

Berjelajah dalam Sensasi: Wisata Virtual Sebagai Hiburan Praktis Pemuda Urban

Abdul Wahab Hasbullah, B.J. Sujibto
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
bj.sujibto@uin-suka.ac.id

Submitted: 14 March 2024; Revised: 20 October 2024; Accepted: 21 October 2024

ABSTRACT

COVID-19 pandemic has contributed to the emergence of various innovations and developments in the social lives, especially in accelerating the utilization of the virtual world. One of the innovations offered is virtual tourism, which has begun to be popular among young people. Virtual tourism is utilized by urban communities, especially young people, as a new alternative in tourism practices involving technology and social media. This article discusses virtual tourism, which is widely practiced by urban youth in Yogyakarta. Various factors, motivations, and experiences of young people in virtual tourism are the topics investigated in this article. By using a qualitative method through observation and in-depth interviews with seven informants practicing virtual tourism, this article found several interesting points: (1) virtual tourism has become a practical alternative holiday choice for urban youth, (2) the advancements and conveniences offered by social media as tools for virtual tourism, and (3) the livelier expression of young people's imagination in virtual tourism of both natural and urban landscapes. Driving factors such as digital technology facilities are determinants for virtual tourism practices that can contribute to digital humanities.

KEYWORDS Youth | Urban | Leisure time | Virtual tourism

PENDAHULUAN

Kemunculan diskursus dan praktik wisata virtual tidak bisa dipisahkan sebagai produk dari pengalaman hidup di tengah pandemi COVID-19. Pandemi telah menutup akses kehidupan fisik dan membuka akses terhadap dunia virtual secara lebih terbuka, dan sekaligus memaksa manusia untuk beralih ke dunia digital (Ali and Davis-Floyd 2022). Untuk itu, anak muda secara adaptif melakukan negosiasi dalam beradaptasi dengan kebiasaan baru selama pandemi COVID-19 (Sujibto and Diah 2022), termasuk adaptasi dalam dunia wisata (Godovykh, Baker, and Fyall 2022; Muhammad, Mutiarin, and Damanik 2021;

Riesa and Haries 2020; Sujibto and Arba'atun 2021). Kebiasaan baru yang berada pada dunia virtual terutama pada platform *online* memberikan pengaruh peningkatan minat interaksi di internet karena dunia digital menawarkan interaksi sebagaimana manusia berada di dunia fisik.

Inovasi penting dalam industri digital adalah munculnya ruang metaverse yang dikembangkan dalam sektor pariwisata (Aidi 2022). New normal memaksa sektor pariwisata untuk menciptakan ruang sehat, bersih, dan aman. Ruang maya di metaverse menawarkan

produk berupa destinasi wisata virtual yang bisa dimanfaatkan oleh Masyarakat tanpa harus keluar rumah. Wisata virtual sering digunakan untuk melihat pandangan yang tidak terputus (Dairoh et al. 2023). Sistem wisata virtual menyajikan sektor wisata dengan bentuk tiga dimensi secara *online* dan pengguna bisa berinteraksi dengan lingkungan yang ditampilkan (Anggara and Zamroni 2021). *Virtual Reality* dapat dinyatakan sebagai dunia tiruan atau dunia buatan bukan tiruan (Robaina-Calderín, Martín-Santana, and Muñoz-Leiva 2023).

Studi-studi wisata yang dilakukan oleh kelompok muda bisa dipetakan ke dalam beberapa kecenderungan seperti wisata pengembangan diri, budaya dan seni dengan walking tour dan backpackers (Jennings et al. 2009; Ningrum 2024; Refaeli et al. 2022; Richards 2015). Selain itu, terdapat topik-topik lain seperti pemuda dalam wisata religi (Flora, Nugraha, and Lasibey 2022; Jannah and Tamim 2020), munculnya wisata motor dan sepeda di kalangan pemuda (Farida 2024; Haratikka and Silitonga 2023; Purnama 2022; Sujibto and Arba'atun 2021), dan wisata pemuda dan media digital yang paling banyak menyorotinya sebagai strategi pengembangan pariwisata (Diwyarthi et al. 2023; Umami 2015). Namun, riset secara khusus tentang pemuda dan wisata virtual belum dilakukan khususnya dalam konteks Indonesia.

Untuk itu, artikel ini menelisik secara seksama bahwa wisata virtual menjadi opsi pilihan berwisata praktis pemuda urban. Hal demikian terjadi karena kehadiran teknologi internet yang telah mempengaruhi perubahan perilaku/kebiasaan pemuda urban dalam berwisata dan menawarkan ruang penjelajahan dan jangkauan dunia wisata yang fleksibel dan dapat diakses dengan mudah. Praktik wisata virtual para pemuda urban terkait dengan pemanfaatan waktu luang mereka. Waktu luang diartikan sebagai waktu kegiatan yang dihabiskan untuk menikmati hidup sebagai

hiburan diri sendiri atau kelompok (Hasrin, Umaternate, and Sidik 2020).

Lebih lanjut, riset-riset terdahulu yang secara spesifik membahas wisata dan dunia digital membahas tentang e-tourism, misalkan tentang cara booking destinasi wisata (Buhalis and Law 2008), smart tourism dan *digital tourism* dengan pelayanan yang memaksimalkan aplikasi digital (Sustacha et al., 2023; Ramić-Brkić & Čosović, 2022). Selain itu, cakupan lebih luas tentang imajinasi wisata virtual sebagai sensasi sehingga konsep hiperrealitas menjadi peran penting dalam keberadaan wisata virtual (Hilmi 2023), penggunaan wisata virtual untuk meningkatkan daya wisatawan selama pandemi COVID-19 (Sobarna 2021), destinasi museum yang selalu dijadikan sebagai wisata virtual adalah contoh pemilihan destinasi virtual yang dihadirkan untuk ekspresi wisatawan dalam menikmati kunjungan berwisata virtual (Wulandari et al. 2021), dan tentang kelompok umur yang mempengaruhi pengalaman ideal mereka untuk berinteraksi dengan alam virtual (Lindsay 2013) juga menjadi kajian terkait wisata dan dunia digital.

Studi-studi dengan penggunaan terma wisata virtual bisa dipetakan ke dalam beberapa fokus, seperti motivasi berwisata virtual (Talwar et al. 2022), komunitas wisata virtual (Wang, Yu, and Fesenmaier 2002), dan efektivitas wisata virtual saat pandemi (Godovykh et al. 2022). Sementara studi yang secara khusus membahas pemuda dan wisata virtual hanya pada orientasi dan eksperimen penggunaan wisata virtual (Mandal et al. 2024; Seyfi, Hall, and Strzelecka 2023). Perkembangan tersebut tidak lepas dari kemajuan teknologi informasi seperti Web. 2.0, Big data, Smart Technology dan *Virtual Reality* (Buhalis and Law 2008). Peneliti menemukan data-data bagaimana teknologi informasi dijadikan sebagai media hiburan kaum muda urban saat stres dan kelelahan. Kehadiran wisata digital memberikan dampak kepada pemuda dalam melakukan kegiatan berwisata

secara praktis.

Diskursus tentang wisata virtual sebagai wisata praktis di pemuda urban masih belum merambat luas hingga pada pembahasan penggunaan wisata praktis virtual di waktu luang. Imajinasi menjadi pengaruh penting dalam menciptakan pengalaman perjalanan berwisata virtual di waktu luang. Wisata virtual memberikan imajinasi yang beragam bagi wisatawan. Ada beberapa wisatawan yang menikmati prosesnya, sebagian lagi mengatakan belum puas saat mereka mendatangi atraksi wisata tersebut secara langsung (ITB, 2021b, hlm. 8). Wisata virtual sendiri menampilkan gambar bergerak yang bisa berinteraksi pada dunia nyata dengan bantuan sensor elektronik (Artha, Hadi, and Sari 2020). Rekayasa imajinasi terbentuk dalam proses interaksi dengan gambar bergerak tersebut.

Sebagai aktor sosial yang aktif dan membutuhkan aktualisasi diri, pemuda urban dapat mengaktiviasi aspek-aspek keterlibatannya dalam dunia wisata di tengah waktu luang yang singkat. Selain itu, aktivitas berwisata cenderung digandrungi oleh anak muda ketimbang orang dewasa (Gunter and Moore 1975). Akan tetapi, keterkaitan langsung antara pemuda urban, waktu luang, dan aktivitas wisata jarang ditemukan secara kebersamaan. Karena praktik lain menunjukkan bahwa kegiatan padat membuat pemuda urban memilih untuk bermalas-malasan di waktu luang (Biddle et al. 2004; Saidj et al. 2015). Tidak ada agenda melakukan perjalanan berwisata, hanya ada bermain media sosial. Namun, sajian sosial media tentang konser *online*, pemandangan *online* dan pertandingan *online* adalah perjalanan berwisata virtual bagi mereka. Dengan melihat fenomena ini, penulis ingin menyajikan diskursus wisata virtual destinasi liburan waktu luang pemuda urban.

METODE

Pendekatan kualitatif digunakan untuk membaca bukti-bukti data lapangan secara intensif dan komprehensif tentang praktik wisata virtual yang digunakan dalam memanfaatkan waktu luang pemuda urban. Kekuatan kualitatif terletak pada pengamatan langsung peneliti dengan fenomena wisata virtual di kalangan pemuda. Untuk mengikuti proses yang ketat dalam metode ini, peneliti mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan catatan lapangan yang dibutuhkan untuk memperkuat bukti-bukti lapangan (Nursapiah 2020).

Yogyakarta menjadi tempat kehidupan lanjut pemuda urban yang baik menempuh pendidikan dan bekerja. Kota pariwisata yang banyak menyediakan fasilitas di bidang *food and beverage* serta identik dengan sebutan “Kota Pelajar” menjadi alasan penelitian dilakukan di daerah Yogyakarta. Pemuda urban di Yogyakarta memiliki tingkat produktivitas yang padat dan berlebih. Kebanyakan mereka menjadi seorang pelajar, aktivis dan pekerja. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara kepada dua belas narasumber berasal dari kalangan pemuda mahasiswa dan pekerja, mereka adalah T.I.A.R. (mahasiswa organisasi), P.I. (mahasiswa pekerja), P.R.A (pekerja), N.A.C.P. (mahasiswa pekerja), A.E.D. (mahasiswa organisasi), A.S.D. (mahasiswa organisasi), S.N. (mahasiswa pekerja), F.S.A. (mahasiswa organisasi), W.A. (pekerja), I.T (mahasiswa pekerja), A.N.M (pekerja), S.H (mahasiswa pekerja) dan G.S. (mahasiswa pekerja). Pemilihan narasumber berdasarkan kategori dan karakteristik: (1) pemuda produktif dan memiliki agenda padat, (2) pengguna media sosial, dan (3) tertarik dengan aktivitas pariwisata.

Kualifikasi kategori dirancang untuk kesesuaian topik dan mendapatkan bukti-bukti yang kuat/valid. Informan terdiri dari pemuda yang memiliki pekerjaan *part-time/freelancer*

dan aktif dalam kegiatan sosial (mahasiswa). Penggunaan waktu aktif produktif mereka rata-rata 5-8 jam per-hari. Untuk keberhasilan pembahasan topik hasrat berwisata virtual, dilakukan pengetatan kategori. Pemuda yang memiliki ketertarikan pada pariwisata dinilai cukup menunjukkan data pembahasan. Ketertarikan pada pariwisata akan cenderung memiliki keinginan dan agenda pariwisata yang tinggi. Kesenjangan waktu pemuda urban, memperkuat perspektif pengalaman pemuda. Kebiasaan bermain media sosial untuk penghiburan diri menegaskan pembahasan pengalaman dunia virtual.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui konsep wawancara luring dan daring. Aplikasi daring melalui *video call* whatsapp. Pemilihan 2 teknik luring-daring untuk tidak mengganggu waktu produktif informan. Wawancara dilakukan pada waktu luang mereka. Selain itu, data-data sekunder juga dimanfaatkan peneliti untuk memperkuat data-data primer yang telah terkumpul. Data sekunder diperoleh dari observasi media sosial dan berita-berita pemerintah maupun independen. Data yang diperoleh dari wawancara selanjutnya dikelola dengan teknik reduksi, klasifikasi, dan pengkodean data. Proses coding yang dilakukan sangat selektif dan ketat, hal ini dilakukan untuk analisa data yang transparan dan mendalam.

Pengumpulan data dilakukan secara bertahap sesuai dengan kesepakatan waktu narasumber, wawancara dilakukan selama bulan November-Desember 2023. Peneliti ingin melihat perubahan praktik pola kebiasaan new normal pasca pandemi. Trigulasi digunakan untuk memeriksa bukti yang telah ada sebagai pembangun justifikasi tema-tema secara koheren (Creswell 2021). Nalar analisis induktif dijadikan pegangan dengan elaborasi rujukan kepada teori sebagai fokus utama artikel.

KERANGKA TEORI

Wisata virtual

Kemajuan teknologi mengubah bentuk sektor pariwisata menjadi praktis. Teknologi memiliki peran yang penting dalam kehidupan masyarakat sekarang (Polishchuk et al. 2023). Produk dari inovasi industri digital salah satunya adalah wisata virtual. Wisata virtual merupakan simulasi dunia maya yang berbentuk serangkaian video atau sekumpulan gambar (Suheryadi et al. 2023). Menurut Schroeder, dalam Riesa dan Haries, dunia virtual didefinisikan sebagai tampilan yang dihasilkan komputer yang memungkinkan bagi pengguna untuk memiliki perasaan hadir di suatu lingkungan selain dari lingkungan tempat mereka sebenarnya berada, dan berinteraksi dengan lingkungan tersebut (Riesa and Haries 2020). Interaksi yang terjalin antar-individu di dunia virtual bukanlah sekedar hubungan yang dikatakan *substanceless hallucination* semata, pada dasarnya hubungan itu terjadi secara nyata, memiliki arti, dan juga bisa berlanjut pada kehidupan sesungguhnya (Nasrullah 2022). Kekuatan pada wisata virtual adalah karena fleksibel (McLean et al. 2023), juga menjadi alternatif yang menjanjikan untuk meningkatkan praperjalanan berwisata (Yuan and Hong 2024).

Selain itu, Pandemi COVID-19 memiliki kontribusi dalam pembangunan wisata virtual karena semenjak pandemi banyak dari sektor wisata tutup dan beralih ke virtual. Museum sebagai pembuka pintu wisata virtual dengan menghadirkan pameran atau promosi budaya ke arah digital (Gretzel et al. 2020). Penyelenggaraan konser virtual, membantu peran untuk masyarakat terjebak ke dalam dunia virtual selama mereka melakukan karantina pada pandemi. Pasca pandemi wisata virtual mendapatkan perbaruan makna yakni proses healing (observasi). Kehadiran makna baru menjadikan wisata virtual sebagai alternatif praktis liburan dalam waktu singkat

yang banyak dirasakan oleh pemuda urban. Penggunaannya adalah generasi Z dan Alpha, karena mereka adalah kelompok virtual natives (Henny and Shannon 2023). Pemuda urban selama tahap pergeseran pandemi dari new normal ke pasca pandemi ditekankan untuk hidup multitasking (virtual dan fisik) baik dari pekerjaan maupun pendidikan. Dampaknya pemuda akan cepat merasa lemah dan mager di waktu luang ketimbang menghabiskannya untuk berwisata. Ke-mageran dengan terjebak di internet telah menjadi pola sifat pemuda urban di waktu luang (Sujibto 2022).

McLuhan mengatakan bahwa manusia membuat sebuah teknologi informasi, dan pada akhirnya peralatan itu membentuk dan mempengaruhi kehidupan manusia itu sendiri (Muqsith 2022). Wisata virtual secara bertahap akan menjadi kebutuhan anak muda untuk memenuhi hiburan praktis mereka. Hiburan praktis pengisi waktu luang di tengah keterbatasan waktu berlibur pemuda urban yang terselimuti oleh ruang industri. Urban adalah tempat pengaduan nasib, salah satu pertarungannya adalah waktu (Rojek 2009). Alhasil, lingkungan simbolik pemuda urban dapat berubah jika penggunaan teknologi sering digunakan. Lingkungan simbolik itu mengacu pada dunia makna yang dibangun secara sosial yang membentuk persepsi, pengalaman, sikap, dan perilaku kita (Jehalut 2023). Dalam aspek wisata, pemuda menjadikan wisata virtual sebagai tempat liburan praktis. Akses mudah dan hemat waktu adalah motif pemuda menggunakan wisata virtual karena wisata virtual adalah wisata cerdas masa mendatang (Bastidas-Manzano et al. 2021).

Waktu luang anak muda

Waktu luang pemuda identik dengan pertualangan untuk menggali atau mencari potensi diri sebagai bentuk persiapan masa depan. Konsumsi dan waktu luang juga menjadi hal penting bagi mereka, waktu luang pemuda

biasanya digunakan dengan cara berkumpul dengan teman, nongkrong di kafe dan bar, menonton pertandingan dan berwisata (Gunter and Moore 1975). Batchelor (2020) menemukan penggunaan waktu luang pemuda tidak ingin digunakan untuk hal-hal kemalasan. Waktu luang bukan diartikan sebagai bentuk kemalasan individu melainkan sebagai pelengkap dari aktivitas kerja (Lindeman 1937), namun keadaan ideal tentang waktu luang tidak mudah ditakar ke dalam formulasi kuantitas (Sujibto 2022). Untuk itu, waktu luang yang menjadi fokus di sini adalah terkait dengan pemanfaatannya pada aspek wisata (Md. Nafi and Ahmed 2018).

Pemanfaatan waktu luang dalam konteks wisata secara umum telah menjadi arus utama dalam meneliti dunia wisata (Pechlaner and Smeral 2015). Namun demikian, pemanfaatan waktu luang di kalangan anak muda urban pada wisata virtual adalah perkembangan penting dalam studi wisata. Dalam konteks riset ini, waktu luang pemuda urban dialihkan secara praktis untuk menikmati wisata, yaitu melalui fasilitas internet yang mereka punya. Ruang virtual menjadi pelayanan publik yang bisa menunjang waktu luang anak muda sebagai tempat ekspresi diri dan pengembangan kreatif (Robert 1983).

Waktu luang pemuda urban lebih banyak dipakai bermain media sosial (observasi). Kepadatan dalam beragenda melemahkan kondisi fisik mereka dan membuatnya akan lebih cepat rebahan. Rutinitas rebahan dan kecanduan bermain media sosial, mengubah pola berwisata mereka. Persiapan yang panjang mereka butuhkan untuk perjalanan wisata fisik. Sedangkan, mereka tidak mempunyai waktu untuk mempersiapkannya. Media sosial menjadi ruang rekreasi liburan praktis saat waktu luang. Kata kunci 'liburan praktis di media sosial' membuka pembahasan berwisata virtual pada waktu luang.

Pemuda dan urban

Kehidupan urban dipandang sebagai pendorong individualisme. Louis Wirth menyatakan urban menjadi gaya hidup dengan heterogenitasnya. Urban menjalankan tugas uniknya tentang hidup, kerja, hiburan, politik, dan layanan publik (Wirth 1938). Bagi pemuda, urban adalah tempat harapan hidup. Tekad yang tinggi menjadi modal pertama pemuda untuk bersaing dunia industri. Persaingan industri justru membuat pemuda berada di lingkungan *toxic productivity* dan mendapatkan tekanan-tekanan sosial yang membuat mereka mengalami depresi. (Ross et al. 2015; Tsabita et al. 2023).

Pemuda urban adalah produk peradaban industri (Robert, 1983, hlm. 48). Untuk itu, pemuda urban menghadapi keterpaksaan oleh industri untuk selalu melakukan aktivitas secara aktif. Mobilitas ekstrem pemuda yang menjadi pelajar dan pekerja sering kali membuat mereka mudah kelelahan dan keterlambatan studi pelajaran (Daniel, 1964). Mereka melakukan pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan dan paksaan (keterikatan) untuk membantu perekonomian keluarga (Azca and Sutopo 2013). Meskipun sebagai anak muda sudah cukup umur untuk menjadi pekerja, akan tetapi mereka juga ingin meneruskan pendidikan lanjut. Hal ini membuat anak muda mengambil keputusan menjadi pelajar dan pekerja.

Selain itu, kesenjangan waktu luang juga didapatkan pemuda dalam kehidupan urban (Kozak and Kozak 2016). Untuk mensiasati waktu luang yang terbatas, pemuda dipaksa untuk mencari alternatif hiburan dan wisata yang praktis, hiburan yang dapat membuat pemuda healing dari pekerjaan atau produktivitas mereka. Aspek-aspek wisata virtual yang praktis dan menjadi media hiburan dan bahkan healing menjadi penekanan dalam artikel ini.

HASIL DAN ANALISIS

Dari fisik ke virtual

Pemuda cenderung lebih senang melakukan wisata bersama teman-temannya daripada keluarga mereka (Paramitha 2020), juga misalkan dissebutkan dalam suvey yang dilakukan oleh Family Travel Trend 2022 (Yue 2023). Motivasi wisata mandiri pemuda adalah eksplorasi yang tidak terhalang. Mereka banyak melakukan kegiatan wisata seperti edukasi, petualangan, olahraga, dan rekreasi (Demeter and Brätucu 2014). Sebelum pandemi COVID-19, pemuda masih terbiasa melakukan kunjungan wisata secara langsung menurut kapasitas dan kemampuan masing-masing. Pandemi memberikan tantangan besar bagi kehidupan dunia terutama sektor pariwisata. Dunia pariwisata sangat berdampak, termasuk bagi wisata pemuda sendiri. Keinginan untuk belajar budaya lokal dan *cross culture* sulit diwujudkan karena kebijakan pembatasan sosial.

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) memaksa masyarakat untuk hidup di rumah selama pandemi COVID-19. Kebijakan PSBB membuat destinasi wisata menjadi sepi, sehingga memaksa pariwisata untuk melakukan pergeseran paradigma konsep baru berwisata. Sementara itu, mobilitas masyarakat mulai beralih ke ruang virtual (Godovykh et al. 2022). Selama pandemi muncul tren berwisata virtual seperti pengadaan konser Zoom, virtual tour, dan streaming film. Pertukaran budaya lebih cepat dalam ruang virtual karena akses yang mudah dan terjaring satu sama lain (Wang et al. 2002). Perkembangan wisata virtual di Indonesia sendiri memiliki pembangunan yang sangat tinggi. Terdapat 26 digital content creator dan 10 visual tour provider di Indonesia (ITB, 2021, hlm. 52). Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif bekerja sama dengan kementerian komunikasi dan informasi berupaya terus untuk melakukan peningkatan wisata virtual (Kominfo 2022) untuk bisa memperkenalkan wisata lokal ke mancanegara.

Meskipun anak muda urban leluasa dengan fasilitas dan media sosial, melakukan scrolling beragam tawaran dan variasi wisata virtual, pengetahuan tentang wisata virtual masih terbatas. Pemuda masih belum mengetahui konsep dan bagaimana seharusnya akses wisata virtual dengan fasilitas-fasilitas yang sudah ada. Pemuda urban justru terbiasa dengan menggunakan sosial media untuk akses wisata virtual, meskipun praktik demikian tidak diniatkan secara tidak langsung untuk melakukan wisata (NACP, wawancara pada November 2023). Mereka justru mempraktikkan demikian untuk mencari hiburan dan healing karena aktivitas fisik tidak bisa dijalankan (SI, wawancara pada November 2023). Ada keterbatasan-keterbatasan waktu berwisata fisik karena ambiguitas waktu luang pemuda yang acapkali digunakan sebagai produktivitas berlebihan dan kemampuan fisik yang dilemahkan oleh agenda padat. Perpindahan praktik wisata dari fisik ke digital menyajikan suatu yang paradoks, khususnya bagi anak muda urban yang tidak mempunyai kesadaran literasi yang baik terhadap dunia digital yang sehari-hari mereka hidupi (Md. Nafi and Ahmed 2018).

Sensasi wisata virtual

Urban adalah penekanan pemuda melakukan kehidupan multitasking, penghidupan kehidupan dan memainkan peran di masyarakat. Hidup di wilayah urban merupakan keterpaksaan pilihan bagi pemuda. Banyak dari pemuda yang tinggal di urban memilih untuk menjadi aktivis organisasi sosial dan bekerja paruh waktu dengan alasan mencari jenjang karir. Waktu luang yang sedikit, acapkali membuat mereka tidak bisa mencapai keinginan untuk berwisata, hanya sebatas pemulihan energi sambil rebahan. Tidak ada persiapan yang cukup melakukan perjalanan berwisata fisik, justru menambah beban lelah (TIAR, wawancara pada November 2023). Momen liburan panjang adalah kesempatan

berwisata pemuda.

“Sebenarnya kalau untuk itu ingin banget ya liburan pergi ke pantai atau keliling Jogja. Tapi menyadari karena waktu yang dipunyai sedikit meskipun weekend-tugas kuliah juga ga libur, ya ada tugas makalah, essay, dan paper yang harus dikerjakan di weekend. Kalau minggu biasanya digunakan untuk tidur atau ngopi keluar”

(Wawancara dengan FSA).

Setiap pemuda memiliki impian besar dalam perjalanan berwisata. NACP menyebutkan impian liburan ke luar negeri sedangkan PI menginginkan nonton konser band favorit. Sayangnya pemenuhan kehidupan yang tinggi di urban membuat pemuda harus hidup frugal living dan waktu luang yang tak cukup menjalakkannya menjadi kegagalan perwujudan melakukan perjalanan wisata tersebut. Imajinasi berwisata yang tergeletak dan tidak terpenuhi memberikan kesadaran alternatif bagi mereka untuk memilih dunia virtual sebagai daya tampung dan pemenuhan imajinasi dalam berwisata virtual (Hilmi 2023). Wisata virtual mewujudkan imajinasi-imajinasi harapan wisata anak muda (SN, wawancara pada November 2023).

Ruang virtual yang terjaring dan terkoneksi yang dapat dijangkau dengan mudah memberikan harapan terwujudnya impian cita-cita perjalanan berwisata anak muda. Terbentuknya imajinasi perjalanan virtual harus selaras dengan keinginan destinasi wisata yang dikunjungi. Perasaan penyembuhan akan mudah didapatkan. Penjelajahan ruang dunia yang gratis adalah impian wisata pemuda (GP, wawancara pada November 2023). YouTube dan aplikasi Teaser salah satu platform digital wisata virtual yang digandrungi anak muda. Banyaknya konten yang menyajikan pemandangan 360° terkait situasi perkotaan negara belahan dunia menjadi alasan platform pilihan sebagai tempat wisata *online* keliling

dunia (Pechlaner and Smeral 2015).

Pemaknaan berwisata virtual tidak diharuskan dalam bentuk metaverse atau video 360°. Tampilan pemandangan alam, konser, dan museum dengan bentuk video/teaser/gambar tanpa adanya objek bisa dimaknai bahwa individu melakukan berwisata virtual. Subjek didasarkan pada kehadiran destinasi yang terlihat oleh konsumen sebagai penikmat wisata virtual. Konsep imajinasinya lebih terasa saat objek tidak terlalu mendominasi pada penampilannya, imajinasi akan terfokus pada subjek penampilan dan perasaan berwisata virtual akan terbentuk (Talwar et al. 2022). Tetapi, dalam praktiknya audiensi acapkali memilih perantara objek untuk memberikan penjelasan lokasi dan suasana wisata virtual. Penggunaan objek dapat dibuat dengan syarat individu harus ter-imajinasikan objek sebagai bayangan pemandu wisata bukan aksesoris tampilan wisata virtual dan memberikan tanda kurung pada dirinya untuk pengalaman imajinasi (Koestenbaum, 2020. hlm. 24-26). Pembayangan ini sebagai upaya untuk merealisasikan ungkapan individu melakukan wisata virtual. Jelajah museum virtual adalah contoh penggunaan objek mewujudkan imajinasi individu melakukan wisata virtual.

Kekuatan imajinasi sangat dibutuhkan dalam wisata virtual. Keselarasan imajinasi pemuda menjadi kunci keberhasilan pembuatan pengalaman perjalanan virtual. Wisata virtual menjadi teman liburan praktis waktu luang dan menjadi tempat healing untuk mengembalikan energi aktivitas (NACP, wawancara pada November 2023). Selain itu, wisata virtual juga memberikan dampak pada sektor *culture, behavior, perception, destination, dan satisfaction* (Muhammad et al. 2021). Pola wisata dari rumah mengubah perilaku anak muda untuk lebih memilih berwisata sambil rebahan. Wisata virtual adalah penawar obat anak muda untuk melakukan perjalanan wisata secara praktis saat waktu luang.

Di balik kelebihan wisata virtual,

perjalanan langsung masih menjadi pilihan pemuda dalam pariwisata. Wisata virtual tidak bisa mengubah pengalaman perjalanan wisata fisik, tetapi membantu menciptakan pengalaman bepergian (Aidi 2022). Interaksi virtual yang beta dan kecanggungan sensasi berwisata, bentuk kekurangan wisata virtual. Beberapa pemuda menggunakan wisata virtual hanya untuk bahan referensi daftar impian wisata mereka (PRA, wawancara pada Desember 2023). Konsekuensi tidak tercapainya imajinasi akan mengubah konsep berwisata menjadi literatur. Perhatian pengalaman yang tidak terlibat, terikat, dan tak-berjarak akan sulit untuk imajinasi diri masuk ke dalam suasana wisata virtual.

Sebagai hiburan waktu luang

Artikel-artikel berita Reuters menyoroti adanyaPendapatan waktu luang pemuda berbeda-beda sesuai dengan manajemen waktu mereka. Bagi pemuda pelajar akan cenderung memiliki waktu luang yang banyak dari pemuda yang bekerja/aktif kegiatan sosial. Pemuda pelajar bisa melakukan perjalanan wisata kapan pun tanpa kekhawatiran aktivitas industri (AED, wawancara pada Desember 2023). Setiap mendapatkan waktu luang mereka akan memanfaatkannya dengan mengunjungi wisata langsung yang sedang populer. Sedangkan waktu berwisata pemuda pekerja dilakukan pada akhir pekan atau hari libur ataupun perjalanan dinas ke luar kota, biasanya mereka manfaatkan untuk liburan wisata (PRA, wawancara pada Desember 2023). Kesenjangan waktu akan lebih dirasakan pemuda yang memiliki peran ganda. Kesulitan manajemen waktu adalah permasalahan serius yang dihadapi. Peran ganda yang tidak bisa mereka kondisikan memberikan tumpukan tekanan beban tersendiri. Kehidupan urban membuat pemuda menjalankan sistem peran sebagai pelajar dan pekerja. Pemenuhan kebutuhan pokok menjadi alasan pengambilan peran ganda. Manajemen waktu yang

berantakan akan berdampak pada penurunan hasrat pemuda untuk berwisata.

Menurut pengalaman PI, kehidupan urban membuatnya memiliki peran ganda sebagai seorang pelajar pekerja dan baginya memperoleh waktu luang adalah kenikmatan tersendiri. Rebahan dengan bermain sosial media adalah aktivitas yang dijalankan saat waktu luang. Teknologi menjadi penawar obat kesenjangan waktu pemuda untuk hiburan praktis. Konten-konten wisata sangat mudah dijumpai dan dilihat pemuda di sosial media. Kehidupan pasca pandemi yang menginginkan terus terhubung membuat pemuda tidak bisa lepas dari kebiasaan bersosial media.

“Menurut saya wisata virtual itu praktis untuk mahasiswa pekerja seperti saya. Saya merasa sudah ketergantungan menonton wisata virtual, sehari tidak menonton saya merasa jenuh”

(Wawancara dengan PI).

Selain media sosial, aplikasi peta *online* seperti Google maps/earth banyak digunakan anak muda berwisata dengan cara melihat situasi-kondisi perkotaan yang ditampilkan oleh aplikasi Google tersebut. GS, FSA, dan SN menjadikan aplikasi Google maps/earth sebagai cara baru mereka melakukan wisata virtual (Buhalis and Law 2008). Masuk ke dalam dunia lewat aplikasi peta *online* lebih bisa merasakan situasi tempat yang dilihat, hal ini dikarenakan imajinasi yang terbentuk telah tercapai dengan pandangan-pandangan bentuk tempatnya seperti apa. Bernostalgia juga bentuk dari imajinasi anak muda ketika bermain Google maps/earth. Mengulang masa lalu dengan melihat kondisi-kondisi peradaban perkotaan sebuah bentuk tawaran berwisata virtual dengan menggunakan Google maps/earth (GS, wawancara bulan November 2023).

Layanan Google maps/earth mempermudah individu untuk melihat tampilan 3 dimensi kondisi dan suasana tempat yang dikunjungi. Ungkapan praktis

menjadi kata/bahasa yang dirasakan individu dalam berwisata virtual. Dunia virtual yang mempersempit ruang-ruang dunia dan mempersingkat waktu dalam perjalanan selayaknya berada di dalam tesseract, menjadi kehidupan kedua masyarakat urban. “Praktis” membuat pemuda urban lebih memilih untuk kehidupan di *virtual reality* karena kemudahan yang didapatkan dalam pemenuhan imajinasi.

Media sosial telah menjadi teman yang selalu ada bagi anak muda. Teman yang menghibur untuk melepas penat dari aktivitas yang padat. Pemilihan media sosial sebagai dunia wisata virtual menjadi pilihan disebabkan oleh banyaknya liputan konten yang mengandung kepariwisataan. Bermalasan merupakan kebiasaan genetik anak muda urban lakukan ketika mendapatkan waktu luang. Sifat genetik ini mereka rasakan karena beban tekanan industri atau pendidikan untuk kehidupan lanjutan.

“Saya merasakan imajinasi saya terbentuk dalam melihat konten itu (wisata virtual). Saya lebih memilih untuk menikmati konten seperti wisata itu (pemandangan alam) pada media sosial daripada kenyataannya sebab saya orang yang mager-an. Damai dan healing itu yang saya rasakan selama nonton konten wisata”

(Wawancara dengan TIAR).

Selain permasalahan waktu, pemuda menginginkan wisata yang bisa mengeksplor kesendirian dan kesepian mereka untuk menghindari keramaian urban (IT, Wawancarai). Dengan motif tersebut menikmati konten wisata virtual adalah sensasi yang tepat untuk liburan. Pengalaman liburan visual terbangunkan oleh imajinasi-imajinasi yang bersensasi berkunjung ke destinasi wisata. Memanfaatkan wisata virtual sebagai liburan praktis pada waktu luang adalah gaya berwisata anak muda generasi sekarang. Liburan berwisata virtual pada waktu luang membantu

anak muda dalam healing dan meningkatkan kebahagiaan subjektif pada individu.

Urban dan praktis saling melekat dalam kehidupan pemuda pada keterikatannya dengan dunia virtual. Pemuda mengalami krisis waktu luang yang tergerus oleh produktivitas berlebihannya. Tidak ada perjalanan wisata yang dapat dilakukan secara cepat. Akan tetapi, wisata virtual secara tidak sadar diakses pemuda untuk liburan praktis. Berjelajah tanpa sentuhan namun terimajinasikan. Kesenangan berwisata setiap saat di tengah kesibukan dunia urban.

Sensasi fasilitas digital

Dengan sensasinya wisata virtual adalah wisata cerdas masa mendatang (Bastidas-Manzano et al. 2021). Penjelajahan komputerisasi dapat memberikan kesan pada anak muda melakukan perpindahan perjalanan dari dunia fisik ke dunia maya (McLean et al. 2023). Alternatif yang menjanjikan untuk meningkatkan praperjalanan berwisata (Yuan and Hong 2024). Secara imersif sensasi digital wisata virtual hanya dapat dirasakan anak muda (Martín-Martín et al. 2023). Sebab mereka memiliki perjalanan berwisata yang sedikit per tahunnya (IT, wawancara Agustus 2024). Namun, keamanan digital menjadi pertimbangan pemuda dalam berjelajah wisata virtual dan karakteristik akses virtuality (Yang et al. 2023).

Ada kesenjangan sensasi berwisata virtual. Pemuda dengan penghasilan rendah akan cenderung menikmati sensasi wisata virtual di sosial media sedangkan pemuda yang memiliki penghasilan tinggi, mereka menggunakan alat VR Box untuk mengakses ruang metaverse dengan pergabungan fitur *virtual reality* dan augmented reality (ANM, Wawancara Agustus 2024). Pergabungan dua objek tersebut memberikan kesan lebih kepada individu untuk berinteraksi langsung dalam ruang virtual secara alami. Inovasi ini dapat mematahkan anggapan kesan bahwa wisata

virtual tidak bisa dirasakan atau disentuh (Sustacha et al., 2023; Ramić-Brkić & Ćosović, 2022).

Umumnya, konteks pariwisata merupakan individu melakukan liburan ke lingkungan baru yang berbeda dengan lingkungan kebiasaannya sebagai waktu bersenang. Secara konteks *virtual reality* dengan alat tiga dimensinya membuat pandangan bagi penggunaannya untuk merasakan perpindahan lingkungan dari kehidupan fisik ke dunia maya. Wisata virtual memberikan sensasi dan kenikmatan yang merangsang keinginan untuk merasakan destinasi yang mudah diakses secara praktis (Buhalis and Law 2008). Fasilitas dunia virtual yang praktis dan mudah dijangkau dapat dirasakan oleh anak muda dalam berwisata virtual. Keberadaan *virtual reality* bukan hanya dijadikan sebagai alat teknologi, melainkan menjadi akses kehidupan masyarakat.

Dunia digital yang serba cepat, fleksibel dan mudah diakses oleh pemuda urban dapat menciptakan daya tarik berwisata di tengah waktu luang mereka. Selain destinasi tempat fisik, wisata virtual dapat menampilkan dunia non-fisik dengan menawarkan kunjungan wisata yang melampaui ruang dan waktu. Efek film kartun yang diminati anak muda sekarang yang menginginkan masuk ke dunia kartun jadi motif mereka dalam menggunakan wisata virtual. Namun masih disadari, kecanggihan wisata virtual selalu dikembangkan untuk kesempurnaan dalam menikmati dunia maya untuk memiliki tampilan nyata yang natural.

KESIMPULAN

Anak muda melakukan perjalanan wisata virtual dengan alasan keterbatasan waktu untuk melakukan wisata secara langsung. Kehidupan menjadi masyarakat urban yang begitu padat adalah alasan anak muda menerima waktu luang yang sedikit. Realitas maya tentang pemandangan alam

menjadi tempat liburan mereka di wisata virtual. Anak muda merasakan suasana healing karena daya tarik alam yang menyegarkan mata/pikiran, menjadi kunci keberhasilan tampilan imajinasi berwisata virtual. Visual yang menghadirkan 3 dimensi dalam wisata virtual sebagai proyeksi individu berinteraksi dengan alam virtual merupakan konsep dari wisata virtual. Meskipun pada penelitian ini narasumber menggunakan konten di media sosial sebagai tempat wisata virtual. Akan tetapi, pengenalan wisata virtual dan perasaan wisata virtual pemuda berawal dari platform media sosial.

Penelitian ini memunculkan diskursus bahwa wisata virtual menjadi sebuah liburan praktis anak muda di waktu luang. Anak muda memanfaatkan platform *online* sebagai tempat wisata virtual. Meskipun masih banyak dari mereka yang belum mengenal akses maya tempat wisata virtual. Penggunaan wisata virtual tidak berhenti di saat pandemi, melainkan mengalami keberlanjutan pasca pandemi. Ada perbedaan motif penggunaannya berbeda, wisata virtual digunakan untuk keinginan sementara dalam berwisata sebagai hiburan saat merasakan keterbatasan waktu.

Penggunaan platform *online* sebagai wisata virtual mungkin belum bisa membahas secara detail wisata virtual. Pembangunan wisata virtual yang belum terexplore oleh anak muda menjadi kendala dalam penelitian ini. Masih banyaknya ketidaktahuan anak muda terkait konsep wisata virtual adalah bentuk kurangnya informasi terkait wisata virtual. Kurangnya pemahaman konsep berwisata virtual menjadi kekurangan artikel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aïdi, Naïma. 2022. "Tourism and the Metaverse: Towards a Widespread Use of Virtual Travel?" *The Conversation*.
- Ali, Inayat, and Robbie Davis-Floyd, eds. 2022. *Negotiating the Pandemic*. London: Routledge.
- Anggara, Yogi, and Guntur Maulana Zamroni. 2021. "Virtual Reality Tour Menggunakan Metode Gambar Panorama 360° Sebagai Media Informasi Dan Pengenalan Gedung Perkuliahan Kampus 4 Universitas Ahmad Dahlan." *JSTIE (Jurnal Sarjana Teknik Informatika) (E-Journal)* 9(1). doi: 10.12928/jstie.v1i1.19045.
- Artha, Bhenu, Antonius Satria Hadi, and Niken Permata Sari. 2020. "Faktor Penentu Pariwisata Virtual Situs Warisan Dunia Di Indonesia: Sebuah Telaah Pustaka Dan Kerangka Konseptual." *Jurnal Kepariwisata Indonesia : Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia* 14(1):38–45. doi: 10.47608/jki.v14i12020.38-45.
- Azca, M. Najib, and Oki Rahadianto Sutopo. 2013. "Transisi Pemuda Yogyakarta Menuju Dunia Kerja : Previous Studies of Youth Transition Are Dominated by Theories from Source of Data . Instead of Contending That Young People Is Free to Make Choice." *Jurnal Universitas Paramadina* 10(2):698–719.
- Bastidas-Manzano, Ana-Belén, Sánchez Fernández, Juan Aranda Casado, and Luis-Alberto. 2021. "The Past, Present, and Future of Smart Tourism Destinations: A Bibliometric Analysis." *Journal of Hospitality & Tourism Research* 45(3):529–52. doi: 10.1177/1096348020967062.
- Batchelor, Susan, Alistair Fraser, Lisa Whittaker, and Leona Li. 2020. "Precarious Leisure: (Re) Imagining Youth, Transitions and Temporality." *Journal of Youth Studies* 23(1):93–108. doi: 10.1080/13676261.2019.1710483.
- Biddle, Stuart J. H., Trish Gorely, Simon J. Marshall, Ian Murdey, and Noel Cameron. 2004. "Physical Activity and Sedentary Behaviours in Youth: Issues and Controversies." *Journal of The Royal Society for the Promotion of Health* 124(1):29–33. doi: 10.1177/146642400312400110.

- Buhalis, Dimitrios, and Rob Law. 2008. "Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years after the Internet—The State of ETourism Research." *Tourism Management* 29(4):609–23. doi: 10.1016/j.tourman.2008.01.005.
- Creswell, John W. 2021. *Reserch Desain Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*. Sage Publi. edited by A. Fawaid and R. K. Pancasari. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dairoh, Dairoh, Dwi Intan Af'idah, Sharfina Febbi Handayani, Riszki Wijayatun Pratiwi, Arief Rachman, and Doni Cahya Adi Saputra. 2023. "Pengenalan Dan Pemanfaatan Aplikasi Virtual Tour Sebagai Media Promosi Wisata." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 7(1):12. doi: 10.31764/jmm.v7i1.11734.
- Demeter, T., and G. Brätucu. 2014. "Typologies of Youth Tourism." *Bulletin of the Transilvania University of Braşov* 7(56):115–22.
- Diwyarthi, Ni Desak Made Santi, Wayan Adi Pratama, I. Wayan Jata, and Nyoman Gede Mas Wiartha. 2023. "Perspektif Gen Z Politeknik Pariwisata Bali Terhadap Peranan Sosial Media Dalam Mengembangkan Bisnis Kuliner." *Ganaya* 6(4):959–67.
- Farida, Novi. 2024. "Gowes Sarana Olah Fisik Gen Z." RRI. Retrieved July 16, 2024 (<https://rri.co.id/hiburan/659563/gowes-sarana-olah-fisik-gen-z>).
- Flora, Veronika A. S. M., Yudha E. Nugraha, and Ariance A. Lasibey. 2022. "Attraction of Religious Tourism Objects from Youth Perception." Pp. 81–86 in *Proceedings of the International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2022 (iCAST-SS 2022)*. Atlantis Press.
- Godovykh, Maksim, Carissa Baker, and Alan Fyall. 2022. "VR in Tourism: A New Call for Virtual Tourism Experience amid and after the COVID-19 Pandemic." *Tourism and Hospitality* 3(1):265–75. doi: 10.3390/tourhosp3010018.
- Gretzel, Ulrike, Matthias Fuchs, Rodolfo Baggio, Wolfram Hoepken, Rob Law, Julia Neidhardt, Juho Pesonen, Markus Zanker, and Zheng Xiang. 2020. "E-Tourism beyond COVID-19: A Call for Transformative Research." *Information Technology and Tourism* 22(2):187–203. doi: 10.1007/S40558-020-00181-3.
- Gunter, B. G., and Harvey A. Moore. 1975. "Youth, Leisure, and Post-Industrial Society: Implications for the Family." *The Family Coordinator* 31(2):386–408.
- Haratikka, Haya, and Handayani Silitonga. 2023. "Minat Perjalanan Wisata Pada Generasi Z Di Tebing Tinggi." *Altasia* 5(2):101–11.
- Hasrin, Awaluddin, Abdul Rasyid Umaternate, and Sangputri Sidik. 2020. "Kawasan Wisata Kuliner Jalan Roda (Jarod) Sebagai Ruang Ekspresi Waktu Luang (Leisure) Masyarakat Kota Manado." *Community : Pengawas Dinamika Sosial* 6(1):58. doi: 10.35308/jcpds.v6i1.1868.
- Henny, Catherine D., and Leslie Shannon. 2023. *Virtual Natives: How a New Generation Is Revolutionizing the Future of Work, Play and Culture*.
- Hilmi, Ammar Mahir. 2023. "Hiperrealitas Wisata Virtual: Imajinasi Pendakian Gunung Dan Komodifikasi Konten 'Atap Negeri' Fiersa Besari." *Jurnal Komunikasi Dan Media* 4(1):54–68. doi: 10.24167/jkm.v4i1.11055.
- ITB, P. P2PAR. 2021. "Warta Pariwisata." P. 26 in Vol. 19, edited by A. N. Khaerani. Bandung: Institusi Teknologi Bandung.
- Jannah, Raudhotul, and Zaini Tamim. 2020. "Wisata Religi Dan Pengembangan Pemuda." *Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah Dan Ekonomi)* 5(1):57–80.
- Jehalut, Ferdinandus. 2023. "Kerangka Konseptual Teori Determinisme Teknologi." *Visi Sakti: Jurnal Industri Kreatif Dan Inovatif* 1(1):37–47.

- Jennings, G., C. Cater, Lee YoungSook Lee YoungSook, C. Ollenburg, A. Ayling, and B. Lunny. 2009. "Generation Y: Perspectives of Quality in Youth Adventure Travel Experiences in an Australian Backpacker Context." Pp. 58–72 in *Tourism and Generation Y*. UK: CABI.
- Koestenbaum, Peter. 2020. *Edmund Husserl Kuliah Paris*. 1st ed. edited by Taufiqurrahman. Yogyakarta: Antinomi.
- Kominfo. 2022. "Kembangkan Ekosistem Digital Pariwisata, Menteri Johnny: Kominfo Siapkan Infrastruktur Dan Pelatihan." *Kementerian Komunikasi Dan Informasi*.
- Kozak, Metin, and Nazmi Kozak, eds. 2016. *Tourist Behaviour: An International Perspective*. Oxford: CAB International 2016.
- Lindeman, Eduard C. 1937. "Youth and Leisure." *The Annal of the American Academy of Political and Social Science* 194:59–66.
- Lindsay, Anne. 2013. "#Virtualtourist: Embracing Our Audience through Public History Web Experience." *Public Historian* 35(1):67–86. doi: 10.1525/tph.2013.35.1.67.
- Mandal, Santanu, Justin Paul, V. V. Devi Prasad Kotni, and Manoj Gour Chintaluri. 2024. "The Orientation of Gen Zs towards Metaverse Tourism." *Journal of Destination Marketing & Management* 32:100871. doi: 10.1016/j.jdmm.2024.100871.
- Martín-Martín, José María, José Manuel Guaita-Martínez, Miguel Ángel Solano-Sánchez, and Juan Francisco Prados-Castillo. 2023. "Virtual Tourism: A New Way of Travelling and a New Traveller Profile." *Journal of Competitiveness* 15(4):134–53. doi: 10.7441/joc.2023.04.08.
- McLean, Graeme, Mansour AlYahya, Jennifer B. Barhorst, and Kofi Osei-Frimpong. 2023. "Examining the Influence of Virtual Reality Tourism on Consumers' Subjective Wellbeing." *Tourism Management Perspectives* 46(May 2022). doi: 10.1016/j.tmp.2023.101088.
- Md. Nafi, Shohel, and Tanvir Ahmed. 2018. "Travel and Leisure Activities, Motivation and Behavior of Young Bangladeshi Tourists." *European Scientific Journal, ESJ* 14(5):341–58. doi: 10.19044/esj.2018.v14n5p341.
- Muhammad, Rivandy, Dyah Mutiarin, and Janianton Damanik. 2021. "Virtual Tourism Sebagai Alternatif Wisata Saat Pandemi." *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation* 4(1):53–60. doi: 10.17509/jithor.v4i1.31250.
- Muqstith, Munadhil Abdul. 2022. "Determinisme Teknologi Dan Ekstensi Manusia." *Adalah* 6(1):76–84. doi: 10.15408/adalah.v6i1.26573.
- Nasrullah, Rusli. 2022. *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Endang Wah. edited by K. P. Utama. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ningrum, Dyaloka Puspita. 2024. "Jogja Walking Tour Sebagai Alternatif Berwisata Kaum Muda (Analisis Interaksi Sosial Berdasarkan Perspektif Herbert Blumer)." *Scriptura* 14(1):14–24.
- Nursapiah. 2020. *Penelitian Kualitatif*. Wal ashri. edited by H. Sazali. Medan: Wal ashri Publishing.
- Paramitha, Nurina Adi. 2020. "Figurasi Dalam Kelompok Traveler." *Jurnal Analisa Sosiologi* 9:1–20. doi: 10.20961/jas.v9i0.39817.
- Pechlaner, Harald, and Egon Smeral, eds. 2015. *Tourism and Leisure*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Polishchuk, Elizaveta, Zoltán Bujdosó, Youssef El Archi, Brahim Benbba, Kai Zhu, and Lóránt Dénes Dávid. 2023. "The Theoretical Background of Virtual Reality and Its Implications for the Tourism Industry." *Sustainability (Switzerland)* 15(13). doi: 10.3390/su151310534.
- Purnama, Basuki Eka. 2022. "Ini Model Wisata Favorit Generasi Milenia." *Mediaindonesia.Com*. Retrieved July 16, 2024 ([https://mediaindonesia.com/humaniora/505238/ini-model-wisata-](https://mediaindonesia.com/humaniora/505238/ini-model-wisata)

- favorit-generasi-milenial).
- Ramić-Brkić, Belma, and Marijana Čosović. 2022. "Exploring Digital Tourism Application for Medieval Period Reconstruction." CEUR Workshop Proceedings 3266.
- Refaeli, Tehila, Shlomit Weiss-Dagan, Drorit Levy, and Haya Itzhaky. 2022. "We Are Young, We Run Free: Predicting Factors of Life Satisfaction among Young Backpackers." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 19(3). doi: 10.3390/ijerph19031429.
- Richards, Greg. 2015. "The New Global Nomads: Youth Travel in a Globalizing World." *Tourism Recreation Research* 40(3):340–52. doi: 10.1080/02508281.2015.1075724.
- Riesa, Rafidola Mareta, and Alfatah Haries. 2020. "Virtual Tourism Dalam Literature Review." *Jurnal Pariwisata Bunda* 01(1):1–6.
- Robaina-Calderín, Lorena, Josefa D. Martín-Santana, and Francisco Muñoz-Leiva. 2023. "Immersive Experiences as a Resource for Promoting Museum Tourism in the Z and Millennials Generations." *Journal of Destination Marketing and Management* 29(March). doi: 10.1016/j.jdmm.2023.100795.
- Robert, Kenneth. 1983. *Youth and Leisure*. Vol. 01. edited by G. Allen. New York: Routledge.
- Rojek, Chris. 2009. *The Labor of Leisure*. London: SAGE Publications.
- Ross, Laurie, Shane Capra, Lindsay Carpenter, Julia Hubbell, and Kathrin Walker. 2015. *Dilemmas in Youth Work and Youth Development Practice*. New York: Routledge.
- Saidj, Madina, Mehdi Menai, Hélène Charreire, Christiane Weber, Christophe Enaux, Mette Aadahl, Emmanuelle Kesse-Guyot, Serge Hercberg, Chantal Simon, and Jean Michel Oppert. 2015. "Descriptive Study of Sedentary Behaviours in 35,444 French Working Adults: Cross-Sectional Findings from the ACTI-Cités Study." *BMC Public Health* 15(1):1–10. doi: 10.1186/s12889-015-1711-8.
- Seyfi, Siamak, C. Michael Hall, and Marianna Strzelecka. 2023. *Gen Z, Tourism, and Sustainable Consumption*. London: Routledge.
- Sobarna, Aditia. 2021. "Pengaruh Wisata Virtual Reality (VR) Terhadap Niat Berperilaku Wisatawan." *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung* 4–5.
- Suheryadi, Heru, Andy Noviadi, FX Setiyo Wibowo, and Fadia Azzahra. 2023. "Jakarta Creative Tourism Travel Agent: Virtual Tour During Pandemic Covid-19." *International Journal of Travel, Hospitality and Events* 2(3):277–85. doi: 10.56743/ijothe.v2i3.295.
- Sujibto, B. J. 2022. "Remaja Jompo: Diskursus Dan Praktik Gaya Hidup Pandemi." *Jurnal Studi Pemuda* 11(1):14–29. doi: 10.22146/studipemudaugm.
- Sujibto, B. J., and Mira Arba'atun. 2021. "Inventing the Pandemic Lifestyles: Bicycle Tourism during COVID-19." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan* 5(2):293–318. doi: 10.14421/jpm.2021.052-02.
- Sujibto, B. J., and Aulia Rachma Diah. 2022. "Bernegosiasi Dengan Pandemi: Adaptasi Pemuda Terhadap Tatanan Sosial Pandemi." *Jurnal Masyarakat Dan Budaya* 24(2):253–69. doi: 10.55981/jmb.1628.
- Sustacha, Inés, José Francisco Baños-Pino, and Eduardo Del Valle. 2023. "The Role of Technology in Enhancing the Tourism Experience in Smart Destinations: A Meta-Analysis." *Journal of Destination Marketing & Management* 30(2):100817. doi: 10.1016/j.jdmm.2023.100817.
- Talwar, Shalini, Puneet Kaur, Octavio Escobar, and Sai Lan. 2022. "Virtual Reality Tourism

- to Satisfy Wanderlust without Wandering: An Unconventional Innovation to Promote Sustainability." *Journal of Business Research* 152(November 2021):128–43. doi: 10.1016/j.jbusres.2022.07.032.
- Tsabita, Alni, Febi Febriyanti, Siti Komariah, Sri Wahyuni, Program Studi, Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu, Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan, and Kota Bandung. 2023. "Tren Toxic Productivity Sebagai Gejala Terjadinya Burnout Syndrome Terhadap Prestasi Akademik Pada Remaja Rentang Usia 18-23 Tahun Di Kota Bandung." *SOSMANIORA* 2(4):495–501. doi: 10.55123/sosmaniora.v2i4.2774.
- Umami, Zahrotul. 2015. "Social Strategy Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta." *Jurnal Interaksi* 4(2):195–201. doi: 10.14710/interaksi.4.2.195-201.
- Wang, Youcheng, Quaehee Yu, and Daniel R. Fesenmaier. 2002. "Defining the Virtual Tourist Community: Implications for Tourism Marketing." *Tourism Management* 23(4):407–17. doi: 10.1016/S0261-5177(01)00093-0.
- Wirth, Louis. 1938. "Urbanism as a Way of Life." *American Journal of Sociology* 44(1):1–24. doi: 10.1086/217913.
- Wulandari, Yulianti Fajar, Lymbarski Caesariano, Murtiadi, and Yan Bastian. 2021. "Virtual Tour Sebagai Media Komunikasi Digital Dalam Pelayanan Museum Kehutanan Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Media Penyiaran* 01(01):9–15. doi: <https://doi.org/10.31294/jmp.v1i1.389>.
- Yang, Ting-Ting, Wen-Qi Ruan, Yong-Quan Li, and Shu-Ning Zhang. 2023. "Virtual Tourist Motivation: The Differences between Virtual Tourism and on-Site Tourism." *Tourism Review* 78(5):1280–97. doi: 10.1108/TR-07-2022-0331.
- Yuan, Aixiang, and Jinhwan Hong. 2024. "Impacts of Virtual Reality on Tourism Experience and Behavioral Intentions: Moderating Role of Novelty Seeking." *Journal of Hospitality & Tourism Research* 48(6):1067–80. doi: 10.1177/10963480231171301.
- Yue, Karen. 2023. "The Beauty of Togetherness." *Ttgasia.Com*. Retrieved March 26, 2024 (<https://www.ttgasia.com/2023/05/15/the-beauty-of-togetherness/#:~:text=According to Agoda%27s Family Travel,in the next 12 months.>).