

Motif Wisatawan Pengguna Jasa *Open trip Travel* (Studi Fenomenologi pada Generasi Z Urban)

Salma Maylinda Putri Alfurizqi

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Negeri Surabaya

Gilang Gusti Aji

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Negeri Surabaya

Abstrak

Penelitian fenomenologi ini mengeksplorasi motif Gen Z urban dalam memilih jasa *open trip travel*. Meski *open trip* tampak populer saat ini, hasil penelitian menunjukkan *open trip* seringkali bukan preferensi utama yang berulang, melainkan pilihan situasional ketika Gen Z urban mengalami keterbatasan atau kekurangan informasi, belum memiliki teman perjalanan, atau sebagai pengalaman *traveling* awal. Tujuan penelitian adalah memahami makna *traveling* sebagai gaya hidup dan esensi pengalaman memilih *open trip* bagi mereka. Dengan metode kualitatif melalui *in-depth interview* pada Gen Z urban, ditemukan bahwa motif *traveling* secara umum didorong oleh faktor personal (eksplorasi diri, pengalaman baru, aktualisasi diri) dan situasional (lingkungan psikososial dan objektif). Dengan melihat motif tersebut, *open trip* menjadi solusi praktis yang menjembatani dorongan personal dengan keterbatasan situasional dan dipilihnya *open trip* sebagai model wisata banyak didasari oleh alasan "pengalaman pertama" karena menawarkan rasa aman, praktis, dan tersedianya komunitas sementara sehingga menciptakan kesempatan jejaring sosial.

Kata Kunci : Open trip, Motif Traveling, Fenomenologi.

A. PENDAHULUAN

Kehidupan modern membawa pada perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi yang signifikan sehingga berdampak pada kehidupan masyarakat. Masyarakat yang hidup dalam era globalisasi ini menjadi lebih melek akan pengetahuan dan kehidupan luar dengan demikian masyarakat juga terbuka akan perubahan. Kelompok masyarakat terbanyak menurut BPS (Badan Pusat Statistik) pada tahun 2021 adalah Generasi Z yang lahir pada tahun 1997-2012 dengan jumlah 74,93 juta jiwa, atau 27,94% populasi, sehingga pada era ini Generasi Z atau Gen Z tumbuh di era perubahan terbesar abad ini dimana kehidupan digital mempengaruhi perjalanan mereka. Dunia digital yang menjadi

bagian dari pertumbuhan dan perkembangan Gen Z membawa dampak pada bagaimana cara pandang Gen Z terhadap sesuatu, termasuk dalam hal kehidupan sosial dan gaya hidup (Damanik et al., 2023).

Gen Z Urban menjadi generasi yang lebih terbuka akan perubahan karena dampak digitalisasi yang begitu kuat. Salah satu produk digitalisasi adalah penggunaan media sosial yang didalamnya terbentuk komunikasi dan interaksi sosial, sehingga memungkinkan kondisi untuk saling mempengaruhi. Dengan demikian Gen Z menjadi kelompok masyarakat yang terbuka akan pengalaman baru, inisiatif akan sesuatu, dan keinginan untuk terus melakukan eksplorasi (Waworuntu et al., 2022). Selain karena masih

tergolong muda, keinginan untuk mencoba dan mengeksplorasi dunia mereka membuat mereka membuka diri pada banyak hal baru dan pengalaman yang berharga seperti traveling, menonton konser musik favorit, mengeksplorasi karir, hingga pengalaman belajar budaya baru. Diantara banyak kegiatan tersebut, traveling menjadi tren yang paling menarik untuk karna bukan hanya pengalaman, namun juga kesempatan menemukan banyak hal baru termasuk kebudayaan baru, perkembangan intelektual, hingga relasi yang dapat dilihat pada bagaimana Gen Z terutama Gen Z Urban yang gemar membagikan pengalaman traveling mereka pada media sosial seperti Instagram dan TikTok.

Beragam motif seseorang melakukan traveling, dalam konteks kehidupan urban yang penuh dengan tekanan, traveling digunakan Gen Z sebagai sarana relaksasi dari tingginya tuntutan pekerjaan, studi, ekspektasi sosial yang membayangi kehidupan, dan kelelahan mental, sehingga melakukan perjalanan digunakan sebagai upaya meredakan stres. Keinginan untuk lari sejenak dari aktivitas yang membosankan dan penuh tekanan dengan melakukan traveling menjadi alasan mengapa generasi ini menjadi salah satu generasi yang peduli akan kondisi kesehatan mental. Dengan traveling, diantara mereka mungkin merasa akan mencapai keseimbangan antara melakukan pekerjaan dan kehidupan atau *work life balance*. Selain itu, dengan banyak menemukan sesuatu yang baru hal tersebut berpengaruh pada perkembangan mereka yakni dalam menciptakan wawasan baru bagi Gen Z, sehingga selain alasan kesehatan mental, perkembangan diri juga menjadi alasan mengapa traveling digemari oleh Gen Z (Haratikka & Silitonga, 2023).

Bukan hanya pengaruh personal atau dorongan dalam diri untuk melakukan traveling, namun juga pengaruh eksternal atau situasional salah satunya sosial media. Tingginya akses informasi yang ada pada media sosial memiliki

pengaruh besar akan ketakutan atas ketinggalan atau FoMO (*Fear Of Missing Out*) yang berdampak pada tingginya minat traveling Gen Z. FoMO terhadap suatu pengalaman, acara, dan aktivitas mendorong anak muda untuk bepergian ke tempat tempat baru dan mereka merasa hal tersebut penting untuk dibagikan di media sosial untuk menunjukkan pada lingkungan sosial akan sesuatu atau trend aktifitas yang telah dilakukan. Selain itu, dorongan juga muncul dari adanya *Influencer*, Selebgram, atau unggahan penyedia layanan wisata pada sosial media untuk mempromosikan produknya.

Gen Z yang merupakan wisatawan muda yang di usianya cenderung belum lama memiliki pengalaman perjalanan, kondisi finansial, hingga mental yang cukup kuat membawa open trip sebagai salah satu solusi perjalanan Gen Z. Open trip menjadi pilihan yang menarik bagi Gen Z karena cocok dengan karakteristik Gen Z terutama yang baru memulai perjalanannya. Open trip merupakan wisata yang menggabungkan banyak orang dalam satu kali perjalanan. Open trip menawarkan destinasi hingga kebutuhan lengkap perjalanan disertai dengan tarif harga yang berbeda-beda pada paket perjalanannya yang membuat para calon partisipan memiliki opsi terkait itinerary atau rencana perjalanan, selain itu proses reservasi yang praktis, itinerary yang jelas, hingga pada tour leader yang melengkapi perjalanan menjadi alasan open trip menjadi tren yang digemari (Entas et al., 2022). Selain itu, karena memungkinkan seseorang bertemu dengan banyak orang baru, potensi terjalannya relasi hingga menemukan kebudayaan baru melalui interaksi mereka menjadi poin menarik open trip dipilih sebagai model wisata.

Berdasarkan fenomena maraknya gaya hidup traveling oleh Gen Z, penelitian studi fenomenologi kualitatif berjudul “Motif Wisatawan Pengguna Jasa Open trip Travel : Studi Fenomenologi pada Generasi Z Urban”

dibuat untuk mendalami dan mengeksplorasi motif Gen Z urban dalam melakukan open trip travel, mengungkap faktor pendorong seperti tekanan kehidupan urban hingga pada ketersediaan layanan open trip yang mendorong Gen Z melakukan traveling, menggali aspek psikologis terkait perasaan, pembentukan identitas diri, dan eksistensi Gen Z dalam melakukan perjalanan, serta mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih model perjalanan open trip.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan memandang realitas sebagai hasil konstruksi sosial. Dengan menggunakan paradigma konstruktivis, pengamatan dilakukan secara langsung dengan terperinci perihal bagaimana dunia sosial terjadi (Hidayat, 2003). Pendekatan yang digunakan merupakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan wawancara mendalam pada setiap narasumber. Dengan menggunakan metode dan pendekatan tersebut, penelitian ini sangat sesuai untuk memahami motif gaya hidup travel open trip Gen Z urban karena memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menelaah interaksi sosial dan situasi sosial objek secara mendalam, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih realistis dan valid tentang fenomena yang sedang dipelajari.

C. HASIL & PEMBAHASAN

Open trip merupakan wisata gabungan yang terbuka dengan melibatkan beberapa orang atau golongan yang berbeda untuk satu rombongan keberangkatan. Secara umum paket wisata open trip segala kebutuhan mulai dari transportasi, akomodasi hingga destinasi telah ditentukan sehingga budgeting juga telah terinci oleh pengelola atau penyelenggara open trip, dengan demikian biaya open trip tergolong lebih terjangkau (Treya, 2017). Dengan biaya yang terjangkau, open trip menjadi banyak diminati

oleh wisatawan atau pecinta traveling, selain itu open trip menjadi solusi perjalanan yang lebih simple (Suryaningsih et al., 2020). Selain itu, bagi sebagian orang open trip menjadi wisata yang sangat menyenangkan karena melibatkan banyak orang baru, mereka dapat berkenalan dan berinteraksi dengan orang orang baru (Entas et al., 2022).

Dibalik keunggulan open trip yang lebih terjangkau dan praktis, terdapat juga kekurangan yang membuat open trip bukan menjadi pilihan bagi beberapa orang. Bagi seseorang yang senang akan kebebasan dan fleksibilitas, open trip bukanlah pilihan yang tepat. Hal tersebut karena itinerary yang telah ditentukan oleh penyelenggara sehingga peserta open trip tidak dianjurkan untuk berpencah untuk menikmati destinasi lainnya sendiri, atau mengatur waktu dan jadwal perjalanan sesuai dengan keinginan mereka.

Penelitian ini dilakukan pada 7 (tujuh) narasumber Gen Z Urban dengan domisili dan profesi yang berbeda beda diantaranya adalah :

No	Nama	Usia	Domisili
1.	Zabrina (Perawat)	24	Surabaya (Saat ini tinggal di Jerman)
2.	Khalda (Content. Creator)	25	Yogyakarta
3.	Fahmi (Mahasiswa & Paramedis)	22	Surabaya
4.	Amanda (Fresh Graduate)	24	Medan
5.	Shafina (Digital Marketer)	22	Surabaya
6.	Sherly (Mahasiswa)	22	Jakarta
7.	Zaky (Mahasiswa & Freelancer Grapic Designer)	23	Mataram

Dengan perbedaan domisili hingga profesi diharapkan dapat memberikan jawaban yang kaya terkait dengan pengalaman, lingkungan, dan hal hal yang terjadi di sekitar narasumber.

Dalam penelitian ini pembahasan akan dibagi menjadi 2 faktor open trip Gen Z yakni faktor Internal dan Eksternal guna melihat secara keseluruhan faktor yang mempengaruhi keputusan perjalanan Gen Z.

1. FAKTOR INTERNAL

• Pengalaman Pertama Perjalanan

Open trip sebagai model perjalanan yang tergolong mudah karena segala kebutuhan perjalanan yang telah direncanakan oleh penyelenggara, hal tersebut menjadi alasan bagi para traveler yang masih awal dalam melakukan perjalanan memilih open trip sebagai model perjalanan mereka. Keterbatasan informasi, rasa takut, dan kekhawatiran akan hal hal yang tidak terduga dalam perjalanan membuat open trip sebagai pilihan yang aman dan nyaman, dan dengan itinerary yang telah direncanakan membuat mereka tidak perlu repot untuk mengurus kebutuhan akomodasi, transportasi, atau destinasi.

Pengalaman pertama solo traveling dengan menggunakan open trip dirasakan oleh Zabrina dan Sherly, keduanya mengungkapkan bahwa untuk pertama kali ia ingin melakukan perjalanan solo, open trip dipilih karena menjadi pilihan yang aman bagi pemula yang belum memiliki pengalaman. Keduanya memiliki kesamaan faktor dorongan yang membawa mereka pada perjalanan open trip, yakni tidak adanya partner perjalanan. Namun perbedaan yang cukup unik juga ditemukan, diantaranya adalah Zabrina memiliki pengalaman traveling bersama keluarga saat kecil, sehingga saat beranjak dewasa dan dirinya mulai berkeinginan untuk memulai perjalanan solo, dalam perencanaannya Zabrina mencari alternatif perjalanan yang aman, terstruktur, dan minim resiko. Sedangkan Sherly justru tidak mendapat dukungan dari orang tua. Kekhawatiran dan ketakutan orang tua akan putrinya tepat menuntun Sherly pada keputusan perjalanan open trip yang lebih aman karena menawarkan komunitas sementara dan adanya tour leader yang memberikan pendampingan profesional.

Selain pengalaman pertama dalam melakukan traveling, pengalaman pertama mengunjungi suatu tempat atau destinasi juga menjadi alasan open trip dipilih. Diantara narasumber yang melakukan open trip untuk perjalanan pertama mengunjungi suatu destinasi adalah Amanda saat pertama kali berkunjung ke Bromo, Khalda saat pertama kali berkunjung ke Nusa Penida, Shafina saat ke Gili Trawangan, dan Fahmi saat pertama kali

mendaki Gunung Rinjani. Berdasarkan para narasumber alasan utama menjadikan open trip sebagai model wisata mereka saat pertama kali mengunjungi destinasi wisata tersebut adalah faktor keamanan dan kemudahan. Misalnya Amanda, berdomisili di Medan membuat Amanda tidak cukup familiar dengan lokasi, transportasi, hingga medan perjalanan di Gunung Bromo, serta Fahmi yang meskipun telah mendaki banyak gunung di Indonesia, Rinjani menjadi salah satu yang dirasa cukup beresiko ketika dirinya melakukan pendakian solo, dengan demikian dirinya membutuhkan komunitas perjalanan dan guide yang dapat meminimalisir resiko perjalanan, kebutuhan mendesak terkait dengan logistik, hingga *track* perjalanan.

Selain Amanda dan Fahmi, Shafina menjadi salah satu narasumber yang menjadikan perjalanan open trip pertama-nya sebagai pengalaman berharga untuk mengatasi ketakutannya akan laut. Perjalanan di Gili Trawangan dengan aktifitas snorkeling tidak hanya sebagai pengalaman wisata pertama ke destinasi laut, tetapi juga sebagai langkah awal dalam mengatasi rasa takut yang selama ini membatasi eksplorasinya. Melalui open trip ini, Shafina mendapatkan dukungan sosial dan perasaan aman ketika melakukan snorkeling karena didampingi dengan orang-orang berpengalaman dan tidak adanya kekhawatiran dalam melakukan perjalanan. Ketiganya berbeda dengan Khalda, perjalanan Nusa Penida pertamanya menggunakan layanan open trip karena dirasa lebih memudahkannya dalam pemesanan tiket kapal, keberangkatan, kebutuhan *tour leader*, hingga penawaran harga yang lebih terjangkau.

Melihat preferensi wisata open trip Gen Z, menunjukkan bahwa open trip kerap kali digunakan sebagai alasan keamanan saat mengunjungi destinasi wisata alam. Hal ini karena alam menjadi tempat yang tidak dapat di prediksi berdasar tingkat resiko keamanannya. Selain itu perbedaan motif pemilihan model wisata open trip juga memperlihatkan bahwa open trip berfungsi ganda, diantaranya sebagai batu loncatan bagi pemula yang membutuhkan bimbingan, dan sebagai ruang sosial bagi mereka yang menikmati dinamika kebersamaan.

• Kesempatan Membangun Jejaring Sosial

Karena menggabungkan beberapa orang dalam satu trip pada tujuan atau destinasi tertentu, open trip kerap dijadikan kesempatan untuk bertemu

dengan orang-orang baru sehingga memungkinkan para traveler yang tergabung dalam open trip membangun relasi dan berjejaring sosial. Pertemuan dengan berbagai macam individu dengan latar belakang berbeda bukan hanya memperkaya preferensi perjalanan dan destinasi, namun juga berpotensi pada dampak perkembangan emosional dan intelektual melalui pertukaran informasi dengan individu baru.

Hal lain seperti terbentuknya pertemanan satu hobi melalui open trip juga mungkin terjadi, sehingga pertemuan dengan individu dari latar belakang yang beragam juga membuka peluang untuk membentuk koneksi secara alami. Dengan demikian bentuk relasi yang didapatkan saat melakukan open trip tidak terbatas pada pertemuan sementara namun juga hubungan relasional yang dapat dikembangkan dan dipelihara tergantung pada bagaimana seseorang ingin membawa hubungan tersebut.

• Kebutuhan Eksplorasi Diri, Pengalaman, dan Dorongan

Open trip menjadi salah satu model perjalanan yang dapat menjadi cara pemenuhan kebutuhan aktualisasi diri dan eksplorasi pengalaman seseorang. Hal-hal yang dapat ditemukan saat open trip seperti pengalaman berpetualang, hingga pengalaman pertemuan dengan banyak individu lain dengan latar belakang yang berbeda sehingga memperkaya informasi mengenai kebudayaan dan sudut pandang baru. Dengan demikian dengan melakukan open trip, Gen Z dapat melarikan diri dari rutinitas sehari-hari yang membosankan dan penuh tekanan. Pemenuhan kebutuhan aktualisasi diri dan eksplorasi diri ini disampaikan oleh hampir keseluruhan narasumber yang menyatakan bahwa bosan, pelarian akan jenuhnya lingkungan kerja dan pendidikan, hingga cara penyembuhan diri menjadi faktor mereka melakukan perjalanan.

Selain faktor-faktor yang berkaitan dengan cara penyembuhan diri secara emosional, pada era digital ini traveling juga dijadikan sebagai cara mengungkapkan ekspresi melalui media sosial hingga sebagai cara berkarir. Salah satu narasumber, Khalda merupakan content creator traveling. Melalui traveling salah satunya menggunakan model wisata open trip membuka peluang dirinya untuk berkarir di era digital. Dari keseluruhan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa motif traveling Gen Z urban, khususnya dalam

konteks open trip, didorong oleh interaksi yang kompleks antara aspek afektif, kognitif, dan konatif. Secara afektif, terdapat dorongan kuat untuk mencari pengalaman baru, mengatasi kebosanan dan stres, serta merasakan kesenangan, kebebasan, dan kepuasan. Melalui evaluasi traveling sebagai solusi dan sarana pengembangan diri, membangun identitas, serta mempertimbangkan nilai dan makna hidup, sehingga termanifestasi dalam tindakan melakukan traveling, didorong oleh kemauan untuk keluar dari zona nyaman, mengikuti tren sosial, dan mewujudkan tujuan pribadi maupun profesional. Dengan demikian, motif traveling Gen Z urban bukanlah sekadar keinginan sesaat, melainkan hasil dari interaksi dinamis antara perasaan, pemikiran, dan kemauan, yang juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan informasi yang mereka terima.

2. MOTIF EKSTERNAL

• Media Sosial Sebagai Informasi dan Ruang Ekspresi

Pada era digital, berbagai platform dapat memberikan informasi dengan visual dan ulasan influencer yang memiliki pengaruh besar. Selain itu, tren yang diciptakan oleh para pengguna media sosial seringkali memicu keinginan pengguna-nya untuk merasakan secara langsung sehingga menciptakan dorongan sosial untuk mengikuti tren traveling dan mempublikasikan perjalanan mereka. Di sisi lain, media sosial juga turut menjadi medium bagi para Gen Z mencari informasi perjalanan open trip misalnya dalam menentukan pilihan layanan, mendapatkan banyak pilihan dan preferensi, serta memastikan bahwa layanan open trip tersebut benar adanya.

Media sosial sebagai informasi adalah ketika adanya kemunculan promosi dan penawaran dari penyedia layanan open trip. Melalui unggahan berupa informasi harga, itinerary, hingga testimoni peserta sebelumnya, media sosial memudahkan Gen Z dalam mengambil keputusan secara cepat dan praktis. Dorongan lainnya juga turut terjadi saat terdapat perasaan untuk tidak tertinggal. Perasaan ketakutan akan ketertinggalan atau Fear of Missing Out (FoMO) tersebut muncul akibat adanya pengalaman perjalanan yang dibagikan orang lain, visualisasi tempat wisata yang indah, dan tren narasi populer terkait suatu destinasi di media sosial.

Selain sebagai media informasi, media sosial juga turut menjadi medium bagi Gen Z berekspresi.

Misalnya ketika mereka membagikan kegiatan traveling pada media sosial. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang kompleks terhadap keputusan Gen Z dalam memilih open trip sebagai model perjalanan.

• Media Sosial Sebagai Informasi dan Ruang Ekspresi

Terdapat tipe tipe traveler dalam mempertimbangkan pembiayaan, ada yang cenderung mengutamakan fasilitas dan kenyamanan sehingga bersedia membayar lebih banyak, namun juga tidak sedikit seseorang mencari alternatif biaya yang rendah, kedua hal tersebut pada dasarnya memang tergantung pada ketersediaan budget perjalanan. Melihat realita tersebut, penyedia layanan open trip menunjukkan cara mereka sebagai usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan menyediakan pilihan paket wisata, misalnya dengan harga yang murah maka wisata jauh lebih singkat dan dengan fasilitas yang cenderung murah, sedangkan paket wisata dengan waktu perjalanan yang lebih lama, destinasi yang semakin banyak, dan fasilitas yang sebanding.

Tak jarang penyedia layanan mengiklankan perjalanan mereka dengan harga terendah, sehingga dengan melihat harga yang ditawarkan membuat para wisatawan setidaknya melakukan pertimbangan perjalanan mereka hingga akhirnya melakukan aksi pembelian tiket perjalanan open trip baik wisata termurah atau wisata dengan harga yang lebih tepat bagi mereka dengan fasilitas tertentu. Kondisi ini menunjukkan bahwa penyedia layanan tidak hanya menjual produk wisata, tetapi juga membentuk persepsi nilai yang ditangkap oleh calon konsumen.

• Rekomendasi dan Pengaruh Lingkungan Sosial

Pengaruh dari lingkungan terbagi menjadi 2 yakni pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. Salah satu pengaruh secara langsung dari lingkungan sosial adanya rekan dengan hobi yang sama, rekomendasi dari rekan terdekat dan pengaruh dari orang tua atau keluarga dimana sejak kecil memang sering berlibur bersama dengan keluarga.

Pengaruh terdekat yang berasal dari keluarga memunculkan hal hal yang menarik dan kompleks, dari adanya pengalaman perjalanan bersama keluarga dengan rasa aman dan nyaman yang terbentuk, membawa mereka menciptakan pola preferensi

tertentu ketika dewasa, yaitu keinginan untuk tetap merasa aman saat traveling dengan mencari format perjalanan yang terstruktur seperti open trip. Dengan demikian, pengalaman masa kecil yang dibentuk oleh lingkungan keluarga, meskipun tidak secara eksplisit mendorong untuk melakukan open trip, hal ini membentuk kecenderungan internal dalam mencari rasa aman yang serupa saat melakukan perjalanan mandiri di masa dewasa.

Di sisi lain, kondisi keluarga yang tidak memberikan dukungan minat traveling juga turut mendorong keinginan seseorang untuk melakukan cara traveling yang aman dan menyediakan komunitas sementara. Misalnya Khaldi dan Sherly yang memutuskan perjalanan karena pengaruh didikan yang ketat oleh orang tua (*strict parents*). Dengan demikian ketika menempuh pendidikan dan jauh dari orang tua, hal ini membangkitkan keinginannya untuk menghirup udara luar dengan melakukan perjalanan. Melihat realita tersebut, open trip menjadi model perjalanan yang memungkinkan mereka mendapatkan rekan perjalanan, di sisi lain perjalanan open trip yang telah terorganisir dapat meyakinkan orang tua bahwa mereka bepergian dengan orang-orang yang bisa memastikan keamanannya.

• Itinerary Perjalanan Terstruktur

Beberapa narasumber yang memilih open trip travel menyatakan bahwa pilihan mereka didasarkan oleh nilai praktis yang ditawarkan, hal tersebut karena pada open trip seluruh itinerary telah direncanakan oleh penyelenggara. Dengan open trip, mereka merasa tidak perlu menghabiskan waktu dan tenaga untuk membuat perencanaan perjalanan yang kompleks. Hal ini tentu juga dipengaruhi pada faktor-faktor pertama kali melakukan perjalanan, keterbatasan informasi, dan kekhawatiran akan perjalanan yang tidak familiar bagi wisatawan. Bagi peserta, terutama yang belum memiliki banyak pengalaman traveling secara mandiri, itinerary yang telah disiapkan oleh penyelenggara memberikan gambaran yang jelas mengenai alur perjalanan, destinasi yang akan dikunjungi, waktu pelaksanaan, hingga aktivitas yang akan dilakukan. Hal ini memudahkan mereka dalam menyesuaikan ekspektasi serta mempersiapkan diri sebelum keberangkatan.

3. STUDI KONTRAS :Diferensiasi Latar Belakang Dalam Pembentukan Motif Perjalanan Open Trip

Berdasarkan hasil wawancara terhadap keenam informan utama, ditemukan berbagai motif yang mendorong Gen Z memilih open trip, baik dari faktor internal seperti kebutuhan eksplorasi diri dan pengalaman pertama, hingga faktor eksternal. Namun, temuan menarik muncul dari narasumber tambahan Zaky yang tidak pernah mengikuti open trip. Zaky telah sering melakukan traveling, dan terhitung lebih dari 10x dalam satu tahun belakangan, selain itu ia juga memiliki latar belakang pendidikan pariwisata dan lingkungan pergaulan yang aktif dalam kegiatan traveling sejak di bangku sekolah. Dengan demikian, model perjalanan “terima jadi” seperti open trip bukanlah preferensi yang disukainya karena dianggap membatasi eksplorasi, dan pengalaman yang ia miliki mengenai destinasi wisata menjadikan kekhawatiran terhadap medan atau teknis perjalanan bukanlah isu yang signifikan baginya.

Hal ini kontras dengan narasumber lain seperti Shafina dan Zabrina, yang meskipun memiliki latar belakang sering bepergian atau traveling bersama keluarga. Perjalanan bersama keluarga cenderung memberikan rasa aman karena adanya figur orang tua yang bertanggung jawab terhadap perjalanan. Berbeda dengan Haykal yang terbiasa menghadapi tantangan bersama teman sebaya, pengalaman traveling keluarga tidak serta-merta membangun kemandirian dalam perjalanan. Temuan ini memperlihatkan bahwa motif Gen Z dalam memilih open trip tidak hanya dibentuk oleh keinginan eksploratif semata, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh latar belakang sosial, pola pengalaman masa kecil, dan jenis lingkungan tempat mereka terbiasa melakukan perjalanan.

Pengalaman Zaky sebagai narasumber yang kontras daripada yang lainnya memberikan penegasan mengenai pengaruh latar belakang dan pengalaman penting bagi pemilihan model perjalanan mereka. Dengan kata lain, semakin terbiasa seseorang melakukan perjalanan secara mandiri dan terpapar pada lingkungan yang memupuk kemandirian tersebut, maka semakin kecil kecenderungannya untuk memilih open trip.

D. KESIMPULAN

Berdasar hasil penelitian mengenai Motif Wisatawan Pengguna Jasa Open trip Travel pada Gen Z Urban, dapat diambil kesimpulan bahwa motif Gen Z urban dalam melakukan perjalanan didominasi pada alasan kebutuhan eksplorasi dan aktualisasi diri

dengan keterbatasan untuk melakukan perjalanan mandiri. Selain itu, aspek terbatasnya pengalaman dan tidak adanya rekan seperjalanan juga mendorong dilakukannya open trip oleh para wisatawan, dan motif lain juga terdapat pada keinginan para Gen Z untuk membangun jejaring sosial atau networking. Dorongan emosional ini semakin diperkuat oleh fenomena Fear of Missing Out (FoMO), Gen Z terdorong untuk ikut serta dalam pengalaman traveling yang banyak dibagikan di lingkungan sosial maupun media sosial. Selain itu, mengingat mereka termasuk dalam masyarakat urban yang mengalami kerasnya kehidupan kota, latar belakang open trip tidak jauh dari kebutuhan pelarian, refreshing, kebutuhan relasional tanpa melibatkan hubungan profesionalitas. Hal ini juga menggambarkan bagaimana Gen Z Urban tertarik dengan keterlibatannya bersama dengan komunitas yang sesuai dengan minatnya.

Berawal dari kebutuhan afeksi tersebut, Gen Z melakukan pertimbangan rasional akan perjalanan yang akan dilakukan diantaranya kesiapan secara mental, logistik, informasi terkait dengan destinasi tertentu, hingga ketersediaan layanan wisata yang menunjang perjalanan. Dengan demikian, mereka dapat mempersiapkan hal-hal yang diperlukan untuk memastikan perjalanan berjalan aman, terencana, serta sesuai dengan ekspektasi emosional mereka. Gen Z tidak hanya menginginkan perjalanan sebagai bentuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana pemenuhan emosional dan perencanaan diri. Maka dari itu, open trip dipilih karena menawarkan struktur perjalanan yang jelas, efisien, dan dapat mengurangi beban persiapan individu, namun tetap memberi ruang untuk eksplorasi dan interaksi sosial yang menyenangkan. Hal ini berkaitan dengan preferensi perjalanan Gen Z yakni pada destinasi alam, mengingat alam menjadi destinasi yang tidak bisa diprediksi resiko, hingga tingkat keamanannya. Dengan demikian pertimbangan open trip sebagai model wisata bagi first timer adalah pilihan yang tepat bagi beberapa orang.

Berdasarkan pertimbangan kesiapan Gen Z dan kebutuhan yang ingin dicapai dalam melakukan perjalanan, ketika terjadi keterbatasan informasi terkait dengan destinasi perjalanan tertentu, tidak adanya pengalaman pada destinasi yang akan dikunjungi, partner perjalanan, dan hambatan situasional lainnya menyebabkan model perjalanan open trip menjadi pilihan bagi mereka. Dengan

demikian dapat dikatakan open trip hadir sebagai solusi atas dorongan personal untuk mengatasi keterbatasan situasional. Sehingga dalam penelitian ini ditemukan kecenderungan open trip yang dijadikan sebagai pengalaman pertama dalam melakukan perjalanan atau pengalaman pertama dalam mengunjungi destinasi tertentu. Hal tersebut didukung dengan kebutuhan Gen Z akan otonomi dan kebebasan dalam perjalanan, yang membuat idealisme mereka seringkali tidak sepenuhnya terpenuhi melalui open trip, sehingga tidak banyak ditemukan pola berulang dalam pemilihan open trip oleh Gen Z. Selain itu, fenomena Fear of Missing Out (FOMO) lebih terkait dengan keinginan untuk melakukan traveling secara umum, bukan spesifik terhadap open trip. Sehingga setelah memperoleh pengalaman dan wawasan melalui perjalanan open trip, banyak diantara Gen Z yang kemudian beralih ke model perjalanan yang lebih mandiri seperti solo traveling atau backpacker karena lebih menawarkan kebebasan dan fleksibilitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Damanik, J., Priyambodo, T. K., Wibowo, M. E., Pitnatri, P. D. S., & Wachyuni, S. S. (2023). Travel behaviour differences among Indonesian youth in Generations Y and Z: pre-, during and post-travel. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 18(1), 35–48. <https://doi.org/10.1108/CBTH-07-2021-0184>
- Entas, D., Yenny, M., Putri, N. M. D. R., & Kurniawati, R. (2022). Open trip Among Jakarta Millennial Travelers in Post Pandemic Covid-19. In *Proceedings of the International Academic Conference on Tourism (INTACT) "Post Pandemic Tourism: Trends and Future Directions"* (INTACT 2022) (pp. 269–277). Atlantis Press SARL. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-73-2_20
- Haratikka, H., & Silitonga, H. (2023). Minat Perjalanan Wisata Pada Generasi Z di Tebing Tinggi. 5(2). <https://doi.org/10.37253/altasia.v5i2.7631>
- Hidayat, W. (2021). GAYA HIDUP MASYARAKAT PERKOTAAN (STUDI KASUS TERHADAP PELANGGAN WARUNG KOPI DI KOTA MAKASSAR).
- Suryaningsih, Ika, Nugraha, K., & Moelyadi, D. (2020). Travel Choice Component: Is The Price Important For Open trip Tourists? *Jurnal Manajemen*, 24(2), 266. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i2.647>
- Treya. (2017). What is an Open trip?
- Waworuntu, E. C., Kainde, S. J. R., & Mandagi, D. W. (2022). Work-Life Balance, Job Satisfaction and Performance Among Millennial and Gen Z Employees: A Systematic Review. *Society*, 10(2), 384–398. <https://doi.org/10.33019/society.v10i2.464>