

INTISARI

Pandemi Covid-19 membuat kegiatan wisata menjadi sangat terdampak. Adanya aturan pembatasan kegiatan wisata dan himbauan untuk tidak melakukan perjalanan jarak jauh membuat mobilitas dari wisatawan menjadi terbatas. Oleh karena itu, *staycation* kemudian menjadi masif dilakukan utamanya oleh generasi milenial. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pengambilan data melalui survey dan wawancara menggunakan kuesioner, studi pustaka, dan observasi. Unsur dalam penentuan fasilitas jasa dari Tjiptono (2014) digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pertimbangan pemilihan hotel oleh generasi milenial dengan tujuan *staycation* berdasarkan fasilitas yang ditampilkan pada laman Traveloka. Penelitian ini menemukan bagaimana karakteristik dan motivasi generasi milenial dalam melakukan *staycation* hingga pertimbangan yang mereka lakukan saat memesan hotel. Hasil analisis menunjukkan bahwa generasi milenial memiliki pertimbangan dan ekspektasi lebih pada fasilitas di ruang privat mereka. *Staycation* kemudian menjadi bentuk pilihan *leisure* pada ruang privat dan semi-privat oleh generasi milenial.

Kata Kunci: *Staycation, Traveloka, Pemilihan Hotel, Generasi Milenial*

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has severely impacted tourism activities. Moreover, the government issued an advisory not to travel long distances and limiting tourism activities making it difficult for tourists to carry out tourist mobility. Therefore, staycation as the new mobilities paradigm presents interest for the study, has become a massive trend mainly carried out by the millennial generation. This research used descriptive qualitative methods, with data collection through survey and interviews using questionnaire, literature study, and observation. The element in the determination facilities from Tjiptono (2014) is used in this study to find out how the millennial generation considers hotel selection with the aim of staycation based on the facilities displayed on Traveloka. This study finds out how the characteristics and motivations of the millennial generation in doing staycation are up to the considerations they make when booking hotels. The results of the analysis show that the millennial generation has more considerations and expectations of facilities in their private space. Staycation then became a form of choice for private and semi-private space leisure by the millennial generation.

Keywords : *Staycation, Traveloka, Hotel Selection, Millennial Generation*