

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir, sektor pariwisata global telah mengalami perubahan paradigma yang cukup mendalam. Perkembangan tren pariwisata menunjukkan pergeseran dalam motivasi wisatawan. Wisata tidak lagi dipahami semata-mata sebagai aktivitas hiburan atau pelarian dari rutinitas, melainkan telah bertransformasi menjadi sarana pencarian pengalaman yang lebih bermakna, emosional, dan reflektif. Dalam studi, Kaya, Sezerel, dan Filimonau (2024) mengungkapkan bahwa pelatihan *mindfulness* bermakna memengaruhi persepsi dan kualitas pengalaman wisatawan. Wisatawan modern kini menunjukkan kecenderungan untuk terlibat secara lebih sadar dan mendalam dengan lingkungan yang dikunjungi. Wisatawan tidak hanya ingin menjelajah tempat baru, tetapi juga berharap dapat membangun koneksi emosional, memperoleh wawasan personal, serta membawa pulang cerita yang otentik dan berkesan.

Transformasi ini mencerminkan meningkatnya perhatian terhadap kebutuhan psikologis dan spiritual dalam aktivitas berwisata, yang kemudian melahirkan konsep baru dalam ranah pariwisata, yaitu *mindfulness tourism*. Pendekatan ini menekankan pentingnya kehadiran penuh (*present-moment awareness*) dan kesadaran diri dalam menikmati pengalaman wisata, sehingga setiap perjalanan menjadi sarana untuk refleksi, pertumbuhan pribadi, serta peningkatan kualitas hidup secara menyeluruh. Dalam konteks

ini, *mindfulness* hadir sebagai pendekatan pariwisata yang memberikan ruang bagi wisatawan untuk menyelaraskan kembali pikiran, emosi, dan jiwa melalui keterlibatan yang lebih autentik dengan destinasi dan budaya lokal. Stankov, Filimonau, dan Vujičić (2020) menekankan bahwa pergeseran menuju pariwisata berbasis kesadaran ini merupakan peluang penting dalam lanskap pariwisata pasca-pandemi, karena mampu menawarkan pengalaman yang lebih kontemplatif, reflektif, dan bermakna dibandingkan bentuk wisata konvensional. Dengan demikian, *mindfulness-driven tourist* bukan hanya menawarkan jeda dari rutinitas, melainkan juga menjadi media transformasi diri dan koneksi yang lebih dalam dengan lingkungan sekitar.

Mindfulness tourism merupakan pendekatan dalam berwisata yang menekankan pentingnya kesadaran penuh terhadap momen yang sedang dijalani (*present moment awareness*), keterhubungan emosional yang mendalam, serta kemampuan untuk mengapresiasi lingkungan dan pengalaman secara lebih reflektif dan bermakna. Konsep ini mendorong wisatawan untuk tidak sekadar melihat, tetapi benar-benar "mengalami" sebuah destinasi melibatkan pikiran, perasaan, dan kesadaran dalam setiap interaksi yang terjadi selama perjalanan. Sebagaimana dikemukakan oleh Frauman dan Norman (2004) serta Iacob et al. (2023), *mindfulness tourism* tumbuh dari kebutuhan yang semakin kuat akan ketenangan batin, keseimbangan psikologis, dan pencarian makna dalam setiap aktivitas perjalanan. Wisata tidak lagi dipandang hanya sebagai pelarian dari rutinitas, tetapi juga sebagai sarana untuk menyentuh kedalaman diri, memperkuat koneksi dengan lingkungan sekitar, dan memperoleh pengalaman otentik

yang memperkaya kehidupan pribadi. Lebih lanjut, Kaya et al. (2024) menyoroti bahwa wisatawan masa kini cenderung menghindari peran sebagai penonton pasif, dan lebih memilih bentuk keterlibatan yang imersif di mana wisatawan dapat merasakan, merenungi, dan tumbuh secara personal. Dalam konteks ini, pariwisata menjadi media yang tidak hanya menyenangkan secara fisik, tetapi juga memulihkan secara emosional dan memperluas kesadaran diri. Oleh karena itu, *mindfulness tourism* hadir sebagai respons terhadap perubahan nilai dan ekspektasi wisatawan yang semakin mengutamakan pengalaman holistik dan transformatif.

Dasar teoritis dari pendekatan ini sangat erat kaitannya dengan kerangka kerja "*Experience Economy*" yang diperkenalkan oleh Pine dan Gilmore (1999). Pengalaman wisatawan secara umum dikategorikan ke dalam empat elemen utama, yaitu *escape* (pelarian dari rutinitas), *education* (pembelajaran), *esthetic* (keindahan estetika), dan *entertainment* (hiburan). Keempat elemen ini tidak hanya meningkatkan kepuasan wisatawan, tetapi juga berfungsi sebagai pemicu terbentuknya kondisi *mindful* yaitu keadaan batin yang terfokus, penuh perhatian, dan terhubung secara emosional dengan lingkungan sekitar (Loureiro et al., 2019).

Perkembangan teknologi digital saat ini, terutama media sosial, pola dokumentasi pengalaman wisata turut mengalami pergeseran. Platform seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts menjadi sarana utama bagi wisatawan untuk mengekspresikan pengalaman dalam bentuk konten video pendek. Konten ini berperan ganda yaitu sebagai bentuk narasi emosional dari perjalanan pribadi sekaligus sebagai alat promosi destinasi yang efektif dan viral (Zhu et al., 2023; Wang et al., 2023). Namun,

penelitian yang mengulas hubungan antara pengalaman wisata yang bermakna secara psikologis (*mindfulness*) dan motivasi dalam menciptakan konten video pendek masih tergolong terbatas, terutama di wilayah pariwisata pedesaan.

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab kompleksitas perilaku wisatawan di destinasi pedesaan, khususnya dengan menelusuri bagaimana keempat elemen pengalaman wisata memengaruhi terbentuknya wisatawan yang *mindful*. Selanjutnya, studi ini juga mengeksplorasi bagaimana *mindfulness* mendorong motivasi wisatawan untuk menciptakan dan membagikan konten video pendek sebagai dokumentasi dan promosi pengalaman yang dirasa bermakna. Dalam hal ini, konten tidak lagi sekadar informasi, tetapi menjadi ekspresi nilai-nilai personal, budaya lokal, serta narasi visual yang membentuk citra destinasi.

Studi ini difokuskan pada Desa Wisata Nglanggeran di Yogyakarta, Indonesia, sebagai konteks penelitian. Desa ini merupakan salah satu contoh terbaik dari pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (*community-based tourism*) yang telah meraih predikat "Desa Wisata Mandiri" dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Status tersebut mencerminkan kematangan pengelolaan destinasi, partisipasi aktif masyarakat lokal, serta penerapan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam pariwisata.

Nglanggeran menawarkan beragam pengalaman yang sesuai dengan empat pilar *4Es* dari Pine dan Gilmore. Wisatawan dapat menikmati lanskap estetis berupa Gunung Api Purba, arsitektur tradisional, hamparan kebun kakao dan Embung Nglanggeran. Dalam aspek edukasi, wisatawan

diperkenalkan dengan kekayaan geologi dan pertanian lokal. Hiburan disajikan melalui aktivitas langsung yang dilakukan di desa, seperti menanam padi, pemerahan susu dan aktivitas lainnya, sementara aspek *escape* diwujudkan melalui suasana pedesaan yang tenang dan jauh dari hiruk-pikuk kota. Oleh karena itu, desa ini bukan hanya representatif sebagai objek studi, tetapi juga kontekstual dalam mengeksplorasi keterkaitan antara pengalaman wisata, *mindfulness*, dan penciptaan konten digital.

Keberhasilan Desa Nglanggeran juga tidak lepas dari peran aktif Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) yang mendorong keterlibatan warga dan memastikan pengembangan pariwisata tetap selaras dengan nilai-nilai lokal dan keberlanjutan. Model pengelolaan seperti ini menjadikan Nglanggeran sebagai prototipe pengembangan ekowisata berbasis komunitas yang mampu beradaptasi dengan tren digital tanpa kehilangan identitas budaya.

Mengacu pada klasifikasi desa wisata yang dikeluarkan oleh Kementerian, yakni Rintisan, Berkembang, Maju, dan Mandiri, fokus penelitian pada level Mandiri memberikan peluang untuk menangkap dinamika pengelolaan yang matang dan kompleks. Desa pada level ini terbukti mampu bertahan, berkembang, dan menjadi acuan praktik terbaik dalam pengelolaan pariwisata pedesaan. Temuan dari studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi literatur *mindfulness-driven tourist* serta implikasi praktis bagi strategi pemasaran digital destinasi. Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya menawarkan wawasan mengenai

perilaku wisatawan dan kreasi konten digital, tetapi juga menyoroti pentingnya keseimbangan antara keaslian budaya, partisipasi warga, dan keterlibatan digital dalam membangun destinasi wisata yang berkelanjutan dan bermakna. Meskipun jumlah konten video pendek tentang Desa Wisata Nglanggeran di platform seperti TikTok sudah tersedia, tantangan yang dihadapi kini bukan terletak pada kuantitas, melainkan pada kualitas narasi, kedalaman pengalaman yang direpresentasikan, serta keterkaitannya dengan nilai *mindfulness* dan keberlanjutan. Banyak video yang beredar masih bersifat visual-dokumentatif dan belum sepenuhnya mencerminkan makna wisata berbasis refleksi, edukasi, dan koneksi emosional yang menjadi inti dari pendekatan *mindfulness-driven tourism*. Selain itu, peran strategis pengelola dalam mengkurasi dan mengoptimalkan konten wisatawan sebagai bagian dari digital marketing terstruktur masih belum maksimal. Hal ini membuka ruang untuk mengkaji bagaimana pengalaman wisata *mindful* mendorong penciptaan konten yang lebih otentik, bernilai naratif, dan berdampak pada promosi destinasi secara berkelanjutan.

Penelitian terkait *mindfulness* dalam pariwisata sebagian besar masih terfokus pada aspek psikologis wisatawan, seperti kepuasan dan *well-being*, tanpa mengaitkannya dengan perilaku digital yang kini semakin dominan, seperti pembuatan konten video pendek. Di sisi lain, kajian mengenai model pengalaman wisata berbasis *experience economy* juga belum banyak mengintegrasikan dimensi kesadaran penuh (*mindfulness*) sebagai jembatan menuju perilaku digital wisatawan. Terlebih lagi, konteks riset pada desa wisata yang menawarkan pengalaman lokal otentik seperti Nglanggeran masih sangat terbatas, padahal potensi pembentukan *mindful experience* di

destinasi seperti ini sangat besar. Berdasarkan laporan We Are Social (2024), Indonesia merupakan negara dengan pengguna TikTok terbanyak kedua di dunia dengan lebih dari 126 juta pengguna aktif, dan sebanyak 80% pengguna Instagram aktif memanfaatkan fitur Reels, menunjukkan bahwa perilaku digital wisatawan telah menjadi bagian dari pengalaman wisata itu sendiri. Namun, penelitian yang menghubungkan aspek *mindfulness-driven tourism* dengan motivasi kreasi konten digital berbasis video dalam konteks lokal masih belum banyak dijumpai. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menyusun model integratif yang mengaitkan pengalaman wisata, mindfulness, dan perilaku pembuatan konten video pendek dalam kerangka digital marketing destinasi berkelanjutan.

1.2 Masalah Penelitian

Meskipun konsep *mindfulness tourism* telah mulai mendapatkan perhatian dalam literatur pariwisata, pemahaman tentang bagaimana pengalaman wisata yang bermakna dapat membentuk kondisi *mindful* wisatawan masih terbatas, khususnya dalam konteks pariwisata pedesaan di Indonesia. Empat elemen utama dalam *Experience Economy* yang diperkenalkan oleh Pine dan Gilmore (1999), yakni *escape*, *education*, *esthetic*, dan *entertainment*, secara

teoritis diyakini mampu menciptakan pengalaman yang imersif dan mendalam. Namun, belum banyak studi yang menguji sejauh mana masing-masing elemen tersebut berkontribusi terhadap terbentuknya kesadaran penuh (*mindfulness*) dalam diri wisatawan selama perjalanan wisata di destinasi berbasis komunitas.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah mengubah cara wisatawan mendokumentasikan dan membagikan pengalaman yang didapatkan dari berwisata. Konten video pendek yang diunggah ke platform seperti TikTok dan Instagram bukan hanya menjadi media ekspresi personal, tetapi juga berperan sebagai alat promosi destinasi. Dalam konteks ini, *user-generated short video content* (UGSVC) telah menjadi bentuk ekspresi digital yang sangat populer dan memiliki potensi pemasaran tinggi (Shutsko, 2020). Namun, sejauh mana pengalaman wisata yang *mindful* dapat mendorong motivasi wisatawan untuk menciptakan dan membagikan konten tersebut masih belum banyak dieksplorasi secara ilmiah. Terlebih lagi, praktik *user-generated content* (UGC) yang bersumber dari pengalaman pribadi wisatawan di desa wisata masih kurang berkembang, baik dari sisi jumlah, kualitas narasi, maupun daya jangkauan kontennya.

Kesenjangan ini menjadi semakin relevan ketika dikaitkan dengan potensi besar destinasi wisata pedesaan seperti Desa Nglanggeran, yang menawarkan pengalaman autentik dan beragam sesuai dengan empat elemen pengalaman wisata. Meskipun desa ini telah berhasil menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan dan partisipasi masyarakat melalui model *community-based tourism*, belum diketahui secara pasti bagaimana karakteristik

wisatawan yang *mindful* berperan dalam mendukung narasi digital destinasi melalui pembuatan konten video pendek. Minimnya kajian empiris yang mengaitkan elemen pengalaman wisata dengan *mindfulness*, serta terbatasnya penelitian mengenai peran *mindfulness* dalam mendorong perilaku penciptaan *user-generated short video content* di media sosial, menunjukkan adanya celah penting yang perlu diisi dalam studi pariwisata kontemporer.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan variabel-variabel yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian. Pertanyaan-pertanyaan ini disusun untuk mengeksplorasi secara mendalam bagaimana keterkaitan antar variabel tersebut berperan dalam konteks studi yang diangkat, sebagaimana berikut ini:

1. Apakah *escape* mempunyai pengaruh positif yang signifikan pada *mindfulness driven tourist*?
2. Apakah *education* mempunyai pengaruh positif yang signifikan pada *mindfulness driven tourist*?
3. Apakah *esthetic* mempunyai pengaruh positif pada *mindfulness driven tourist*?
4. Apakah *entertainment* mempunyai pengaruh positif yang signifikan pada *mindfulness driven tourist*?
5. Apakah *mindfulness driven tourist* berpengaruh positif yang signifikan pada *creation of short video content*?

6. Apakah *sustainability influencer* memoderasi pengaruh hubungan *mindfulness driven tourist* terhadap *creation of short video content*?
7. Apakah *openness to new experience* memoderasi pengaruh hubungan *mindfulness driven tourist* terhadap *creation of short video content*?

1.4 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, tujuan umum yang ingin dicapai adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari keempat variabel independen *escape*, *esthetic*, *education*, dan *entertainment* yang merepresentasikan elemen pengalaman wisata dalam kerangka *Experience Economy*, terhadap pembentukan *mindfulness* pada wisatawan. Selanjutnya, penelitian ini juga menganalisis bagaimana *mindfulness* tersebut berperan dalam mendorong wisatawan untuk menciptakan konten video pendek sebagai bentuk refleksi pengalaman wisata yang bermakna, khususnya di konteks desa wisata. Terdapat tujuh pertanyaan penelitian (*research question*) yang diajukan, karenanya tujuan penelitian survei kuantitatif ini secara spesifik diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif dari *escape* pada *mindfulness driven tourist*
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif dari *education* pada *mindfulness driven tourist*
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif dari *esthetic* pada *mindfulness driven tourist*
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif dari *entertainment* pada *mindfulness driven tourist*

5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif dari *mindfulness driven tourist* pada *creation of short video content*
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pemoderasi *sustainability influencer* pada pengaruh dari *mindfulness driven tourist* terhadap *creation of short video content*
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pemoderasi *openness to new experience* pada pengaruh dari *mindfulness driven tourist* terhadap *creation of short video content*

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori *Experience Economy* dan *mindfulness* dalam konteks pariwisata. Dengan mengintegrasikan empat elemen pengalaman wisata *escape*, *education*, *esthetic*, dan *entertainment* ke dalam kerangka *mindfulness-driven tourist*, studi ini memperluas pemahaman tentang bagaimana pengalaman emosional dan reflektif berperan dalam pembentukan kesadaran penuh wisatawan. Selain itu, penelitian ini juga menambahkan perspektif baru mengenai hubungan antara *mindfulness* dan niat untuk menciptakan konten video pendek sebagai bentuk ekspresi dan dokumentasi pengalaman. Hal ini masih jarang ditemukan dalam literatur pariwisata digital kontemporer, sehingga model yang diajukan dapat dianggap sebagai kontribusi konseptual yang bersifat inovatif.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pengelola destinasi wisata, khususnya desa wisata, dalam merancang

pengalaman wisata yang mampu membangkitkan *mindfulness* pengunjung. Dengan memahami elemen-elemen pengalaman yang paling berpengaruh terhadap kesadaran wisatawan, pengelola dapat merancang kegiatan atau narasi yang mendorong wisatawan untuk lebih terlibat secara emosional dan kognitif. Hal ini pada akhirnya dapat meningkatkan kemungkinan wisatawan untuk menciptakan dan membagikan konten video pendek yang autentik dan bernilai promosi tinggi melalui platform digital seperti TikTok dan Instagram Reels.

Temuan ini juga memberi manfaat dalam kerangka pembangunan pariwisata berkelanjutan. Dengan menyoroti peran *sustainability influencer* dan *openness to new experience*, penelitian ini memperlihatkan bagaimana wisatawan yang sadar dan reflektif cenderung menunjukkan perilaku positif terhadap pelestarian lingkungan, budaya lokal, dan nilai-nilai keberlanjutan. Hal ini berpotensi menjadi daya dorong bagi promosi etis dan partisipatif dalam pengembangan desa wisata yang berkelanjutan. Bagi akademisi, studi ini memperkaya literatur pariwisata dengan pendekatan integratif antara teori pengalaman dan kesadaran wisatawan di era digital. Bagi praktisi pariwisata, temuan penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam perencanaan dan pengembangan pengalaman wisata berbasis keterlibatan emosional dan narasi digital. Sementara itu, bagi pengambil kebijakan, hasil studi ini dapat menjadi pertimbangan dalam merumuskan kebijakan strategis terkait penguatan citra destinasi dan promosi berkelanjutan melalui partisipasi aktif wisatawan sebagai pencipta konten digital.

1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian survei kuantitatif ini disusun sebagai tesis pascasarjana dalam bidang Manajemen, dengan fokus pada pengaruh elemen pengalaman wisata terhadap pembentukan *mindfulness* wisatawan dan implikasinya terhadap perilaku penciptaan konten video pendek di desa wisata. Penulisan tesis ini disusun secara sistematis untuk memastikan alur berpikir yang logis, keterkaitan antar bab yang saling menguatkan, serta penyajian ilmiah yang mudah dipahami dan bermakna. Adapun struktur penulisan tesis ini terdiri atas lima bab, yang dijelaskan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian yang didasari oleh fenomena pergeseran perilaku wisatawan modern menuju pencarian pengalaman yang lebih sadar, otentik, dan reflektif. Uraian dilanjutkan dengan identifikasi masalah dalam konteks promosi pariwisata desa, urgensi penelitian terkait *mindfulness* dalam pengalaman wisata, serta relevansi perilaku menciptakan konten digital dalam era pemasaran destinasi berbasis media sosial. Selanjutnya disampaikan tinjauan singkat terhadap penelitian terdahulu, pemilihan teori utama (*Experience Economy* dan *Mindfulness Theory*), rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan pembahasan teoritis yang relevan dengan topik penelitian, termasuk definisi dan penjelasan masing-masing variabel seperti *escape*, *education*, *esthetic*, *entertainment*, *mindfulness*, *sustainability influencer*, dan

short video content creation. Penelitian-penelitian sebelumnya yang mendukung kerangka teoritis juga diulas secara kritis untuk memperkuat dasar pengembangan hipotesis. Bab ini ditutup dengan penyajian model konseptual (*conceptual framework*) yang menggambarkan hubungan antar variabel dalam jalur penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, dimulai dari paradigma kuantitatif yang dianut, tipe penelitian, serta pendekatan survei dengan responden yang merupakan wisatawan desa wisata. Unit analisis, teknik pengambilan sampel, serta jumlah sampel yang ditentukan juga dijelaskan. Pengukuran variabel dilakukan menggunakan skala Likert berdasarkan indikator dari penelitian terdahulu. Selanjutnya, dijabarkan teknik analisis data yang digunakan yaitu *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS 4, termasuk langkah-langkah analisis dan kriteria evaluasi model.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil analisis data yang meliputi karakteristik responden, evaluasi model pengukuran (validitas dan reliabilitas), serta model struktural yang mencakup nilai R^2 , uji hipotesis, dan efektivitas prediktif model. Selain itu, disajikan pula hasil analisis moderasi, IPMA, dan segmentasi PLS-POS untuk memperkuat interpretasi temuan serta memberikan implikasi strategis terhadap perilaku wisatawan yang terdorong oleh mindfulness dalam menciptakan konten video pendek.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir memuat kesimpulan utama berdasarkan hasil analisis data, yang disusun untuk menjawab pertanyaan penelitian secara sistematis. Implikasi teoritis disampaikan sebagai kontribusi terhadap pengembangan literatur *mindfulness tourism* dan digital behavior. Implikasi praktis diarahkan kepada pengelola destinasi, khususnya desa wisata, dalam merancang pengalaman yang mendorong keterlibatan wisatawan secara reflektif dan kreatif. Bab ini ditutup dengan pengakuan atas keterbatasan penelitian serta rekomendasi untuk pengembangan studi selanjutnya, terutama di ranah pemasaran pariwisata digital dan pengalaman wisata yang berkelanjutan.

