

ABSTRACT

Along with the development of tourism, art has become a tourist attraction that is in great demand by tourists. The Artjog Contemporary Art Festival is a yearly art exhibition held in the Jogja National Museum that attracts as many as 2295 visitors in 2020. The festival, displaying various stunning arts from local and international artists, can be visited by all groups of people and ages. A photo trend then emerges within the visitors of The Artjog Contemporary Art Festival. Many tourists capture the beauty of the arts displayed in the exhibition in the form of photographs and upload them to their social media. This tren is almost like an obligation for the visitors, especially generation z visitors who use social media a lot to communicate with their peers. This study seeks out how the perceived coolness of The Artjog Contemporary Art Festival among generation z tourists based on seven aspects developed by Chin - Fu Chen, Shih - Huan Chou (2018), namely uniqueness, identification, attractiveness, coolness, satisfaction, attachment place, and destination loyalty. Data collection was carried out by distributing 100 questionnaires to generation z tourists who visit The Artjog Contemporary Art Festival. The results of the analysis using descriptive - quantitative methods show that generation z tourists who visit feel the perception of coolness. The highest perception of coolness is aged 20-22 years, generation z tourist market at the Artjog Contemporary Art Festival is 23-25 years old..

Keywords: Generation Z, perceived coolness, The Artjog Contemporary Art Festival, Jogja National Museum.

INTISARI

Seiring dengan berkembangnya pariwisata, seni menjadi salah satu daya tarik wisata yang banyak diminati oleh wisatawan. Festival Seni Kontemporer Artjog merupakan pameran seni tahunan yang diadakan di Museum Nasional Jogja yang menarik pengunjung sebanyak 2295 dalam tahun 2020. Festival yang menampilkan berbagai kesenian memukau dari seniman lokal dan internasional ini dapat dikunjungi oleh semua kalangan dan usia. Tren foto pun muncul di antara pengunjung Festival Seni Kontemporer Artjog. Banyak wisatawan mengabadikan keindahan seni yang ditampilkan dalam pameran tersebut dalam bentuk foto dan mengunggahnya ke media sosial mereka. Tren ini hampir seperti kewajiban pengunjung, terutama pengunjung generasi z yang banyak menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan teman sebayanya. Penelitian ini mencari bagaimana persepsi kesejukan The Artjog Contemporary Art Festival di kalangan wisatawan Generasi Z berdasarkan tujuh aspek yang dikembangkan oleh Chin - Fu Chen, Shih - Huan Chou (2018), yaitu keunikan, identifikasi, daya tarik, kekerenan, kepuasan, keterikatan tempat, dan loyalitas destinasi. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan 100 kuesioner kepada wisatawan generasi z yang berkunjung ke Artjog Contemporary Art Festival. Hasil analisis menggunakan metode deskriptif - kuantitatif menunjukkan bahwa wisatawan generasi z yang berkunjung merasakan persepsi kekerenan. Persepsi kekerenan yang dirasakan paling tinggi berusia 20 – 22 tahun, pasar wisatawan generasi z pada Festival Seni Kontemporer Artjog adalah berusia 23 – 25 tahun.

Kata kunci: generasi z, Persepsi kekerenan, Artjog Contemporary Art Festival, Jogja Museum National.