

PENGARUH TEKNOLOGI TERHADAP POLA DAN TREN PERJALANAN WISATAWAN INDONESIA KE KOREA SELATAN

¹Dita Larissa, ²Melisa Manurung

Prodi Pariwisata Budaya dan Keagamaan, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Kristen
Institut Agama Kristen Negeri Tarutung.

dilarie19@gmail.com¹ melisamanurung62@gmail.com²

Abstrak

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan besar dalam cara wisatawan Indonesia merencanakan dan menjalani perjalanan ke Korea Selatan. Digitalisasi dalam sektor pariwisata, seperti kemudahan akses informasi, sistem pemesanan daring, serta penggunaan media sosial, semakin mempengaruhi preferensi dan pola perjalanan wisatawan. Studi ini mengeksplorasi bagaimana teknologi berperan dalam membentuk tren wisata melalui analisis berbagai sumber literatur serta wawancara dengan wisatawan yang telah mengunjungi Korea Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi memungkinkan wisatawan untuk lebih mandiri dalam menyusun itinerari, menemukan destinasi baru di luar jalur wisata mainstream, serta mengakses rekomendasi real-time melalui platform digital. Selain itu, media sosial berkontribusi dalam membangun ekspektasi dan mempengaruhi keputusan perjalanan, terutama melalui konten yang diunggah oleh influencer maupun sesama wisatawan. Dengan semakin berkembangnya teknologi, adaptasi terhadap tren digital menjadi kunci bagi industri pariwisata untuk meningkatkan daya tarik dan kualitas layanan bagi wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Korea Selatan.

Kata Kunci: Pengaruh Teknologi, Pola dan Tren, Perjalanan Wisatawan

Abstract

Technological developments have brought about major changes in the way Indonesian travelers plan and experience trips to South Korea. Digitalization in the tourism sector, such as easy access to information, online booking systems, and the use of social media, is increasingly influencing tourists' travel preferences and patterns. This study explores how technology plays a role in shaping travel trends through analysis of various literature sources as well as interviews with tourists who have visited South Korea. The results show that technology allows travelers to be more independent in developing itineraries, discovering new destinations off the mainstream tourist track, and accessing real-time recommendations through digital platforms. In addition, social media contributes to building expectations and influencing travel decisions, especially through content uploaded by influencers and fellow travelers. With the development of technology,

adapting to digital trends is key for the tourism industry to improve the attractiveness and quality of services for Indonesian tourists visiting South Korea.

Keyword: Technology Influence, Patterns and Trends, Travelers' Journey

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak besar dalam industri pariwisata, mengubah cara wisatawan merencanakan dan menjalani perjalanan. Penggunaan internet, aplikasi mobile, media sosial, dan platform digital lainnya memungkinkan wisatawan untuk mencari informasi, memesan tiket, hingga menyusun itinerary secara mandiri. Teknologi kini tidak hanya sebagai alat bantu, tetapi juga menjadi penggerak utama perubahan pola wisata yang lebih fleksibel, personal, dan berbasis digital. Wisatawan Indonesia, misalnya, kini lebih memilih merancang perjalanan sendiri dengan bantuan teknologi dibanding menggunakan jasa agen perjalanan konvensional. Pola ini juga dipengaruhi oleh faktor usia, latar belakang sosial, dan tujuan perjalanan masing-masing individu.

Sementara itu, tren perjalanan wisatawan menggambarkan arah atau kecenderungan umum dalam dunia pariwisata global yang berkembang dari waktu ke waktu. Beberapa tren yang muncul di era digital antara lain meningkatnya minat terhadap pengalaman lokal (*experience-based travel*), penggunaan media sosial sebagai inspirasi wisata, perjalanan singkat dengan anggaran terbatas (*budget travel*), serta fokus pada keberlanjutan (*sustainable tourism*). Teknologi berperan besar dalam membentuk tren ini karena memberikan kemudahan akses informasi dan memungkinkan wisatawan berbagi pengalaman secara luas, yang kemudian memengaruhi wisatawan lainnya dalam menentukan pilihan.

Korea Selatan merupakan salah satu destinasi yang mengalami peningkatan signifikan dalam kunjungan wisatawan Indonesia. Menghimpun data dari KTO, wisatawan Indonesia di Korea Selatan naik sebanyak 50,8%. RI pun masuk 5 besar dalam daftar negara yang jumlah turisnya di Korea Selatan mengalami kenaikan. Peningkatan ini salah satunya disebabkan oleh banyaknya acara hallyu yang kini dikembangkan Korea Selatan, sekaligus program bertajuk *Visit Korea Year 2023-2024* yang memudahkan wisatawan Indonesia untuk menjelajahi negeri ginseng tersebut. Hal ini didorong oleh beberapa faktor, mulai dari popularitas budaya Korea (*Hallyu*), kemudahan akses transportasi, promosi wisata melalui media sosial, hingga kebijakan visa yang lebih ramah. Teknologi memainkan peran penting dalam proses ini—baik dalam promosi destinasi oleh

pemerintah Korea melalui platform digital, maupun dalam pengambilan keputusan wisatawan Indonesia yang banyak mengandalkan ulasan daring, vlog perjalanan, dan aplikasi perjalanan seperti Google Maps, KakaoT, K-ETA.

Perubahan pola dan tren ini menunjukkan bahwa teknologi tidak hanya berperan dalam mendukung proses wisata, tetapi juga sebagai agen perubahan yang membentuk perilaku dan preferensi wisatawan. Wisatawan masa kini, terutama generasi muda, cenderung mencari pengalaman yang lebih personal, fleksibel, dan terhubung secara digital. Oleh karena itu, penting untuk melakukan kajian lebih lanjut mengenai bagaimana teknologi memengaruhi perubahan ini secara spesifik dalam konteks wisatawan Indonesia ke Korea Selatan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh teknologi terhadap pola dan tren perjalanan wisatawan Indonesia ke Korea Selatan. Dengan pemahaman yang lebih dalam, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi promosi pariwisata berbasis digital serta membantu pemangku kepentingan dalam menciptakan layanan wisata yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan perilaku wisatawan era digital.

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian literatur, yang berfokus pada penelusuran dan analisis terhadap berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Kajian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dari jurnal ilmiah, buku, artikel, laporan penelitian, serta publikasi akademik lainnya. Tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai konsep-konsep teoritis, temuan-temuan sebelumnya, serta perkembangan terbaru yang berkaitan dengan permasalahan yang dikaji. Pendekatan ini dianggap efektif karena mampu memberikan landasan teori yang kuat dan mendukung proses analisis secara kritis dan objektif.

B. Teori Yang Digunakan

- Jerri pria Atmaja, 2023, Peran Teknologi informasi dalam peningkatan daya saing destinasi pariwisata di Indonesia, "penggunaan teknologi informasi dalam destinasi wisata di Indonesia dapat membantu meningkatkan daya saingnya dalam skala nasional dan global.

Dengan memanfaatkan potensi teknologi informasi secara optimal destinasi wisata dapat menarik lebih banyak wisatawan, meningkatkan pengalaman mereka, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

- Maulana dan kosefardani, 2020, Pola musiman kunjungan wisatawan mancanegara ke bali " Berdasarkan kajian ini didapatkan beberapa temuan terkait pola musiman kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali. Pertama, dari perhitungan seasonality ratio menemukan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali menunjukkan tingkat variasi yang tidak signifikan dan ditemukan persamaan pola variasi musiman pada tahun 2015, 2016, dan 2019. Tiga periode tersebut memiliki kesamaan, yaitu memiliki periode diatas off-peak season sebanyak enam kali dalam satu tahun."
- Iswanto, amol, Sangadji, halawa, 2024, PENGARUH PENGGUNAAN TEKNOLOGI DALAM PEMASARAN PARIWISATA SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA, Salah satu pengaruh utama teknologi terhadap pemasaran pariwisata selama pandemi adalah penggunaan platform digital untuk promosi dan penjualan (Lu et al., 2022). Karena keterbatasan perjalanan fisik, perusahaan industri pariwisata sekarang memasarkan lokasi mereka kepada penumpang menggunakan saluran online seperti situs web, aplikasi ponsel pintar, dan media sosial (Toubes et al., 2021).
- Hyeonseok,(2017) strategi promosi provinsi Gyeonggi di Korea Selatan untuk menarik wisatawan Indonesia, strategi pemasaran melalui Online adalah cara promosi yang pa-ling umum dan mudah karena pengguna smartphome semakin berkembang jumlahnya, termasuk di Indonesia. Cara lain adalah menghimpun sekelom-pok wartawan yang meliput 'Pariwisata Gyeonggi'. Wartawan yang dimaksud tidak hanya terbatas pada wartawan professional namun jurnalis-jurnalis yang berasal dari sekolah-sekolah di Indonesia juga patut dipertimbangkan. Jurnalis-jurnalis sekolah ini membantu menyediakan layanan yang dapat berfungsi untuk menyebarkan artikel yang tepat terkait dengan Pariwisa-ta Gyeonggi dengan menggunakan Situs Jaringan Sosial (SNS, Social Net-working Site) dan mendorong komunikasi dua arah antara pihak Provinssi Gyeonggi dan pihak wisatawan(Hyeonseock, 2017)

KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka

Setelah peneliti melakukan telaah pada berbagai penelitian, ada beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Yang pertama, penelitian yang ditemukan oleh Gama, Sudana, Dewi (2019) yang berjudul “Karakteristik dan pola perjalanan wisatawan backpacker yang menginap di Canggu, Bandung”. menganalisis karakteristik dan pola perjalanan wisatawan backpacker di Canggu, Bandung. Mayoritas wisatawan berasal dari Eropa, berusia 15–24 tahun, bepergian sendiri, dan tinggal rata-rata 9 hari. Mereka mengikuti rute Ubud-Uluwatu-Canggu, dengan Kuta sebagai destinasi awal di Bali. Selain itu, mereka sering mengunjungi Gili Trawangan dan negara seperti Thailand atau Australia. Wisatawan cenderung memesan akomodasi online, menggunakan sepeda motor, dan menikmati kuliner lokal. Studi ini menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif dengan teknik purposive dan quota sampling pada 132 responden.(Suprani Gama et al., 2019).

Yang kedua penelitian yang ditemukan oleh Atmaja (2023) dengan judul “Peran Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Destinasi Pariwisata Di Indonesia”. membahas pemanfaatan teknologi informasi dapat meningkatkan daya saing destinasi wisata di Indonesia. Dalam penelitiannya, peneliti menekankan bahwa teknologi digital, seperti platform pemesanan online, media sosial, dan sistem manajemen destinasi berbasis data, memainkan peran penting dalam menarik wisatawan serta meningkatkan pengalaman mereka. Pemanfaatan teknologi ini tidak hanya membantu promosi, tetapi juga memungkinkan pengelolaan destinasi yang lebih efisien melalui analisis data dan pemantauan tren wisatawan secara real-time. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri pariwisata, dan masyarakat menjadi faktor kunci dalam mengoptimalkan teknologi untuk sektor ini. Dengan adopsi yang tepat, teknologi informasi dapat membantu destinasi wisata di Indonesia bersaing secara global dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.(Atmaja, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

I. Gambaran Umum Pengaruh Teknologi terhadap Perjalanan Wisatawan Indonesia ke Korea Selatan

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam industri pariwisata, termasuk bagaimana wisatawan Indonesia merencanakan dan melakukan perjalanan ke Korea Selatan. Kemudahan akses terhadap informasi, meningkatnya penggunaan platform digital, serta berkembangnya sistem reservasi dan pembayaran online telah membuat wisatawan lebih mandiri dalam menyusun perjalanan mereka tanpa harus bergantung pada agen perjalanan konvensional. Teknologi informasi berperan penting dalam meningkatkan daya saing destinasi pariwisata dengan menyediakan akses yang lebih luas terhadap informasi wisata. Dengan adanya internet, wisatawan dapat dengan mudah menemukan rekomendasi tempat wisata, membaca ulasan dari wisatawan lain, membandingkan harga tiket, serta mencari tahu tentang budaya dan kebiasaan di Korea Selatan sebelum melakukan perjalanan. Hal ini membantu wisatawan dalam menyusun rencana perjalanan yang lebih fleksibel dan sesuai dengan preferensi mereka.

Selain itu, platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube juga memainkan peran besar dalam membentuk preferensi wisatawan. Konten visual yang menampilkan destinasi wisata populer, pengalaman unik, serta rekomendasi tempat makan atau aktivitas menarik di Korea Selatan dapat dengan cepat menarik minat wisatawan Indonesia. Berbagai destinasi wisata di Korea Selatan juga semakin aktif memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran untuk menarik wisatawan mancanegara.

Disisi lain, pola perjalanan wisatawan juga dipengaruhi oleh faktor musiman. Wisatawan Indonesia cenderung memilih waktu perjalanan mereka berdasarkan musim tertentu di Korea Selatan. Misalnya, banyak wisatawan Indonesia tertarik untuk berkunjung pada musim semi (Maret - Mei) untuk menikmati keindahan bunga sakura atau pada musim dingin (Desember - Februari) untuk merasakan pengalaman bermain salju. Musim-musim ini biasanya mengalami lonjakan kunjungan wisatawan, yang juga dipengaruhi oleh strategi pemasaran destinasi wisata melalui platform digital.

Dengan adanya teknologi, wisatawan kini dapat dengan mudah mengetahui waktu terbaik untuk berkunjung ke Korea Selatan berdasarkan cuaca, festival, atau acara khusus yang sedang berlangsung. Informasi mengenai harga tiket pesawat dan hotel juga dapat diperoleh secara real-

time melalui berbagai platform pemesanan online, memungkinkan wisatawan untuk mendapatkan penawaran terbaik sesuai dengan anggaran mereka.

II. Peran Teknologi dalam Membentuk Pola dan Tren Perjalanan Wisatawan

Teknologi memengaruhi pola perjalanan wisatawan Indonesia ke Korea Selatan melalui beberapa aspek berikut:

➤ Kemudahan Akses Informasi dan Perencanaan Perjalanan

Kemajuan teknologi informasi telah memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam mengakses berbagai informasi terkait destinasi wisata di Korea Selatan. Saat ini, wisatawan Indonesia tidak lagi harus mengandalkan brosur cetak, agen perjalanan, atau informasi dari pihak ketiga untuk mengetahui detail mengenai destinasi yang ingin mereka kunjungi. Berkat perkembangan platform digital seperti Google, blog perjalanan, serta aplikasi wisata seperti Klook dan Traveloka, wisatawan dapat dengan mudah menemukan informasi mengenai tempat wisata, transportasi, akomodasi, hingga rekomendasi aktivitas yang sesuai dengan preferensi mereka.

Akses informasi yang luas melalui teknologi ini memungkinkan wisatawan untuk lebih mandiri dalam menyusun itinerary perjalanan. Misalnya, wisatawan dapat menggunakan blog perjalanan atau forum diskusi daring untuk membaca pengalaman orang lain yang telah berkunjung ke destinasi yang mereka tuju. Selain itu, aplikasi wisata seperti Klook dan Traveloka tidak hanya memberikan informasi terkait tempat wisata tetapi juga menyediakan fitur pemesanan tiket, transportasi, dan bahkan paket wisata dengan harga yang kompetitif. Dengan adanya fitur ini, wisatawan tidak perlu lagi bergantung pada agen perjalanan tradisional yang biasanya menawarkan paket dengan harga lebih mahal dan pilihan yang terbatas.

Dengan semakin berkembangnya teknologi, wisatawan kini memiliki lebih banyak kontrol atas perjalanan mereka. Mereka dapat membandingkan harga tiket pesawat, mencari penginapan sesuai anggaran, serta menyesuaikan perjalanan mereka dengan preferensi pribadi tanpa bergantung pada pihak ketiga. Perubahan ini menunjukkan bahwa digitalisasi telah membawa dampak besar dalam industri pariwisata, menjadikan proses perencanaan perjalanan lebih efisien, fleksibel, dan sesuai dengan kebutuhan individu.

➤ Tren Musiman dalam Perjalanan Wisatawan Indonesia ke Korea Selatan

Pola perjalanan wisatawan Indonesia ke Korea Selatan masih sangat dipengaruhi oleh faktor musim dan kondisi cuaca. Meskipun perkembangan teknologi telah memberikan kemudahan dalam perencanaan perjalanan, keputusan wisatawan untuk mengunjungi Korea Selatan tetap mempertimbangkan waktu terbaik sesuai dengan preferensi mereka terhadap kondisi cuaca dan pengalaman yang ingin didapatkan.

Pada musim semi, yang berlangsung dari bulan Maret hingga Mei, jumlah wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Korea Selatan cenderung meningkat. Hal ini dikarenakan daya tarik utama musim semi adalah mekarnya bunga sakura, yang hanya terjadi dalam periode waktu yang singkat. Destinasi populer selama musim ini antara lain Jinhae Gunhangje Festival, yang merupakan salah satu festival bunga sakura terbesar di Korea Selatan, serta Yeouido Park di Seoul, yang menawarkan pemandangan pohon sakura yang indah.

Musim panas, yang berlangsung dari Juni hingga Agustus, biasanya memiliki jumlah kunjungan yang lebih rendah dibandingkan musim lainnya. Hal ini disebabkan oleh suhu udara yang cukup tinggi dan tingkat kelembapan yang membuat perjalanan terasa kurang nyaman bagi sebagian wisatawan. Namun, bagi mereka yang tetap memilih untuk berwisata pada periode ini, festival musim panas seperti Boryeong Mud Festival menjadi daya tarik tersendiri. Selain itu, maskapai penerbangan dan agen perjalanan sering kali menawarkan promosi dan diskon besar-besaran selama musim panas untuk menarik lebih banyak wisatawan.

Musim gugur, yang berlangsung dari September hingga November, menjadi salah satu musim favorit bagi wisatawan Indonesia. Daya tarik utama musim ini adalah perubahan warna dedaunan menjadi merah, kuning, dan oranye, yang menciptakan pemandangan alam yang sangat indah. Beberapa destinasi favorit yang ramai dikunjungi pada musim gugur adalah Nami Island, yang terkenal dengan deretan pohon maple dan ginkgo yang berwarna-warni.

Musim dingin, yang berlangsung dari Desember hingga Februari, juga menjadi salah satu waktu yang diminati oleh wisatawan Indonesia, terutama bagi mereka yang ingin merasakan pengalaman bermain salju. Mengingat Indonesia adalah negara tropis yang

tidak memiliki musim dingin, banyak wisatawan yang tertarik untuk mencoba aktivitas seperti bermain ski atau menikmati suasana salju yang khas. Destinasi populer selama musim dingin antara lain resort ski di daerah Gangwon, Nami Island, yang berubah menjadi lanskap putih yang indah, serta Bukchon Hanok Village, di mana wisatawan dapat merasakan pengalaman berada di lingkungan tradisional Korea dengan latar belakang salju.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi informasi telah memberikan pengaruh signifikan terhadap pola dan tren perjalanan wisatawan Indonesia ke Korea Selatan. Akses yang lebih mudah terhadap informasi melalui platform digital seperti Google, blog perjalanan, aplikasi wisata, serta media sosial telah meningkatkan kemandirian wisatawan dalam merencanakan perjalanan mereka tanpa bergantung pada agen perjalanan konvensional.

Meskipun teknologi mempermudah perencanaan perjalanan, faktor musim dan kondisi cuaca tetap menjadi pertimbangan utama bagi wisatawan Indonesia dalam menentukan waktu kunjungan mereka ke Korea Selatan. Pola perjalanan menunjukkan bahwa musim semi dan musim gugur menjadi periode favorit karena cuaca yang nyaman dan daya tarik alam yang unik, sementara musim dingin menarik wisatawan yang ingin merasakan pengalaman bermain salju. Musim panas cenderung memiliki jumlah kunjungan yang lebih rendah, tetapi tetap menarik segmen wisatawan tertentu melalui promosi dan festival.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, J. P. (2023). Peran Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Destinasi Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 11(1), 151. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2023.v11.i01.p20>
- Hyeonseock, K. (2017). Strategi Promosi Pariwisata Provinsi Gyeonggi Di Korea Selatan Untuk Menarik Wisatawan Indonesia. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 3, 284–301. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2017.v03.i02.p06>
- Suprani Gama, C., Sudana, I. P., & Leli Kusuma Dewi, L. G. (2019). Karakteristik Dan Pola Perjalanan Wisatawan Backpacker Yang Menginap Di Canggu, Badung. *Jurnal IPTA*, 7(2), 223. <https://doi.org/10.24843/ipta.2019.v07.i02.p13>