

STUDI KARAKTERISTIK ARSITEKTUR DAN PREFERENSI PENGUNJUNG TARGET PASAR PARIWISATA 4.0 TERHADAP SPOT FOTO BUATAN DI EKOWISATA DESA MANGUNAN, BANTUL, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

INTISARI

Pariwisata Indonesia berkembang pesat didorong oleh kemajuan teknologi. Era pariwisata 4.0 telah menciptakan pola baru dalam industri pariwisata Indonesia, dengan fokus kepada destinasi yang instagramable dengan target pasar pengunjung Generasi Z dan Milenial. Fenomena wisata instagramable dengan keberagaman atraksi spot foto buatan ini menjadi pusat perhatian, namun menyebabkan perdebatan terkait dampaknya terhadap kelestarian lingkungan dan autentisitas destinasi. Sehingga perlu adanya studi yang mendalam terkait atraksi yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan harapan pengunjung. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali karakteristik arsitektur atraksi spot foto buatan berdasarkan kaidah arsitektur dan preferensi pengunjung yang nantinya menjadi rekomendasi kepada pengelola destinasi sebagai alternatif pengembangan destinasi.

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif deskriptif, data dikumpulkan dengan kuesioner yang dilakukan langsung pada destinasi Hutan Pinus Mangunan, Seribu Batu Songgo Langit dan Bukit Panguk Kediwung. Metode pengumpulan data dengan pertimbangan kriteria tertentu yang menargetkan pengunjung Generasi Z dan Generasi Milenial yang memiliki pengalaman langsung dengan spot foto buatan pada destinasi. Diperoleh jumlah responden sebanyak 133 orang dengan rincian 67 responden Hutan Pinus Mangunan, 31 responden Seribu Batu Songgo Langit dan 35 responden Bukit Panguk Kediwung. Kemudian dibandingkan dengan penilaian oleh peneliti berdasarkan kaidah arsitektur.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa spot foto buatan pada ketiga destinasi dikelompokkan berdasarkan sistem spasial, sistem tampilan dan sistem fisik yang ternyata memiliki persamaan pada beberapa indikator. Jika dibandingkan dengan karakteristik arsitektur pilihan pengunjung, spot foto buatan di Hutan Pinus Mangunan 37,5% sesuai dengan pengunjung, Seribu Batu Songgo Langit 83,3% dan Bukit Panguk Kediwung 50%. Sedangkan jika dilihat berdasarkan kaidah arsitekturnya spot foto buatan di Hutan Pinus Mangunan 25% sesuai, Seribu Batu Songgo Langit 0% dan Bukit Panguk Kediwung 17%. Dengan karakteristik arsitektur seperti ini didapatkan persentase tingkat penilaian keberlanjutan atraksi berdasarkan persepsi pengunjung pada Hutan Pinus Mangunan sebesar 2.87 yang masuk kedalam kategori “memuaskan”, destinasi Seribu Batu Songgo Langit dengan tingkat kepuasan persepsi pengunjung sebesar 3.2 yaitu “memuaskan”, sedangkan pada Bukit Panguk Kediwung mendapatkan tingkat kepuasan sebesar 3.13 “memuaskan”. Sedangkan berdasarkan kajian arsitekturnya keberlanjutan atraksi pada Hutan Pinus Mangunan sebesar 2.8 “memuaskan”, Seribu Batu Songgo Langit sebesar 2.6 “memuaskan” dan Bukit Panguk Kediwung 2.68 “memuaskan”.

Kata kunci: spot foto buatan; karakteristik arsitektur; target pasar pariwisata 4.0; keberlanjutan destinasi

A STUDY ON ARCHITECTURAL CHARACTERISTICS AND TOURISM 4.0 – TARGETED VISITORS PREFERENCES OF ARTIFICIAL PHOTO SPOTS AT MANGUNAN VILLAGE ECOTOURISM, BANTUL, SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA

ABSTRACT

Indonesian tourism is growing rapidly driven by technological advances. The tourism 4.0 era has created a new pattern in Indonesia's tourism industry, focusing on instagramable destinations with a target market of Generation Z and Millennial visitors. The phenomenon of instagramable tourism with a diversity of artificial photo spot attractions is the center of attention, but causes debate regarding its impact on environmental sustainability and destination authenticity. So it is necessary to have an in-depth study related to attractions that are in accordance with the needs, desires and expectations of visitors. Therefore, this research aims to explore the architectural characteristics of artificial photo spot attractions based on architectural principles and visitor preferences which will later become recommendations to destination managers as an alternative destination development.

The research was conducted with a descriptive quantitative approach, the data was collected by questionnaires conducted directly at the destinations of Mangunan Pine Forest, Seribu Batu Songgo Langit and Bukit Panguk Kediwung. Data collection methods with consideration of certain criteria targeting Generation Z and Millennial Generation visitors who have direct experience with artificial photo spots in destinations. The number of respondents was 133 people with details of 67 respondents of Mangunan Pine Forest, 31 respondents of Seribu Batu Songgo Langit and 35 respondents of Bukit Panguk Kediwung. Then compared with the assessment by researchers based on architectural principles.

The results of this study show that the artificial photo spots in the three destinations are grouped based on the spatial system, display system and physical system which turns out to have similarities in several indicators. When compared with the architectural characteristics of visitors' choice, artificial photo spots in Mangunan Pine Forest 37.5% are in accordance with visitors, Seribu Batu Songgo Langit 83.3% and Bukit Panguk Kediwung 50%. Meanwhile, when viewed based on architectural rules, artificial photo spots in Mangunan Pine Forest are 25% suitable, Seribu Batu Songgo Langit 0% and Bukit Panguk Kediwung 17%. With architectural characteristics like this, the percentage level of assessment of the sustainability of attractions based on visitor perceptions in Mangunan Pine Forest is 2.87 which falls into the "satisfactory" category, the destination of Seribu Batu Songgo Langit with a visitor perception satisfaction level of 3.2 which is "satisfactory", while at Bukit Panguk Kediwung getting a satisfaction level of 3.13 "satisfactory". Meanwhile, based on the architectural study, the sustainability of attractions in Mangunan Pine Forest is 2.8 "satisfactory", Seribu Batu Songgo Langit is 2.6 "satisfactory" and Bukit Panguk Kediwung is 2.68 "satisfactory".

Keywords: *artificial photo spot; architectural characteristics; tourism 4.0 target market; destination sustainability*