIS

Hasil Penelitian

Gambaran Objek wisata

Natural Park Tangkuban Parahu

Taman wisata alam tangkuban parahu merupakan salah satu atraksi wisata alam yang berada di provinsi Jawa Barat yang dikelola oleh PT. Graha Rani Putra Persada. Taman wisata ini secara administratif berlokasi di antara kota Bandung dan kota Subang dengan jarak kurang lebih 20km dari Bandung Utara atau sekitar 30km dari pusat kota Bandung. Gunung Tangkuban Parahu yang merupakan gunung berapi aktif adalah pusat dari atraksi alam ini memiliki ketinggian diatas 2.000 meter diatas permukaan laut dan secara geografis posisinya berada pada 60 46' LS, 1070 36' BT. Dengan pemandangan lanskap, atraksi wisata didalamnya memiliki fasilitas untuk outbond games. Deretan kawah yang terbentang merupakan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Kawah Ratu, Kawah Upas, Kawah Baru Dan Kawah Domas.

Untuk mencapai lokasi, dari pusat kota dapat melewati daerah Ledeng. Khusus para solo traveler yang menggunakan sepeda biasanya selain melewati jalan sepanjang setiabudi dan Lembang, dapat pula menyusuri dago dan Pagerwangi. Dari Lembang sendiri dengan jarak 11km dapat ditempuh

ke arah Subang. Aksesibilitas ke lokasi memiliki kondisi yang baik meskipun terdapat banyak tikungan.

Daya tarik wisata Natural Park Tangkuban Parahu antara lain:

- 1) Outbound Taman Wisata dimana didalamnya terdapat 33 jenis permainan yang ramah untuk anak-anak hingga dewasa. Lokasi outbound berada di parkir bus jayagiri.
- 2) Kawah Ratu Kawah ini merupakan kawah utama atau kawah terbesar diantara kawah-kawah lain yang terbentang di taman wisata Tangkuban Parahu. Uniknya selain berukuran besar kawah ini berbentuk mangkuk besar dengan kedalaman 500 meter. Untuk menjangkau kawah ini sangat mudah karena berposisi ditengah-tengah
- 3) Kawah Upas. Untuk menjangkau kawah diperlukan effort lebih karena berjarak 1,5 km dari area utama. Para solo traveler dapat mencapai kawah upas dengan berjalan kaki menyusuri tepian Kawah Ratu. Perlu kehati-hatian karena jalan cukup terjal dan berbatu dengan medan yang terbatas ditepian kawah ratu yang dibatasi pagar.
- 4) Kawah Baru. Kawah Baru menyuguhkan keindahan alam, namun para wisatawan tidak diperkenankan memasuki Kawah Baru disebabkan adanya gas beracun yang dapat membahayakan Kesehatan para pengunjung.
- 5) Kawah Domas. Untuk mencapai Kawah Domas juga diperlukan usaha ekstra karena berlokasi cukup jauh dari kawah utama. Dengan berjalan kaki sambil menikmati hutan pengunjung akhirnya dapat menarik nafas lega begitu sampai di lokasi Kawah Domas. Keindahan dan keunikan akan mengobati kelelahan dengan merendam kaki di kolam air hangat yang berada di sekitar Kawah Domas. Kawah ini memiliki air panas alami dengan suhu 98C sampai 150C. Para Pengunjung juga dapat merebus telur di area Kawah Domas.

Terminal Wisata Grafika Cikole

Grafika Cikole merupakan pusat wisata terpadu dimana didalamnya terdapat tempat wisata, restoran dan sekaligus penginapan. Grafika Cikole berlokasi di kaki gunung Tangkuban Parahu dengan ketinggian 1.400 meter diatas permukaan laut. Lokasinya dikelilingi oleh hutan pinus seluas kurang lebih 9 hektar. Udara sejuk sekitar 20C merupakan tempat wisata untuk aktifitas outbound.

Untuk mencapai lokasi wisata Grafika Cikole sangat mudah karena berlokasi di kaki gunung Tangkuban Parahu. Para pengunjung dapat mengambil arah dari pusat kota dapat melewati daerah Ledeng.

Fasilitas yang dimiliki adalah saung lesehan berupa rumah makan pondok terbuka yang dibangun menyerupai saung di persawahan dimana lantai saung lesehan menggunakan kayu dengan pagar setinggi betis dan beratap rumbia. Letak saung lesehan ini diapit bukit hutan pinus dengan suasana yang asri dan ditujukan bagi para solo traveler maupun keluarga. Sedangkan untuk tamu wisata grup terdapat aula dengan sumbu yang dapat menampung kapasitas 600 orang. Live music disuguhkan untuk menemani tamu santap siang yang bisa dinikmati bersama keindahan alam sekitar.

Selain restoran dan outbound, Grafika Cikole juga memiliki area penginapan. Diantaranya; pondok wisata alam, Pondok Wisata ini adalah salah satu penginapan di Lembang Bandung yang ada di Terminal Wisata Grafika Cikole. Penginapan Pondok Wisata ini berada di atas bukit, di hamparan rumput yang terletak disela pepohonan pinus dengan udara sejuk dan terdapat di kaki gunung Tangkuban Parahu. Pondok Wisata di Lembang ini menawarkan atmosfer rumah pedesaan dengan interior dan eksterior yang terbuat dari kayu. Pondok Wisata dibangun dengan konsep selaras dengan alam sekitarnya.

- 1) Urban Camp. Terminal Wisata Grafika Cikole menawarkan akomodasi baru bagi penggemar wisata alam camping yakni "TWGC Camping Land" atau disebut juga Urban Camp. Konsep

Glamping (Glamour Camping), yang terletak di atas bukit di hamparan rumput di sela pepohonan pinus dengan udara sejuknya embun yang menyelimuti di pagi hari yang dapat anda rasakan ketika anda sekedar duduk-duduk di depan balkon sambil menikmati secangkir minuman tradisional Bandrek, dan atmosfer selaras dengan alam yang terdapat di kaki Gunung Tangkuban Parahu. Urban Camp menarik untuk pengunjung yang ingin berwisata camping dengan mengajak keluarga untuk lebih mengenal suasana alam, karena dengan konsep yang lebih exclusive antara perpaduan pondok dan camping.

- 2) Camping Keluarga. Terminal Wisata Grafika Cikole menyediakan tempat camping bagi keluarga. Tempat camping keluarga ini berupa petak-petak menggunakan alas papan yang dipasang pada cor semen sehingga tenda bisa diikat kuat dan tidak perlu khawatir terbawa angin. Alas papan ini juga berguna untuk menghindari kontak langsung dengan tanah sehingga bagian dasar tenda camping tidak akan basah oleh embun atau ketika hujan.
- 3) Camping Massal. Selain tempat camping keluarga, di Terminal Wisata Grafika Cikole terdapat lokasi camping yang bisa dijadikan tempat camping massal bagi perusahaan, sekolah maupun instansi dengan kapasitas banyak.

PAL 16 Cikole

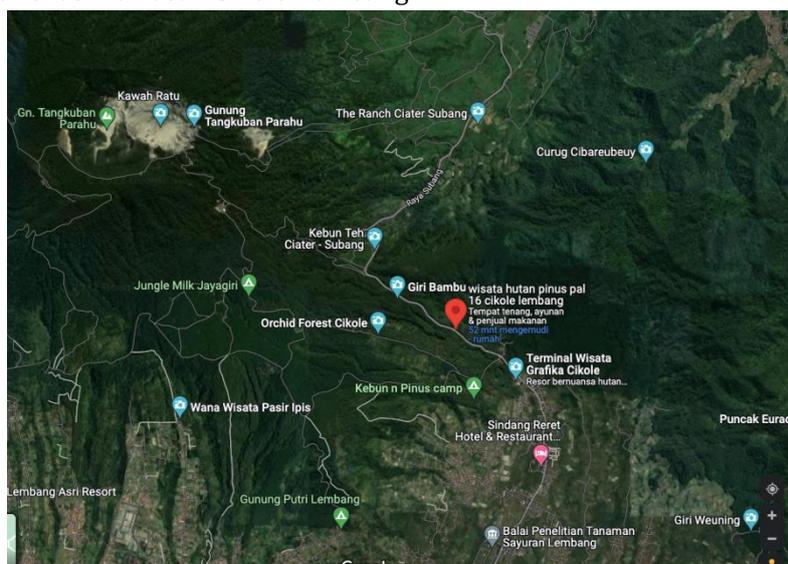
PAL 16 merupakan hutan pinus yang terletak di Jalan Raya Tangkuban Parahu dan tidak jauh dari jalan menuju gunung Tangkuban Parahu. Daya tarik dari PAL 16 adalah keindahan alamnya dan udara dari hutan pinus yang sejuk dan bersih. Lokasi wisata PAL 16 tertata rapih dan dikelola dengan baik. Awal mulanya Kawasan ini hutan pinus biasa dengan pemandangan alamnya dan sering dijadikan tempat bertenduh atau bersantai oleh pengguna jalan raya. Namun saking ramainya orang yang datang, tempat tersebut pun akhirnya dikelola sebagai tempat wisata demi kenyamanan bersama.

Para wisatawan dapat melakukan berbagai aktivitas yaitu swafoto, bersantai diatas hammock atau gazebo.

Selain itu, pengunjung dapat melakukan aktivitas *outbound* seperti bermain *paintball*, *flying fox*, *camping*, jembatan gantung, sepeda gantung, dan masih banyak aktivitas menarik lainnya yang bisa kamu lakukan bersama keluarga

Lokasi

Penelitian ini berlokasi Kawasan Cikole-Lembang.



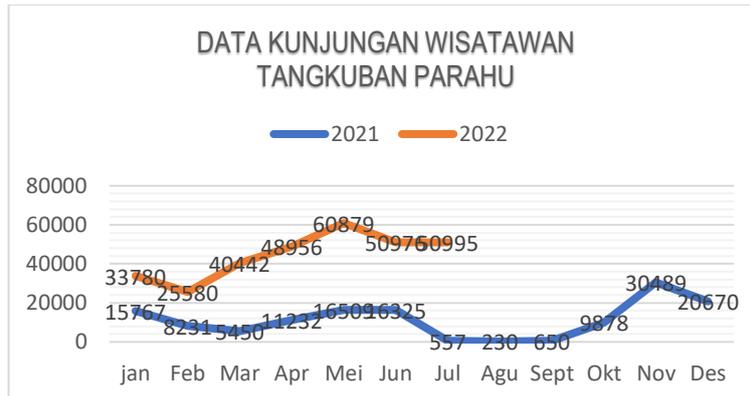
Gambar 1 Lokasi Penelitian
(Sumber : Google Maps dimodifikasi, 2022)

Lokasi ini dipilih karena dianggap mewakili lokasi yang sering menjadi tujuan solo traveler terutama generasi millennial dalam minat melakukan kegiatan wisata.

Solo Traveler dan Wisata

Kunjungan Solo Traveler Millennial di Era New Normal

Berdasarkan pengamatan terhadap data-data yang peneliti gali dari lokus, dapat dilihat tren kunjungan wisatawan secara keseluruhan pada era new normal sebagaimana dapat dilihat pada gambar 2 berikut:

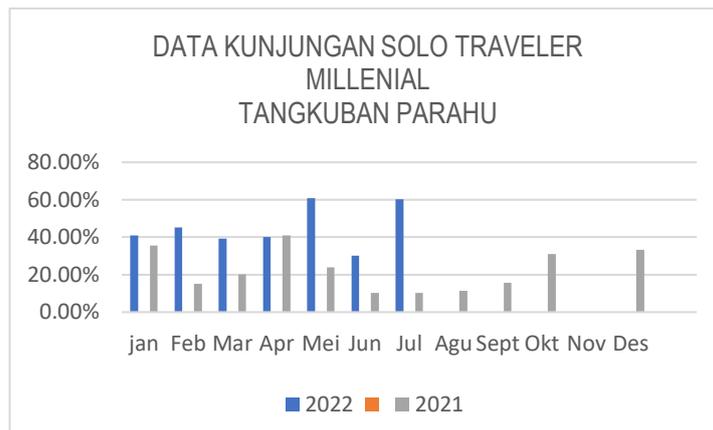


Gambar 2 Data Kunjungan Wisatawan Tangkuban Parahu

Data kunjungan wisatawan Tangkuban Parahu pada tahun 2021 dari awal tahun hingga akhir tahun 2021 berada pada rata-rata kunjungan di angka 11.000-an pengunjung hingga pertengahan tahun. Hal tersebut seiring dengan adanya pelanggaran pembatasan sosial yang diberlakukan. Namun dari Juli hingga September kembali anjlok dikarenakan pandemi kembali melonjak sehingga obyek wisata ikut mengalami dampak dengan pengetatan kembali di pembatasan sosial. Menjelang akhir tahun dari bulan Oktober hingga Desember, angka kunjungan fantastis naik sampai dengan angka kunjungan 30.000-an.

Melihat data dan membandingkannya dengan data pada tahun 2022, kondisi kunjungan wisatawan berada diatas rata-rata angka kunjungan pada tahun 2021. Rata-rata kunjungan wisatawan sampai dengan pertengahan tahun mencapai angka 51.000-an kunjungan wisatawan. Hal ini menandakan bahwa era new normal ini signifikan terhadap kunjungan wisatawan di Tangkuban Parahu.

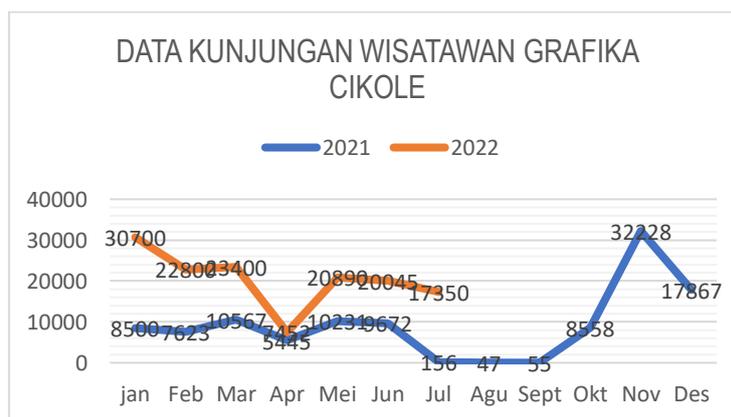
Lebih spesifik pada kunjungan wisatawan dari generasi millennial dapat dilihat pada Gambar 3 berikut:



Gambar 3 Data Kunjungan Solo Traveler Generasi Millennial Tangkuban Parahu

Sesuai total data kunjungan wisatawan secara keseluruhan, data kunjungan wisatawan dari generasi millennial ini linier dengan total wisatawan yang mengunjungi obyek wisata. Angka kunjungan millennial pada tahun 2021 maksimal hanya pada persentase 40% dari total wisatawan. Namun pada tahun 2022, persentase melonjak naik hingga diangka 60% terutama pada bulan Mei dan Juli 2022.

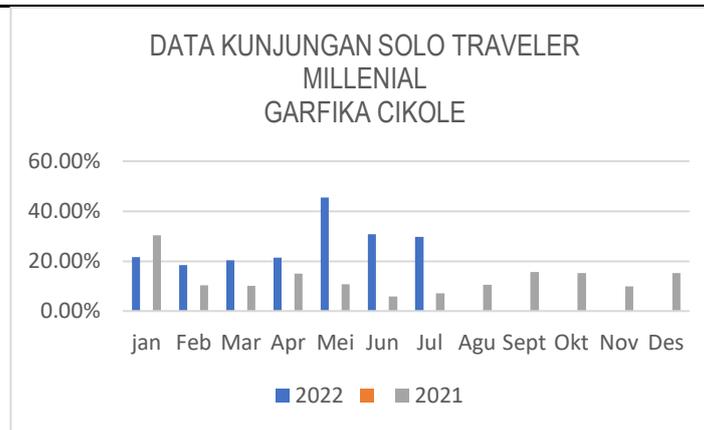
Kunjungan wisatawan di Grafika Cikole dapat diliha pada Gambar 4 berikut:



Gambar 4 Data Kunjungan Wisatawan Grafika Cikole

Kunjungan wisatawan ke Grafika Cikole secara umum pada tahun 2021 memiliki tren masih rendah dibandingkan tahun 2022. Hal ini diprediksi karena masih adanya pembatasan sosial pada tahun tersebut. Peningkatan tajam kunjungan adalah pada menjelang akhir tahun 2021 seiring dengan liburan natal dan tahun baru dan adanya pelonggaran pembatasan sosial serta semakin kuatnya era new normal pada berbagai sendi kehidupan termasuk pada bidang pariwisata. Kunjungan wisatawan tahun 2022 berkisar pada rata-rata 20.000-an kunjungan, dan jika melihat gambar trafiknya termasuk merata.

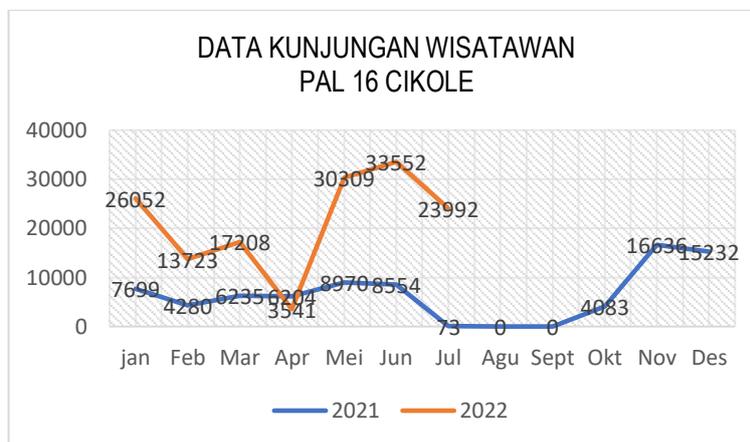
Sedangkan kunjungan solo traveler ke Grafika Cikole pada generasi millennial dapat dilihat pada Gambar 5:



Gambar 5 Data Kunjungan Solo Traveler Generasi Millennial Grafika Cikole

Tren kunjungan solo traveler pada generasi millennial di Grafika Cikole di bulan Mei 2022 hampir mencapai angka 50% dari total kunjungan. Sedangkan pada tahun 2021 angka kunjungan umumnya masih dibawah 20%.

Tren kunjungan wisatawan secara di PAL 16 Cikole pada era new normal dapat dilihat pada gambar 6 berikut:

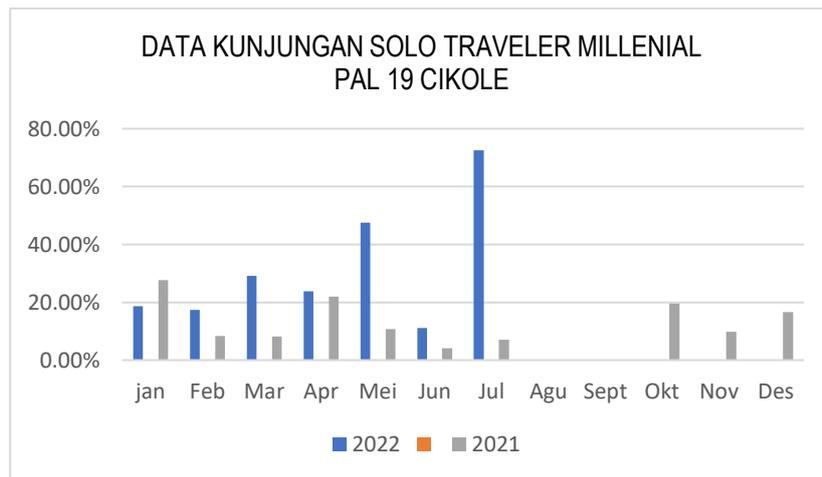


Gambar 6 Data Kunjungan Wisatawan PAL 16 Cikole

Rata-rata kunjungan wisatawan di PAL 16 Cikole pada tahun 2021 dari awal tahun hingga pertengahan tahun 2021 ada di angka 6.000-an. Pada pertengahan tahun anjlok dikarenakan pandemi kembali melonjak sehingga obyek wisata ikut mengalami dampak dengan pengetatan kembali di pembatasan sosial. Menjelang akhir tahun dari bulan Oktober hingga Desember, angka kunjungan fantastis naik sampai dengan angka kunjungan 16.000-an.

Pada tahun 2022, kondisi kunjungan wisatawan berada diatas rata-rata angka kunjungan pada tahun 2021. Rata-rata kunjungan wisatawan sampai dengan pertengahan tahun mencapai angka 20.000-an kunjungan wisatawan. Hal ini menandakan bahwa era new normal ini berdampak nyata terhadap kunjungan wisatawan di PAL 16 Cikole.

Kunjungan wisatawan solo traveler dari generasi millennial dapat dilihat pada Gambar 7 berikut:



Gambar 7 Data Kunjungan Solo Traveler Generasi Millennial
PAL 16 Cikole

Angka kunjungan solo traveler dari generasi millennial pada tahun 2021 maksimal hanya pada persentase 30% dari total wisatawan. Namun pada tahun 2022, persentase melonjak naik hingga diangka 70% terutama pada bulan Mei dan Juli 2022.

Aktivitas Solo Traveler Millennial

Hal yang menarik dilakukan oleh wisatawan saat melakukan perjalanan adalah aktivitas wisata. Berbagai obyek wisata menyuguhkan berbagai atraksi yang mengakomodir para wisatawan ketika melakukan kunjungan. Aktivitas solo traveler millennial menjadi hal yang menarik untuk dieksplor saat melakukan kunjungan wisata. Pada lokasi Tangkuban Parahu, aktivitas yang dilakukan solo traveler generasi millennial ini adalah eksplor daya tarik wisata di area Tangkuban Parahu. Para pelaku solo traveler millennial di lokasi Tangkuban Parahu lebih banyak pada wisata alam. Tren bersepeda saat ini tengah meningkat. Para solo traveler millennial melakukan aktivitas kunjungan dengan bersepeda. Beberapa diantaranya melakukan aktivitas bersepeda dengan komunitas, namun tidak sedikit pula yang melakukannya sendiri. Aktivitas inilah yang dilakukan solo traveler millennial untuk mencapai obyek wisata Tangkuban Parahu.

Eksplor daya tarik wisata lainnya selain bersepeda dilakukan dengan hiking. Para solo traveler millennial melakukan aktivitas hiking baik dari kaki gunung Tangkuban Parahu yaitu dengan melakukan start awal di daerah Cikole, ataupun melakukan awal hiking setelah mereka sampai di lokasi utama yaitu di Kawasan Kawah Ratu. Aktivitas berjalan kaki menjadi aktivitas yang cukup dominan di area Tangkuban Parahu mengingat beberapa lokasi yang menjadi daya tarik wisata tidak bisa dijangkau dengan kendaraan. Kawah Ratu yang merupakan center dari obyek wisata relatif lebih mudah dijangkau dengan kendaraan. Namun seperti Kawah Domas diperlukan aktivitas hiking untuk mencapai lokasi. Demikian juga dengan Kawah Upas yang memerlukan berjalan kaki sambil menyusuri bibir Kawah Ratu.

Berkuda juga merupakan aktivitas yang menarik di obyek wisata Tangkuban Parahu. Para solo traveler millennial dapat memanfaatkan aktivitas berkuda di sekitar kawasan Kawah Ratu sambil menikmati view sekitarnya.

Aktivitas berbelanja dapat dilakukan para solo traveler millennial ini. Berbagai cenderamata khas daerah obyek wisata menjadi daya tarik para pelaku wisata kalangan millennial sebagai buah tangan. Aktivitas lainnya adalah swa foto. Generasi ini terbiasa mengabadikan setiap moment dan upload di sosial mediana.

Berbeda hal nya dengan Tangkuban Parahu yang kuat akan daya tarik alamnya, Grafika Cikole menyuguhkan aktivitas yang sedikit berbeda. Terminal Wisata Grafika Cikole lebih menawarkan

kepada aktivitas staycation. Dengan berbagai pondok wisata seperti pondok wisata Pinus, Damar dan Cemara yang berkapasitas 6 orang tidak memungkinkan dijadikan tujuan solo traveler millennial. Demikian juga dengan Urban Camp dan Rumah Panggung yang berkapasitas 4 orang dan 2 orang. Aktivitas yang umumnya dilakukan solo traveler di Terminal Wisata Grafika Cikole adalah Camping. Fasilitas sewa untuk tenda dome banyak dimanfaatkan oleh para solo traveler millennial. Dengan sewa tenda dome termasuk didalamnya alas tenda, matras, sleeping bag, serta fasilitas mie instant cup menjadikan aktivitas camping ini sebagai aktivitas low budget para solo traveler millennial. Untuk outbound paket tidak memungkinkan juga dilakukan solo traveler millennial karena harus berkelompok. Namun Zip Coaster menjadi alternatif aktivitas yang dapat dilakukan secara solo. Selain menantang adrenalin generasi millennial, kegiatan ini dapat diabadikan dengan adanya fasilitas foto saat kegiatan Zip Coaster dilakukan. Area Bird Park juga menjadi tujuan para solo traveler millennial. Di atraksi Bird Park para solo traveler dapat berinteraksi dengan berbagai jenis burung seperti Maccaw, Sun Conure, Amazon, Afrey. Aktivitas lainnya tentu saja menikmati kuliner dengan berbagai paket yang ditawarkan.

PAL 16 Cikole menawarkan berbagai aktivitas yang dapat dilakukan para solo traveler millennial. Berkemah dapat dilakukan dengan menyewa tenda bagi solo traveler millennial, karena dan pondok VIP dan pondok standar lebih memungkinkan bagi wisatawan family ataupun group. Aktivitas para solo traveler millennial di PAL 16 Cikole lebih banyak melakukan petik strawberry, petting pet. bird park, flying fox, zip coaster. Spot foto menjadi pelengkap aktivitas untuk mengabadikan moment para solo traveler. Demikian juga dengan aktivitas kuliner.

Minat Wisata Solo Traveler pada Perspektif Generasi Millennial

Pada penelitian ini, dilakukan observasi terhadap tren solo traveler dalam minat berwisata pada generasi millennial di era kebiasaan baru atau era new normal. Kondisi pasca pandemi yang menuntut perubahan kebiasaan diberbagai sektor termasuk pariwisata menjadikan peluang bagi relung pasar solo traveler untuk berkembang. Tahun 2020 sampai dengan pertengahan tahun masih terjadi pembatasan sosial. Namun pada akhir tahun 2020 hingga awal tahun mulai dilakukan pelonggaran pembatasan sosial dan masyarakat mulai menerapkan kebiasaan baru. Responden penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1
Daftar Nama Responden

Kode	Nama Responden	Jabatan
R1	Heri	General Manager/ Delegate Tangkuban Parahu
R2	Erwin	General Manager/ Delegate Grafika Cikole
R3	Silva	General Manager/ Delegate PAL 16 Cikole
R4	Dimas	Solo Traveler Tangkuban Parahu
R5	Bayu	Solo Traveler Tangkuban Parahu
R6	Pinandoyo	Solo Traveler Tangkuban Parahu
R7	Dedi	Solo Traveler Tangkuban Parahu
R8	Kurnia	Solo Traveler Tangkuban Parahu
R9	Pirastiyo	Solo Traveler Tangkuban Parahu
R10	Putro	Solo Traveler Tangkuban Parahu
R11	Eka Safitri	Solo Traveler Grafika
R12	Dinda Gunawan	Solo Traveler Grafika
R13	Natania Grace	Solo Traveler Grafika
R14	Sherlene	Solo Traveler Grafika

Kode	Nama Responden	Jabatan
R15	Wanda	Solo Traveler Grafika
R16	Nazwa	Solo Traveler Grafika
R17	Najwa	Solo Traveler Grafika
R18	Rara	Solo Traveler PAL 16 Cikole
R19	Karnita	Solo Traveler PAL 16 Cikole
R20	Gery	Solo Traveler PAL 16 Cikole
R21	Zaki	Solo Traveler PAL 16 Cikole
R22	Reza	Solo Traveler PAL 16 Cikole
R23	Yudha	Solo Traveler PAL 16 Cikole
R24	Luthfy	Solo Traveler PAL 16 Cikole

Sumber: Olahan Data Penulis, 2022

Perspektif Generasi Millennial untuk Solo Traveler dari Sisi Atraksi Wisata

Atraksi wisata tidak dapat dipungkiri menjadi hal yang menarik minat wisata bagi solo traveler generasi millennial pada era new normal. Sebagaimana diungkapkan oleh R1 dalam hasil wawancara berikut :

"Dengan adanya era new normal kecenderungan pengunjung tidak kembali seperti era sebelum pandemi. Kunjungan yang biasanya didominasi oleh group tour atau rombongan menjadi berkurang. Wisatawan lebih aware dengan protokol kesehatan dan lebih memilih aktivitas solo traveler. Tentu saja obyek yang menarik dan memiliki atraksi wisata yang menjadi tujuan. Tangkuban Parahu kuat daya tarik dalam keindahan panorama dan sejarah obyek wisata. Swafoto merupakan aktivitas utama para solo traveler. Mereka tidak perlu khawatir dan kesulitan dalam mengabadikan moment wisata. Para pedangan yang merangkap pramuwisata akan dengan sukarela membantu mengambil foto para traveler. Terdapat objek wisata menarik lainnya di TWA Tangkuban Perahu yaitu objek kawah domas. Objek ini merupakan objek favorit bagi para pelaku solo traveler, Aktivitas hiking, swafoto dan menikmati air belerang di kawah domas sangat menarik".

Pernyataan ini dikuatkan oleh hasil interview terhadap R3 yaitu:

"Wahana yang ada di obyek wisata mendukung para solo traveler khususnya generasi millennial untuk melakukan kunjungan ke obyek wisata. Sesuatu yang dapat dibeli sebagai cendera mata juga dalam satu factor yang menarik minat para generasi millennial untuk kegiatan solo traveler. Hal yang unik dan menjadi sesuatu yang perlu dicoba untuk kemudian dibagikan kepada teman, keluarga di sosial media menjadi kebanggaan bagi generasi ini"

Dilengkapi oleh R2 mengenai atraksi wisata :

"Atraksi berupa kearifan lokal menjadi sesuatu yang dapat menarik para generasi millennial yang terbiasa serba modern. Kegiatan berbasis alam, melakukan aktivitas dengan menyewa tenda dapat menjadi sesuatu untuk escape dari rutinitas sehari-hari".

Berdasar hasil wawancara dan data kunjungan yang telah dipaparkan di atas, maka dapat dikemukakan atraksi sebuah obyek wisata menjadi penentu para solo traveler berkunjung ke lokasi. Demikian mengenai atraksi ini diperkuat oleh R4, R8, R14, R20, R23, R24 yang mengungkapkan bahwa atraksi menjadi alasan solo traveler generasi millennial ini melakukan aktivitas wisata.

Perspektif Generasi Millennial untuk Solo Traveler dari Sisi Aksesibilitas

Aksesibilitas memegang peranan penting bagi kunjungan wisata. Akses memudahkan sebuah lokasi untuk dijangkau. Menurut wawancara dengan R2:

"Alat transportasi mudah menjangkau obyek wisata, tidak sulit mencapai obyek wisata karena akses kami dekat dengan Tangkuban Parahu. Beberapa pengunjung parkir kendaraan di lokasi Grafika untuk melanjutkan perjalanan hiking atau sepeda ke Tangkuban Parahu".

Hal lainnya diungkapkan juga oleh R1"

"Kami menyediakan rambu-rambu penunjuk jalan dari mulai gerbang masuk dibawah penjualan tiket. Rambu-rambu tersebut untuk menghindari para wisatawan yang melakukan aktivitas solo, baik bersepeda atau hiking untuk tersesat".

Demikian juga diungkapkan R3 jika akses mereka sangat nampak dari jalan raya Tangkuban Parahu karena pada awalnya kawasannya digunakan sebagai tempat peristirahatan.

Menurut R3 dan R10:

"Jalan yang dilalui menuju Kawah Ratu memiliki jalan aspal yang mulus sehingga memudahkan dalam mengendari sepeda".

Diperkuat oleh R5, R7, R9:

"Sepanjang akses jalan diberi rambu-rambu penunjuk, baik arah maupun toilet dan kebersihan sepanjang jalan yang terawat memudahkan para solo traveler yang melakukan aktivitas hiking dalam mengakses obyek wisata".

Demikian juga diungkapkan R18 dan R24 bahwa mereka dengan mudah menjangkau PAL 16 Cikole dimana akses masuk ke obyek wisata.

Perspektif Generasi Millennial untuk Solo Traveler dari Sisi Tarif

Tarif obyek wisata menjadi penentu generasi millennial dalam melakukan aktivitas solo traveler. Secara finansial generasi ini masih ada yang secara keuangan belum mandiri. Sehingga tarif menjadi faktor pertimbangan dalam mengunjungi obyek wisata. Variabel tarif masuk lokasi, harga paket didalam obyek wisata, harga cenderamata, harga makanan dan minuman menjadi faktor penentu.

Diungkapkan oleh R3:

"Kami memiliki tarif yang cukup terjangkau untuk tiket masuk yaitu sekitar 10.000 rupiah, dengan tarif murah para solo traveler dapat menikmati pemandangan yang mempesona di kawasan hutan pinus atau sekedar bersantai di hammock".

Berbeda dengan R1 sebagaimana disampaikan:

"Tarif masuk ke kawasan Tangkuban Parahu termasuk cukup mahal yaitu 50.000 rupiah, namun tidak ada lagi paket tarif lainnya setelah masuk kawasan kecuali untuk berkuda, atau berbelanja cenderamata".

Menurut R2:

"Tarif Grafika termasuk tarif yang tinggi akan tetapi untuk tarif family atau grup. Untuk tarif yang dilakukan oleh solo traveler seperti sewa tenda dome termasuk tarif yang masih terjangkau".

Perspektif dari wisatawan mengenai tarif obyek wisata sebagaimana diungkapkan oleh R7 dan R5:
" Harga yang dikeluarkan sesuai dengan manfaat yang diperoleh serta ada

kesesuaian harga dengan potensi wisata.

R19, R21, R23 menegaskan jika tarif tiket masuk sangat terjangkau dan parkir kendaraanpun murah.

Perspektif Generasi Millenial untuk Solo Traveler dari Sisi Fasilitas

Fasilitas menjadi faktor lainnya bagi generasi millennial terutama pelaku solo traveler. Fasilitas tentunya menjadi pertimbangan saat melakukan aktivitas sendiri dari mulai parkir area yang memadai, pusat informasi yang tersedia adanya akomodasi penginapan, adanya toilet, ketersediaan mushola, kios cenderamata dan oleh-oleh, jalan setapak yang mudah dilalui, kebersihan yang terjamin, jaringan komunikasi yang mendukung, jaringan listrik tersedia, instalasi air bersih.

Sebagaimana disampaikan R1:

"Lokasi Tangkuban Parahu yang dikelola oleh PT PT. Graha Rani Putra Persada (GRPP) menerapkan poin-poin keamanan yang terjamin. Adanya pos pengecekan dititik-titik tertentu untuk menjamin keselamatan para solo traveler. Standar operasional prosedur untuk pengamanan juga diterapkan. Setiap pelaku solo traveler yang memasuki areal TWA Tangkuban Perahu akan dipantau dan dikomunikasikan dari pos pertama masuk kepada setiap pos sampai dengan pos akhir tujuan lokasi. Selain itu signing untuk jalur evakuasi terpasang setiap jarak 500 m. Pada lokasi tujuan wisata tampak juga signing untuk pengamanan dan kesekamatan para pengunjung seperti untuk tidak melewati pagar pembatas. Para pramuwisata diberikan pemahaman agar tetap menjaga kesehatan, selalu menggunakan masker, mencuci tangan dan menjaga jarak, baik dengan sesama pedagang maupun pengunjung. Tidak hanya mengenai protokol Kesehatan, para pramuwisata diberi edukasi mengenai bagaimana melayani dengan baik para pengunjung yang datang. Lokasi Tangkuban Parahu yang dikelola oleh PT PT. Graha Rani Putra Persada (GRPP) menerapkan poin-poin keamanan yang terjamin. Adanya pos pengecekan dititik-titik tertentu untuk menjamin keselamatan para solo traveler. Standar operasional prosedur untuk pengamanan juga diterapkan. Setiap pelaku solo traveler yang memasuki areal TWA Tangkuban Perahu akan dipantau dan dikomunikasikan dari pos pertama masuk kepada setiap pos sampai dengan pos akhir tujuan lokasi. Selain itu signing untuk jalur evakuasi terpasang setiap jarak 500 m. Pada lokasi tujuan wisata tampak juga signing untuk pengamanan dan keselamatan para pengunjung seperti untuk tidak melewati pagar pembatas".

R2 juga mengungkapkan bahwa fasilitas obyek wisata yang lengkap menjadi daya tarik untuk meningkatkan minat solo traveler. Obyek wisatanya lebih mengakomodir para wisatawan grup ataupun keluarga. Namun secara fasilitas sudah disediakan untuk mendukung kebutuhan para wisatawan.

Menurut R3, diungkapkan bahwa dari sisi fasilitas:

"Kami mengakomodir kebutuhan para solo traveler untuk melakukan aktivitas wisata dalam hal fasilitas. Parkir yang memadai dengan kondisi kontur lahan yang rata, kebersihan yang terjamin, jaringan listrik dan jaringan komunikasi yang mendukung karena lokasi kami dekat dengan jalan raya".

Perspektif wisatawan dari generasi millennial dan pelaku solo traveler sebagaimana diungkapkan oleh R4, R9, R11, R13, R22, R2:

"Fasilitas menjadi alasan mengunjungi sebuah obyek wisata, apalagi kami melakukan perjalanan secara solo harus memberikan kemudahan dan keamanan".

New Normal dan Aktivitas Wisata Solo traveler Generasi Millennial

Panduan mengenai kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian lingkungan di Daya Tarik Wisata dalam adaptasi kebiasaan baru menjadi pertimbangan para solo traveler. Bagaimana kondisi-kondisi tersebut dari mulai pintu masuk dan loket, kondisi penyelenggaraan kegiatan wisata, fasilitas dan area publik, sampai dengan pintu keluar.

Menurut wawancara dengan R3:

"Penerapan kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian lingkungan di Daya Tarik Wisata dalam adaptasi kebiasaan baru dilakukan sesuai standar operasional prosedur, dimulai dari pengecekan suhu di pintu masuk, fasilitas cuci tangan dengan sabun dan fasilitas lain dalam penyelenggaraan kegiatan wisata yang mengikuti protokol kesehatan ketat".

Demikian juga dengan pendapat R2:

"Kami melakukan disinfeksi terhadap area publik dan peralatan-peralatan publik yang digunakan bergantian seperti dalam kegiatan outbound dan zip coaster".

Diperkuat oleh R1 bahwa:

" Dengan adanya era new normal kecenderungan pengunjung tidak kembali seperti era sebelum pandemi. Kunjungan yang biasanya didominasi oleh group tour atau rombongan menjadi berkurang Hal yang menjadi daya tarik bagi para solo traveler adalah aktivitas ini lebih aman dari segi kesehatan. Pengelola mengikuti protokol kesehatan bahkan setiap hari para pegawai selalu diperiksa kondisi kesehatannya terlebih dahulu sebelum bekerja. Kalau dari hasil cek suhu lebih dari 37 derajat, maka dipulangkan. Penularan wabah covid lebih ditekan dengan cara aktivitas yang tidak dilakukan secara berkerumun atau berkelompok. Jelas dari sisi kesehatan dan keamanan lebih terjamin. Animo para solo traveler rupanya lebih tinggi."

Pembahasan

Analisis Kunjungan Solo Traveler Millennial di Era New Normal

Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 42 Tahun 2021 tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Level 4, Level 3, dan Level 2 akibat Corona Virus Disease 2019 di Wilayah Jawa dan Bali menjadikan pembatasan sosial di berbagai sektor tidak terkecuali pariwisata. Hal tersebut memberi dampak yang signifikan terhadap minat bahkan kunjungan wisata diberbagai daerah.

Semenjak tahun 2019 diterpa pandemi merupakan dua tahun terberat bagi sektor pariwisata. Usaha pemerintah agar tidak berlarut-larut dalam kondisi yang serba sulit ini cukup berdampak terhadap kembali menggeliatnya sektor wisata dengan ditandai minat dan kunjungan wisatawan. Era ini disebut sebagai era normal baru atau era new normal yang sebelumnya pada pertengahan tahun 2020 sudah didahului dengan Masa Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB).

Tidak mudah menerapkan berbagai usaha pada era new normal ini. Berbagai protokol kesehatan digalakkan agar roda ekonomi kembali bergulir. Berdasarkan hasil penelitian pada Bab IV, gambaran objek wisata pada akhir masa kritis pandemi covid-19 seperti disampaikan Direktur PT. Graha Rani Putra Persada (GRPP) selaku pengelola TWA Gunung Tangkuban Perahu, Putra Kaban bahwa semenjak pandemi, lokasi sempat mengikuti regulasi pemerintah dengan adanya PPKM. Lokasi mengalami penutupan dan baru kemudian setelah adanya pelanggaran, aktivitas wisata kembali menggeliat. Putra Kaban menyampaikan, dirinya mensyukuri dan memberikan apresiasi pada Pemkab Bandung Barat dan Pemkab Subang yang sudah memberikan ijin untuk membuka objek wisata, yang selama ini tidak beroperasi.

Dengan adanya era new normal kecenderungan pengunjung tidak kembali seperti era sebelum pandemi. Kunjungan yang biasanya didominasi oleh group tour atau rombongan menjadi berkurang dan terdapat peningkatan pada kunjungan solo traveler.

Hal tersebut dibuktikan dengan adanya data kunjungan solo traveler terutama dari generasi millennial dari ketiga obyek wisata yang diteliti, yang dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
 Rekapitulasi Persentase Kunjungan Solo Traveler Millennial
 Terhadap Kunjungan Wisatawan Umum
 2021-2022

Bulan	TWA Tangkuban Parahu		Terminal Wisata Grafika Cikole		PAL 16 Cikole	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
January	35,50%	40,87%	30,25%	21,61%	27,75%	18,61%
February	15,22%	45,21%	10,31%	18,43%	8,31%	17,43%
March	20,10%	39,21%	10,12%	20,34%	8,12%	29,22%
April	40,97%	40,06%	14,97%	21,43%	21,97%	23,86%
May	23,93%	60,75%	10,83%	45,55%	10,83%	47,57%
June	10,33%	30,24%	5,90%	30,82%	4,15%	11,05%
July	10,23%	60,16%	7,09%	29,61%	7,09%	72,60%
August	11,31%		10,45%		0,00%	
September	15,78%		15,56%		0,00%	
October	30,98%		15,23%		19,49%	
November	21,50%		9,82%		9,82%	
December	33,42%		15,20%		16,54%	
Rerata	22,52%	45,21%	12,98%	26,83%	11,17%	31,48%

Sumber: Olahan Penulis, 2022

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa pada akhir masa pandemi yaitu di tahun 2021 tingkat kunjungan wisatawan di obyek lokasi baik TWA Tangkuban Parahu, Terminal Grafika Cikole dan PAL16 Cikole untuk pelaku solo traveler generasi millennial masih dibawah angka 25%. Dari tabel dapat dilihat bahwa khusus solo traveler millennial yang mengunjungi TWA Tangkuban Parahu adalah 22,52%. Namun pada saat memasuki era new normal, kunjungan melonjak hingga menembus angka 45,21%. Demikian juga dengan obyek wisata Terminal Grafika Cikole dari data sebelumnya 12,98% menjadi 26,83%. Sedangkan obyek wisata PAL 16 Cikole, data kunjungan solo traveler pada tahun 2021 sebanyak 11,17% naik menjadi 31,48%.

Banyak hal yang dilakukan obyek wisata untuk meningkatkan minat kunjungan pada era new normal. Selain diaplikasikannya standar dan prosedur protokol kesehatan, para pengelola dituntut untuk bisa berpikir ekstra dengan meningkatkan dimensi minat wisatawan baik dari segi atraksi, aksesibilitas, tarif yang berlaku dan fasilitas wisata. Salah satu peluang yang dapat ditangkap oleh pemangku kepentingan terkait industri pariwisata saat ini khususnya di Kawasan Bandung Utara adalah adanya tren Solo Traveler terutama bagi kalangan generasi millennial dimana tahun-tahun ini yang berada pada masa produktif yang minat berwisata terpenuhi namun sisi privasinya juga terjaga. Menurut Google, pencarian di internet untuk ide perjalanan solo/solo traveling meningkat lebih dari 50% dan pencarian untuk tujuan perjalanan solo traveling meningkat lebih dari 60% dari tahun ke tahun (Rosenbloom, 2012). Tren solo traveling meningkat begitu pesat, karena memiliki demand power yang cukup besar. Oleh karena itu, perlu menjadi perhatian lebih bagi penyedia jasa pariwisata. Karena solo traveling ini menjadi segmen tersendiri bagi kalangan pecinta liburan (Purwanto dan Syahrini, 2021).

Analisis Minat Solo Traveler pada Perspektif Generasi Millennial

Minat merupakan awal Tindakan konsumen sebelum memutuskan suatu kegiatan. Dengan memunculkan minat konsumen akan berdampak kepada keputusan dalam membeli atau mengunjungi suatu tempat. Temuan peneliti mengenai minat solo traveler generasi millennial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3
 Hasil Observasi Minat Solo Traveler Generasi Millennial

Dimensi Minat	TWA Tangkuban Parahu	Terminal Wisata Grafika Cikole	PAL 16 Cikole
Atraksi	Atraksi wisata masih menjadi andalan obyek wisata TWA Tangkuban Parahu. Unsur sejarah menjadi atraksi menarik obyek wisata. Dari sisi wahana yang tersedia tidak sebanyak dua obyek wisata lainnya karena obyek wisata TWA Tangkuban Parahu lebih dominan di wisata alam.	Kaya akan kegiatan/wahana yang dapat dilakukan oleh pengunjung namun kurang mengakomodir bagi para solo traveler, karena atraksi yang tersedia umumnya bagi grup ataupun family.	Atraksi wisata PAL 16 Cikole cukup menarik bagi para solo traveler. Keindahan hutan pinus yang berupa ekowisata menjadi daya tarik.
Aksesibilitas	Aksesibilitas ke obyek wisata sangat baik. Gerbang penjualan tiket berlokasi jauh dibawah center obyek wisata, namun aksesnya sangat memudahkan para solo traveler. Nampak sepanjang jalan menuju lokasi kawah ratu terdapat banyak rambu-rambu penunjuk jalan dari satu lokasi ke lokasi lainnya.	Dengan akses berada di kaki gunung Tangkuban Parahu, menjadikan akses yang sangat mudah dijangkau. Transportasi memungkinkan untuk masuk jauh ke dalam hingga ke pondok-pondok yang disediakan dengan parkir yang cukup memadai.	Akses ke obyek wisata mudah dijangkau dan sangat nampak dari jalan raya. Awal lokasi wisata ini merupakan tempat peristirahatan.
Tarif	Tarif obyek wisata cukup mahal namun masih terjangkau bagi generasi millennial. Tarif parkirpun terjangkau.	Tarif tiket masuk terjangkau, namun untuk pondok yang tersedia relatif mahal. Untuk tarif wahana lainnya standard.	Tarif tiket masuk yang sangat terjangkau menjadi pilihan para solo traveler. Terdapat kesesuaian harga dengan potensi wisata bagi solo traveler generasi millennial.
Fasilitas	Area parkir yang luas di sekitar area pusat wisata yaitu kawah ratu. Tersedianya pusat informasi bagi para traveler dengan bagian front office yang siap menjelaskan berbagai informasi. Para solo traveler dimudahkan untuk berbelanja cenderamata karena lokasinya disentralisasi. Demikian pula dengan jalan setapak yang mudah dilalui. Namun dilokasi	Pusat informasi berada didepan obyek wisata sehingga mudah ditemui para pengujung. Akomodasi penginapan sangat memadai namun tidak sesuai dengan kebutuhan solo traveler. Kondisi jalan didalam obyek wisata mudah dilalui, meski kontur tanah sedikit turun naik. Kebersihan terjamin	Parkir yang memadai serta kebersihan area menjadi preferensi para solo traveler millennial. Jalan setapak yang mudah dilalui dan kondisi parkir yang rata. Yang menarik bagi solo traveler millennial adalah fasilitas hammock

Dimensi Minat	TWA Tangkuban Parahu	Terminal Wisata Grafika Cikole	PAL 16 Cikole
	masih sulit dalam hal traffic komunikasi.	demikian juga dengan instalasi air bersih.	yang menjadi favorit para generasi millennial ini.

Dari tabel 3 dapat dilihat bahwa minat solo traveler dari perspektif generasi millennial positif terhadap tiga lokasi obyek wisata. Setiap obyek wisata memiliki daya tarik masing-masing dalam atraksi wisata. Namun wahana yang tersedia di Terminal Grafika kurang sesuai dengan solo traveler karena berdasarkan atraksi wisata lebih dominan untuk tamu grup atau family dibanding solo traveler, selain itu mengenai tarif terlalu mahal dan kondisi jalan didalam obyek wisata mudah dilalui, meski kontur tanah sedikit turun naik. Untuk TWA Tangkuban Parahu memiliki atraksi yang dominan dan diminati para solo traveler khususnya generasi millennial. Generasi ini menyukai tantangan dan mencoba sesuatu yang menantang sesuai dengan yang sejalan dengan penelitian oleh adventure tourism market study, bahwa solo traveler cenderung kepada aktivitas wisata perjalanan yang mencakup aktivitas fisik, lingkungan alam dan budaya. Sedangkan PAL 16 yang merupakan obyek wisata yang terkenal dengan hammocknya menjadi favorit para solo traveler generasi millennial, karena dengan fasilitas hammock ini menjadi daya tarik yang sangat relevan dengan tipe traveling bagi solo traveler yang cenderung lebih privat, kondisi ini relevan dengan data buku harian perjalanan aktivitas yang dikumpulkan di hongkong pada tahun 2010 penelitian ini meneliti dampak atribut jaringan sosial pada keputusan antara aktivitas solo dimana dampak signifikan pada solo travel, individu menerima dukungan emosional dan sosial dari teman perjalanan (Lin dan Wang, 2014).

Era new normal dengan kondisi yang membuat orang terutama wisatawan mengharuskan mengimplementasikan protokol kesehatan yang ketat menjadikan aktivitas berwisata memiliki pola perubahan dari yang biasanya dalam grup besar maupun kecil, menjadi aktivitas solo traveler.

Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Wisata Solo Traveler dilihat dari Perspektif Generasi Millennial pada era new normal

Mengacu pada temuan penelitian, terkait faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Wisata Solo Traveler dilihat dari Perspektif Generasi Millennial pada era new normal tersebut dapat di bagi atas 2 (dua) kategori, yaitu:

Faktor Internal

Faktor internal ini adalah adanya keadaan psikis yang timbul seperti keinginan akan kebebasan dan fleksibilitas, pemberdayaan diri dan kemandirian dan eksplorasi yang relevan dengan penelitian Laesser, Beritelli dan Riklin (2016) mengenai motivasi dan pengalaman *travelling* dari para solo traveler wanita Vietnam. Keinginan melakukan *Solo travelling* dipengaruhi oleh beberapa hal satunya kejenuhan dan terjadinya pergeseran yang ada di kalangan generasi millennial seperti hasil survey yang dilakukan oleh Klook, dari hampir 2.200 orang Indonesia 79 persen responden mengatakan mereka sudah pernah berlibur sendiri atau sedang mempertimbangkannya. Ketika membandingkan preferensi secara generasi, 85 persen dari responden Generasi Z (berusia 18 sampai dengan 24 tahun) dan 80 persen dari responden Generasi Milenial (berusia 25 sampai 39 tahun) mengatakan mereka sudah pernah berlibur sendiri atau tertarik untuk merencanakan perjalanan solo. Meski demikian, ide untuk solo traveling tetap lebih menarik bagi orang Indonesia yang berusia lebih muda. Buktinya, hanya sekitar 67 persen dari Generasi X (responden berusia 40 sampai 54 tahun) dan 56 persen dari Baby Boomer (berusia lebih dari 55 tahun) yang tertarik untuk melakukan perjalanan solo (Momongan, 2019).

Faktor Eksternal

Pengembangan fasilitas, sarana dan prasarana harus ditingkatkan untuk menstimuli minat wisata bagi solo traveler dari generasi millennial ini. Inovasi dan kreativitas diperlukan juga oleh pengelola dalam membuat atraksi yang menarik. Untuk tarif diperlukan promosi yang menarik dengan melalui pengurangan tarif ataupun memberlakukan semacam wellcome drink yang menjadi bagian dari tarif tiket yang dibayarkan.

Kerjasama dan koordinasi dengan stakeholder menjadi kunci dalam peningkatan minat wisata solo traveler generasi millennial.

Edukasi bagi para generasi millennial pelaku wisata yang potensial ini diperlukan oleh dinas terkait atau kelompok sadar wisata terutama terkait protokol kesehatan dan sisi keselamatan dan keamanan dalam melaksanakan kegiatan wisata.

D. SIMPULAN

Hasil riset berimplikasi pada upaya membangkitkan kembali pariwisata dengan cara memotivasi industri pariwisata untuk memanfaatkan peluang generasi milenial dalam aktivitas solo traveler pada era normal baru. Minat solo traveler dari perspektif generasi millennial positif terhadap obyek wisata khususnya obyek wisata memiliki daya tarik dalam atraksi wisata. TWA Tangkuban Parahu memiliki atraksi yang dominan dan diminati para solo traveler khususnya generasi millennial. Genarasi ini menyukai tantangan dan mencoba sesuatu yang menantang sesuai dimana solo traveler cenderung kepada aktivitas wisata perjalanan yang mencakup aktivitas fisik, lingkungan alam dan budaya. Demikian juga daya tarik yang sangat relevan dengan tipe traveling bagi solo traveler yang cenderung lebih privat. Era new normal dengan kondisi yang membuat orang terutama wisatawan mengharuskan mengimplementasikan protokol kesehatan yang ketat menjadikan aktivitas berwisata memiliki perubahan dari grup besar menjadi grup kecil bahkan solo traveler. Minat lainnya sangat ditentukan oleh faktor internal yaitu keadaan psikis yang timbul seperti keinginan akan kebebasan dan fleksibilitas, pemberdayaan diri dan kemandirian dan eksplorasi dari solo traveler millennial. Pengembangan fasilitas, sarana dan prasarana harus ditingkatkan untuk menstimuli minat wisata bagi solo traveler dari generasi millennial ini. Inovasi dan kreativitas diperlukan juga oleh pengelola dalam membuat atraksi yang menarik.

DAFTAR REFERENSI

- Aditya N. (2020). Tren Wisata Diprediksi Berubah Menjadi Solo Traveling dan Small Group Tour [Internet].Kompas.com. 2020.
- Adventure Tourism Market Study. (2013). Adventure Tourism Market Study. Adventure Trade Travel Association and George Washington University.
- Adventure Tourism Market Study. (2013). Adventure Tourism Market Study. Adventure Trade TravelAssociation and George Washington University.
- Andina, S.A dan Aliyah I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam MengunjungiWisata Budaya Candi Borobudur. J Pariwisata dan Budaya., 22(3), 17-38.
- Arsal I. (2009). The influence of electronic word of mouth in an online travel community on travel decisions: Acase study. Diss Abstr Int Sect A Humanit Soc Sci, ;69(8-A).
- Bataineh AQ. (2015). The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role ofCorporate Image. Int J Mark Stud, ;7(1).
- Carlson E. (2008). The Lucky Few: Between The Greatest Generation and The Baby Boom. The Lucky Few:Between the Greatest Generation and the Baby Boom.

- Creswell JW. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: Memilih di Antara Lima Pendekatan*. PustakaPelajar.
- Funk S, Salathé M, Jansen VAA. (2010). Modelling the influence of human behaviour on the spread of infectious diseases: A review. *Journal of the Royal Society Interface*. Vol 7, 1247.
https://kumparan.com/kumparantravel/1sR9vBcBVw3?utm_source=Desktop&utm_medium=copy-to-clipboard&shareID=Z6Ru6MlfKfIg
<https://travel.kompas.com/read/2020/05/31/091000027/tren-wisata-diprediksi-berubah-menjadi-solo-traveling-dan-small-group-tour?page=all>
- Laesser, C., Beritelli, P., & Riklin, T. (2016). Solo travel-Explorative insights from a mature market (Switzerland).
- Lin T, Wang D. (2014). Social networks and joint/solo activity-travel behavior. *Transp Res Part A Policy Pract*.
- Luna D, Hanifah RD. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Capsule Hotel Old Batavia, Jakarta Pusat. *Sadar Wisata J Pariwisata*. 3(2), 101–15.
- Manuarang, R.N., Mawardi MK. (2018). Pengaruh Pengetahuan produk Terhadap Minat beli (Survei pada Pengunjung Toko Buku UB Press, Kota Malang). *J Adm Bisnis*, ;55(3), 41–7.
- Momongan, Selfy. (2019). Survei: 79 Persen Orang Indonesia Pernah Solo Traveling
- Ngajow, Meiviani T., Nawas, Hendra N., Djemly W. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Objek Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang, Dengan Pandemi Covid19 Sebagai Variabel Moderator. *J EMBA J Ris Ekon Manajemen, Bisnis dan Akunt*, 9(2);, 101–9.
- Pereira A, Silva C. (2018). Women solo travellers: motivations and experiences. *Millenium - J Educ Technol Heal*, (6).
- Purwanto, Nuri and Syahroni, Muhammad Lutfi. (2021) *Generasi Milenial: Perilaku Solo Traveling*. Undergraduate thesis. STIE PGRI Dewantara Jombang.
- Riandari D. (2020). Beradaptasi dengan Tatanan Normal Baru (New Normal). *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*.
- Rosenbloom, S. (2012). Searching for The New York Times.
- Shen K, Geng C, Su X. (2019). Antecedents of residents' pro-tourism behavioral intention: Place image, place attachment, and attitude. *Front Psychol*.
- Syamsiah N, Satriadi Y, Azhim AF. (2021). Strategi Pengembangan Wisata Minat Khusus Arung Jeram Di Sungai Citarum Jawa Barat. *J Komun Bisnis dan Manajemen*, 8(1).
- Vermeersch L, Sanders D, Willson G. (2016). Generation Y: indigenous tourism interests and environmental values. *J Ecotourism*, 15(2).
- Yang ECL, Yang MJH, Khoo-Lattimore C. (2019). The meanings of solo travel for Asian women. *Tour Rev*, ;74(5).
- Yang R, Tung VWS. (2018). How does family influence the travel constraints of solo travelers? Construct specification and scale development. *J Travel Tour Mark*, 35(4).
- Zhang Y, Zhang Y, Liu Z. (2011). The role of different transportation in the spreading of new pandemic influenza in mainland China. In: *Proceedings - 2011 19th International Conference on Geoinformatics*, 1–6.