
Tipologi Wisatawan Millennial Dalam Implementasi Digital Nomad Di Kawasan Wisata Cangu

Oleh

Retno Juwita Sari¹, Ni Luh Gde Sari Dewi Astuti² & I Wayan Restu Suarmana³

^{1,2,3} Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Indonesia

Email: retnojuwita@ipb-intl.ac.id, dewiastuti@ipb-intl.ac.id & restusuarmana@ipb-intl.ac.id

Abstrak

The study focuses on the typology of tourists, specifically digital nomad tourists, following the surge in tourist activity in late 2018 when Nomad List recognized Cangu as the world's favorite destination for digital nomads, scoring the highest Nomad Score of 5. Digital nomads engage in a form of tourism called "traveling and living play and plug," allowing them to build a new workspace while traveling and quickly assimilate into local communities. Digital nomadism is a lifestyle that enables individuals to work online from various locations worldwide, unbound by a physical office or specific location. This research aims to analyze the types of online work undertaken by digital nomad tourists, their sources of income, and the success rate in finding online projects. Additionally, it seeks to identify travel patterns, including the duration of stays, frequency of movement, travel destinations, and accommodation preferences used by these tourists. The research methodology employed a qualitative approach, incorporating observational studies and literature reviews, as well as interviews. Through observations and interviews conducted in the Batu Bolong area, the study found that the most dominant type of digital nomad tourist is the "drifter" type. Drifters easily adapt to local communities and create flexible itineraries. In conclusion, this study provides insights into the typology of millennial tourists embracing the digital nomad lifestyle, emphasizing the dominance of the Drifter type.

Keyword: Tourist Typology, Digital Nomad, Millennial

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu industri yang paling dinamis dan meresap dalam kehidupan kita. Seiring berjalannya waktu, aktivitas ini telah berubah dari sekedar perjalanan untuk berlibur menjadi fenomena global yang mempengaruhi ekonomi, budaya, dan lingkungan di seluruh dunia. Pariwisata bukan hanya tentang kunjungan ke tempat-tempat indah dan eksotis, tetapi juga tentang pertukaran budaya, pengembangan infrastruktur, dan penciptaan peluang ekonomi. Pariwisata memiliki dampak ekonomi yang signifikan bagi beberapa negara dan daerah yang tujuan wisata, karena dapat menciptakan lapangan kerja dan pendapatan (Iman Pribadi et al., 2021). Selain itu, pariwisata juga memungkinkan adanya pertukaran budaya serta pengalaman antara wisatawan dan komunitas lokal.

Dunia pariwisata berkembang dengan beragam destinasi yang ditawarkannya. Wisatawan yang datang ke suatu daerah wisata berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda serta mencari beragam pengalaman yang menarik saat mereka melakukan perjalanan wisata. Memahami jenis-jenis wisatawan, motivasi mereka, dan preferensi mereka sangatlah penting bagi industri wisata, karena memungkinkan destinasi dan penyedia layanan untuk menyesuaikan tawaran mereka sesuai dengan kebutuhan khusus berbagai segmen wisatawan.

Pariwisata merupakan salah satu industri yang cukup menjanjikan dan menghasilkan devisa negara. Pariwisata Indonesia konon berawal dari Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 1969 tentang Pedoman Pembangunan Pariwisata Nasional. Pasalnya, pemerintah menyadari masyarakat



kepulauan Indonesia memiliki keragaman suku dan budaya dari puncak Sabang hingga Marauke yang dapat dijadikan daya tarik penting bagi pariwisata Indonesia. Bali menjadi salah satu pulau yang memiliki banyak peminat dari wisatawan domestik hingga mancanegara (Planoeath & Ummat, 2018). Hal tersebut didukung dari keadaan geografis, budaya, adat istiadat, saran dan prasarana. Di antara berbagai faktor tersebut, sebagian besar wisatawan domestik dan mancanegara sepakat bahwa Bali adalah pulau yang sangat menarik dan indah.

Dari faktor pendukung dari daya Tarik di Bali, Banyak kalangan umur yang berkunjung di Bali dari Generasi X (Baby boomers), Y (Millennial), Z, hingga Alpha. Peneliti saat ini memfokuskan penelitian bagi generasi Y yaitu generasi Millennial yang kelompok rata – rata umurnya berkisar 18-34 tahun. Generasi milenial relatif lebih berani dan tidak mudah menyerah serta suka melakukan segala sesuatunya sendiri atau mandiri. Hal ini disebabkan oleh kemajuan teknologi sehingga generasi milenial lebih mengutamakan efisiensi (Pohan, 2019). Salah satu hal yang unik dari Generasi Milenial adalah mereka ingin menggunakan pendapatannya untuk berwisata dibandingkan membeli rumah, barang-barang branded (fashion) atau elektronik.

Karakteristik wisatawan millennial yaitu diversely motivated adalah tipe yang suka berpergian, berpetualang dan dapat bepergian secara individu maupun kelompok. Perjalanan tersebut akan menghasilkan sebuah pola perjalanan dari wisatawan millennial itu sendiri, ketika wisatawan berkunjung ke pulau Bali aktivitas akan dibagi menjadi 3 yaitu wisata alam, budaya, dan khusus. Wisatawan Millennial menggunakan smart phone sebagai perangkat saat mereka berpergian terutama saat mengambil foto dan diabadikan untuk menyimpan kenangan dari tempat – tempat yang mereka kunjungi, oleh sebab itu wisatawan millennial menyukai berpergian ke tempat yang memiliki spot menarik yang instagramable (Haddouche & Salomone, 2018). Wisatawan Milenial yang datang ke

Bali biasanya didominasi oleh wisatawan repeater (lebih dari 3 kali) dan lama untuk tinggal di Bali lebih dari 7 hari.

Canggu mudah diakses oleh pengunjung dengan mobil atau mobil (Fauzia Rahmandika et al., 2020). Setelah meningkatnya jumlah wisatawan di akhir tahun 2018, Canggu dinobatkan sebagai destinasi digital nomad terbaik di dunia, dengan skor nomadlist paling tinggi 5. Digital Nomad adalah gaya perjalanan dan kehidupan bermain dan plug yang memungkinkan pengunjung membangun ruang baru dan berbaur dengan warga lokal dengan cepat. Buku "The 4 Hour Work Week: Escape the 9-5, Live Anywhere, and Join the New Rich" yang ditulis oleh Richard Bland juga menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung lokal lebih sering berwisata dan eksplorasi.

Penelitian ini berfokus pada tipologi wisatawan khususnya wisatawan digital nomad. Digital nomad merupakan sebuah gaya hidup yang memungkinkan seseorang untuk bekerja secara online dari berbagai lokasi di seluruh dunia. Seorang yang menjalankan gaya hidup digital nomad biasanya tidak terikat pada kantor fisik atau lokasi tertentu, dan seringkali menggunakan teknologi digital, seperti laptop dan akses internet yang luas untuk menjalankan pekerjaan mereka. Fenomena digital nomad telah menjadi fenomena yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama karena kemajuan teknologi yang memungkinkan komunikasi dan kolaborasi jarak jauh. Orang-orang yang mengadopsi gaya hidup ini dapat bekerja sebagai pekerja lepas, freelancer, pengusaha, atau bahkan memiliki pekerjaan tetap yang mendukung bekerja dari jarak jauh (Rasoolimanesh et al., 2020).

Canggu adalah contoh daerah di Bali yang telah menjadi pusat bagi digital nomad melakukan pekerjaannya, daerah ini terletak di pesisir barat daya Pulau Bali, Indonesia. Lebih spesifik canggu terletak di kabupaten Badung, yang merupakan bagian dari provinsi Bali. Canggu telah mendapatkan popularitas sebagai salah satu tujuan terbaik bagi digital

nomad di seluruh dunia. Hal tersebut didukung dengan banyaknya kafe-kafe, restoran, dan akomodasi yang menawarkan jaringan wi-fi yang berkualitas tinggi. Selain itu, Cangu juga memiliki komunitas digital nomad yang aktif dan terorganisir dengan baik. Terdapat ruang kerja bersama (*coworking spaces*) yang ramah nomad dan secara sosial memungkinkan para pelaku digital nomad untuk berhubungan secara langsung serta dapat bertukar pikiran dan juga pengalaman.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis jenis pekerjaan yang wisatawan lakukan secara online, sumber pendapatan dan persentase keberhasilan dalam mencari pekerjaan dalam proyek online. Mengidentifikasi pola perjalanan digital nomad, termasuk durasi tinggal di suatu tempat, frekuensi perpindahan, tujuan perjalanan dan preferensi akomodasi yang digunakan oleh wisatawan (Rather et al., 2019). Mempelajari jenis akomodasi yang mereka pilih (misalnya, hostel, co-living space, Airbnb), fasilitas yang penting bagi mereka, dan bagaimana mereka mencari tempat tinggal selama perjalanan. Kemudian melakukan klusterisasi tipe yang dominan berdasarkan dari jenis tipologi wisatawan berdasarkan lokasi penelitian yang ada di Kawasan Wisata Cangu, yaitu Batu Bolong dan Pererenan.

LANDASAN TEORI

Fenomena digital nomad ini kemudian menjadi topik penelitian berbagai kalangan. Ada yang mengkaji latar belakang pelaksanaan digital nomad pada Desa Cangu dan analisis terkait dengan faktor pendukung pariwisata di Desa Cangu. Salah satu penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prabawati, N. P. D. (2020) yang berjudul "Desa Cangu, Bali Sebuah Basecamp Bagi Digital Nomad? Identifikasi Produk Wisata Berdasarkan 4 A (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancillary)", membahas terkait dengan pengembangan konsep 4A untuk menjadikan Desa Cangu sebagai camp digital nomad membahas terkait dengan kelayakan Desa Cangu sebagai kawasan digital nomad.

Selain itu aspek analisis yang digunakan dalam penelitian sebelumnya adalah studi eksploratif untuk mengkaji aspek 4A yang ada di Desa Cangu.

(Makimoto, 2013) mengatakan bahwa *digital nomad* merupakan sumber daya hidup baru yang dimana para nomadlist dibebaskan dari waktu yang terbatas, lokasi dengan menggunakan perangkat cerdas seluler dan jaringan komunikasi. Dikutip dari salah satu tulisan Aloisius di bali.tribunnews.com 2018 H.M Eko Budi Cahyono pengamat ekonomi digital mengatakan Bali memiliki ekosistem digital yang kuat dan tren *digital nomad* di Cangu sebagai destinasi favorit para wisatawan. *Stakeholder* memberi kebutuhan bagi *digital nomad* seperti *coworking space* serta internet yang tinggi di desa Tibubeneng, Cangu.

Hasil dari penelitian ini adalah adanya bentang alam sebagai daya tarik, pengelolaan akomodasi yang sudah tertata dan terorganisir dengan baik serta fasilitas tambahan berupa kelompok digital nomad dan ketersediaan tempat kerja remote bagi wisatawan yang sudah tersebar di sepanjang Kawasan Wisata Cangu. Dalam penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dikarenakan akan mengkaji tipologi wisatawan millennial dalam implementasi digital nomad di kawasan wisata Cangu.

Tipologi Wisatawan

Cohen dalam Pitana (2010) membaginya menjadi empat, diantaranya adalah *drifters*, yaitu wisatawan yang suka mengunjungi tempat-tempat yang sama sekali tidak dikenalnya dan melakukan perjalanan dalam jumlah sedikit. Kedua, *explorer* adalah wisatawan yang melakukan perjalanan secara mandiri, mengatur perjalanannya sendiri dan tidak mencari perjalanan wisata yang tidak biasa atau yang disebut *of the beaten tack*, wisatawan yang demikian mendapat manfaat dari tingginya standar masyarakat. Ketiga, *individual mass tourist* adalah wisatawan yang meninggalkan perjalanannya pada biro perjalanan dan mengunjungi daerah tujuan wisata yang terkenal. Keempat, *organized-*



mass tourist adalah wisatawan yang hanya ingin mengunjungi destinasi wisata terkenal yang mempunyai pelayanan sama dengan tempat tinggalnya dan dipandu oleh seorang pemandu.

Generasi Millennial

Millennial, juga disebut generasi Y, adalah kelompok orang yang datang setelah Generasi X. Penulis William Strauss dan Neil Howe pertama kali menggunakan istilah milenial pada tahun 1987. Jean Twege mengatakan bahwa beberapa ciri generasi milenial adalah percaya diri, toleran, narsis, dan sadar pada haknya. Tahun 2003, majalah Time menerbitkan artikel berjudul "Millennial: Me Me Me Generation", yang digunakan oleh media dan menggabungkan definisi Jean Twege "generation me". Menurut ahli demografi Bernama William dan Neil Howe, generasi milenial dimulai dengan definisi anak-anak yang lahir antara tahun 1982 dan 2004. Generasi Millennial merupakan generasi yang berada dalam tahap mencari identitas diri kerap terpengaruh oleh sekelilingnya baik hal yang positif maupun negatif. Hal tersebut dikarenakan emosi yang belum stabil serta masa remaja akan membentuk konsumsi yang dapat berkembang menjadi pola konsumtif. Generasi Millennial juga tumbuh ditengah gaya modernisasi dan era teknologi, sehingga membuat generasi Millennial membentuk sebuah tampilan tren masa kini.

Digital Nomad

Digital Nomad adalah gaya liburan yang menggabungkan konsep traveling dan kehidupan "play and plug". Saat pergi ke suatu tempat baru, wisatawan dapat membangun ruangan atau domain baru dan cepat berinteraksi dengan penduduk setempat. Perangkat yang digunakan bercampur dengan cepat dan pengunjung dapat bergerak sejauh dan secepat yang mereka inginkan. Artinya, wisatawan dapat berkunjung dari satu tempat ke tempat lain lewat pintu di rumah (Pencarelli, 2020). *Play* berarti mereka dapat menyamar di tempat baru dan menjadi warga lokal, dan *unplug* berarti mereka dapat memperbaharui atau menghapus data kapan saja ketika data tersebut sudah tidak

dibutuhkan. Istilah "Digital Nomad" muncul sebagai definisi digital nomad yang bekerja jarak jauh di bidang teknologi seperti desain web, pemrograman, atau pemasaran online. Mereka mendapatkan keuntungan karena pekerjaan mereka tersebar di seluruh dunia, sehingga mereka memiliki fleksibilitas untuk bekerja dari rumah, sehingga dapat mengurangi biaya transportasi dan menghindari gangguan di kantor. Menurut Muller (2016), digital nomad mungkin memilih lokasi mereka berdasarkan liburan dibandingkan pekerjaan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan studi observatif dan kajian melalui studi pustaka serta wawancara. Pendekatan kualitatif cenderung mengidentifikasi fenomena penelitian dengan natural, mendalam, tertuju pada persepsi personal dan pengalaman individu. Selain itu dalam penelitian ini menggunakan studi kasus dalam mengkaji permasalahan terkait dengan tipologi wisatawan millennial dalam implementasi digital nomad yang ada di kawasan wisata Cangu.

Observasi

Salah satu metode pengumpulan data adalah observasi, yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat keadaan atau perilaku suatu subjek. Menurut Bungin (2007: 115-117), ia merekomendasikan beberapa bentuk observasi, antara lain:

- a) Observasi partisipatif, yakni teknik pengumpulan data dimana peneliti melihat dan mengetahui aktivitas sehari-hari informan.
- b) Observasi tidak terstruktur, yakni observasi yang dilakukan mempunyai pedoman observasi sehingga peneliti dapat menyesuaikan observasinya dengan kemajuan di lapangan.
- c) Observasi kelompok, yaitu observasi yang dilakukan oleh kelompok penelitian terhadap sekelompok subjek penelitian.

Berdasarkan masalah penelitian ini, maka Berdasarkan dari permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini maka metode observasi yang sesuai digunakan adalah observasi kelompok. Observasi ini akan dilakukan dengan menasar kelompok digital nomad di Kawasan Wisata Canggu, yaitu Batu Bolong dan Pererenan.

Wawancara

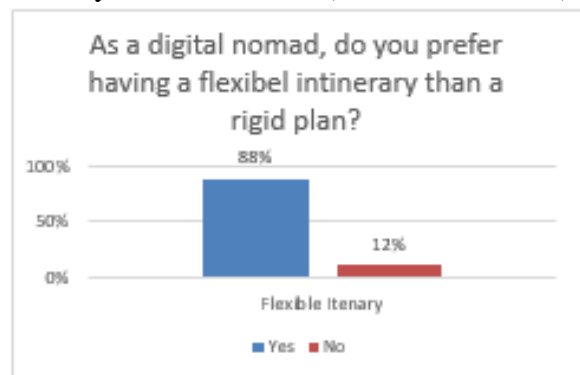
Wawancara merupakan suatu proses komunikasi atau interaktif yang didalamnya dikumpulkan informan melalui tanya jawab antara peneliti dan informan. Salah satu cara pengumpulan data adalah dengan bertanya langsung kepada responden. Dalam penelitian ini peneliti memilih wawancara tatap muka, bertemu langsung dengan narasumber. Menurut Pujaastawa (2016), setiap wawancara yang direncanakan harus mempunyai panduan wawancara yang terdiri dari daftar pertanyaan yang diberi peringkat.

Pedoman wawancara dapat membantu pewawancara dalam menjaga arah atau topik wawancara. Wawancara juga setidaknya memenuhi unsur 5W+1H, What (apa), Who (siapa), Where (dimana), Why (kenapa), When (kapan), How (bagaimana). Wawancara ini dilakukan kepada wisatawan yang melakukan travel secara digital nomad, dengan hasil tersebut peneliti dapat menemukan hal-hal yang dapat diinterpretasikan mengenai keadaan yang terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

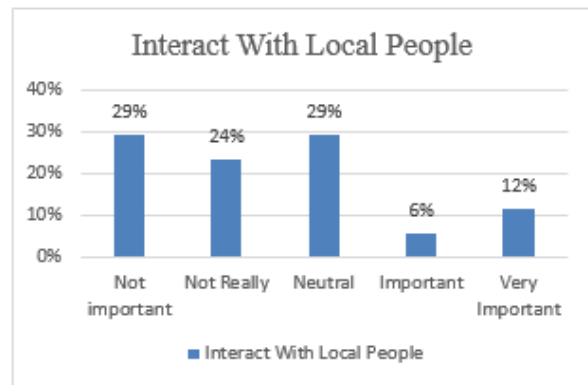
Wisatawan generasi milenial yang tengah melakukan digital nomad menyukai bepergian ke tempat yang sama sekali belum dikunjungi dan mengatur perjalanannya sesuai keinginannya dan senang untuk menyatu dengan masyarakat lokal. Dari hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan di area Batu Bolong dan Pererenan, didapatkan hasil bahwa tipe yang paling dominan adalah tipe drifter. Tipe ini biasanya menyukai untuk melakukan aktivitas diluar dari kesehariannya dan mencoba untuk mengeksplor destinasi wisata yang belum banyak dikunjungi oleh wisatawan lain, tipe drifter dapat gampang

beradaptasi dengan warga lokal serta membuat itinerary secara fleksibel (Husein dkk, 2017). Batu Bolong, didapatkan hasil bahwa tipe yang paling dominan adalah tipe drifter. Tipe ini biasanya menyukai untuk melakukan aktivitas diluar dari kesehariannya dan mencoba untuk mengeksplor destinasi wisata yang belum banyak dikunjungi oleh wisatawan lain, tipe drifter dapat gampang beradaptasi dengan warga lokal serta membuat itinerary secara fleksibel (Husein dkk, 2017)



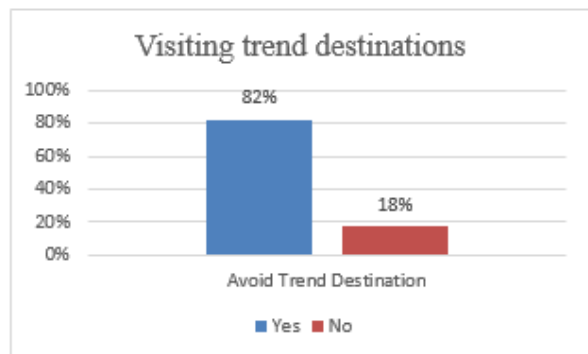
Gambar 1

Sumber : Hasil Data Penelitian 2023



Gambar 2

Sumber : Hasil Data Penelitian 2023

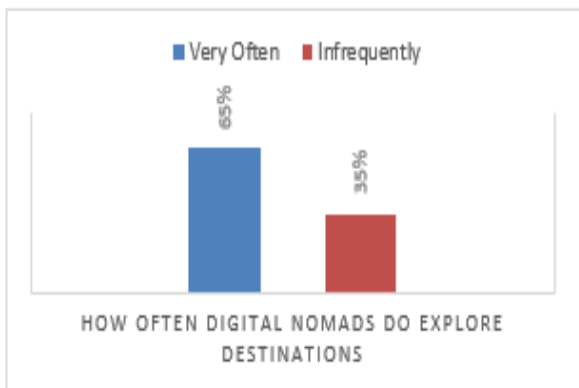


Gambar 3

Sumber : Hasil Penelitian 2023

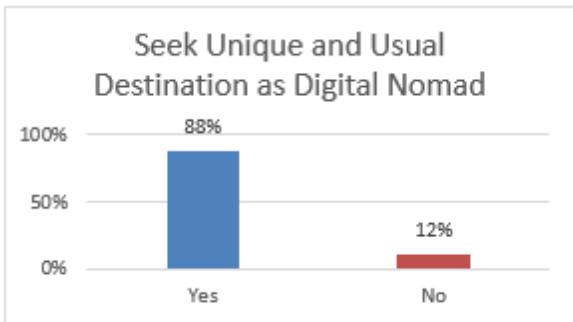
Dari questioner yang sudah disebar daerah Cangu tepatnya di Batu Bolong. Data menunjukkan bahwa wisatawan millennial Drifter type 88% lebih menyukai untuk membuat itinerary atau rencana perjalanan secara fleksibel sesuai yang mereka inginkan untuk destinasi yang mereka kunjungi, lalu 12% wisatawan tipe ini juga menganggap pentingnya untuk berinteraksi dengan warga lokal untuk mempelajari cara hidup serta budaya lokal di Cangu. 82% wisatawan tipe drifter menghindari tempat yang ramai atau yang sudah banyak ditemui oleh wisatawan lain untuk melakukan kegiatan digital nomad.

Lalu yang kedua ada Explorer type yang menyukai untuk menjelajahi tempat wisata yang tidak umum dari biasanya yang mencari pengalaman baru serta mudah untuk beradaptasi dan berinteraksi dengan masyarakat lokal untuk mempelajari budaya serta sejarah dari tempat tersebut.



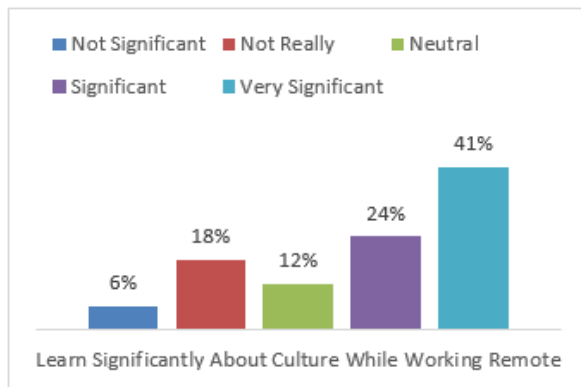
Gambar 4

Sumber : Hasil Data Penelitian 2023



Gambar 5

Sumber : Hasil Data Penelitian 2023



Gambar 6

Sumber : Hasil Data Penelitian 2023



Gambar 7

Sumber : Hasil Penelitian 2023



Gambar 8.

Sumber : Hasil Penelitian 2023

Dari hasil google form yang telah disebar, 65% wisatawan sengaja menjelajah destinasi yang tidak banyak dikunjungi oleh wisatawan secara digital. 88% wisatawan suka mencari pengalaman berwisata yang unik dan juga yang biasa secara digital. 41% wisatawan tipe ini menyukai untuk mempelajari sejarah dan budaya dari tempat wisata yang dituju

secara digital (Talwar et al., 2020). Dari hasil observasi dan wawancara serta google form, wisatawan millennial banyak yang melakukan digital nomad di Canggu, khususnya di daerah Batu Bolong dikarenakan Batu Bolong memiliki banyak tempat seperti work space. Peneliti mengamati persepsi dari portal nomadlist.com memberikan ulasan tentang pengalaman di tinggal di Canggu “it is a very easy to adapt place. Everyone speaks English and very easy to exchange money, move around, and find western food, etc. You don’t feel in Asia at all- take this into consideration if you are looking for a local or culture experience. It is a digital nomad hub” (Anonim pada 2020). Dari ungkapan tersebut Desa Canggu memang cocok bagi wisatawan untuk beradaptasi dan tidak susah untuk mencari kebutuhan sehari – hari.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan mendefinisikan milenial sebagai anak – anak yang lahir pada tahun 1982-2004. Generasi Millennial merupakan generasi yang berada dalam tahap mencari identitas diri kerap terpengaruh oleh sekelilingnya baik hal yang positif maupun negatif. Hal tersebut dikarenakan emosi yang belum stabil serta masa remaja akan membentuk konsumsi yang dapat berkembang menjadi pola konsumtif. Generasi Millennial juga tumbuh ditengah gaya modernisasi dan era teknologi, sehingga membuat generasi Millennial membentuk sebuah tampilan tren masa kini.

Dari hasil yang sudah dibahas, dapat disimpulkan bahwa Tipologi wisatawan Millennial yang melakukan kegiatan Digital Nomad di Kawasan Wisata Canggu adalah tipe *Drifter*, biasanya tipe ini menyukai untuk melakukan aktivitas diluar dari kesehariannya dan mencoba untuk mengeksplor destinasi wisata yang belum banyak dikunjungi oleh wisatawan lain, tipe *drifter* dapat gampang beradaptasi dengan warga lokal serta membuat *itinerary* secara fleksibel. Setelah *drifter* ada juga tipe *Explorer* yang menyukai untuk menjelajahi tempat wisata yang tidak umum

dari biasanya yang mencari pengalaman baru serta mudah untuk beradaptasi dan berinteraksi dengan masyarakat lokal untuk mempelajari budaya serta sejarah dari tempat tersebut. Wisatawan tipe *Explorer* memanfaatkan fasilitas yang ada dan beradaptasi dengan standar tersebut.

Dari observasi dan wawancara peneliti serta melihat ulasan dari website *nomadlist.com* bahwa Canggu menjadi destinasi favorit untuk melakukan kegiatan Digital Nomad karena memiliki banyak *work space*, tempat makan, dan ketika wisatawan membutuhkan sesuatu maka sudah banyak *mini market* atau warung di sekitar Canggu. Namun masih terdapat kekurangan dari beberapa aspek pada aksesibilitas karena *traffic* atau lalu lintas dan keamanan yang sangat rawan padat dan pencuri. Diharapkan Canggu bisa menjadi ikon pariwisata berbasis *Nomadic Tourism* yang dapat diberdayakan dan dikembangkan melalui teknologi yang sudah lebih canggih sehingga Canggu mempunyai branding bagi wisatawan Millennial yang akan berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fauzia Rahmandika, Y., Pr, L., Purwanto, H., & Boyolali, U. (2020). ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN Survei pada Konsumen Biro Pariwisata Kencana Tour di Simo Boyolali. *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*, 8(1).
- [2] Mulyana, C., Sudana, I. P., & Sagita, P. A. W. (2020). Persepsi dan motivasi digital nomad berwisata di desa tibubeneng, Canggu, Kuta Utara. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)* p-ISSN, 2338, 8633.
- [3] Iman Pribadi, T., Suganda, D., & Saefullah, K. (2021). PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT DAN DAMPAKNYA TERHADAP SOSIAL, EKONOMI, DAN LINGKUNGAN: TINJAUAN PUSTAKA. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 1(2), 1–8.
- [4] Pencarelli, T. (2020). The digital revolution in the travel and tourism



- industry. *Information Technology and Tourism* 22(3), 455–476.
<https://doi.org/10.1007/s40558-019-00160-3>
- [5] Planoeath, J., & Ummat, P. F. (2018). Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Ekonomi Wilayah di Provinsi Jawa Timur. In *Agustus* (Vol. 3, Issue 2).
- [6] Pohan, H. A. (2019). Kepemimpinan Di Era Milenial Ditinjau dari Aspek Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 3(2), 156–174.
<https://www.hipwee.com/list/6-karakter-kepemimpinan-di-era-milenial/>
- [7] Rather, R. A., Hollebeek, L. D., & Islam, J. U. (2019). Tourism-based customer engagement: the construct, antecedents, and consequences. *Service Industries Journal*, 39(7–8), 519–540.
<https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1570154>
- [8] Talwar, S., Dhir, A., Kaur, P., & Mäntymäki, M. (2020). Why do people purchase from online travel agencies (OTAs)? A consumption values
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102534>
- [9] Rasoolimanesh, S. M., Ramakrishna, S., Hall, C. M., Esfandiar, K., & Seyfi, S. (2020). A systematic scoping review of sustainable tourism indicators in relation to the sustainable development goals. *Journal of Sustainable Tourism*.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1775621>