

ANALISIS KOMPARATIF FAKTOR KEPUTUSAN PEMILIHAN DESTINASI WISATA ALAM PANTAI BENGKUNG VS GUNUNG PARALAYANG SAAT LIBUR LEBARAN

M Kurniawan Putra¹, Rivaldy², Taufik Mulyanto P³, M Insan Romadhan⁴
Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
insanromadhan@untag-sby.ac.id

Abstrak: Momen libur Lebaran merupakan salah satu waktu penting bagi masyarakat Indonesia untuk melakukan perjalanan wisata, khususnya ke destinasi alam. Kajian ini bermaksud membandingkan faktor-faktor yang memengaruhi pilihan wisatawan dalam menentukan Pantai Bengkung di wilayah Malang Selatan dan Gunung Paralayang Batu sebagai tujuan wisata saat periode Lebaran. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berupa wawancara mendalam serta observasi partisipatif, penelitian ini menemukan bahwa wisatawan yang datang ke Pantai Bengkung umumnya terdorong oleh keinginan mencari ketenangan serta menikmati panorama laut, sedangkan pengunjung Gunung Paralayang Batu lebih termotivasi oleh pengalaman unik dan peluang menghasilkan konten untuk media sosial. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi pengelola destinasi dalam menyusun strategi promosi yang sesuai dengan karakter minat wisatawan.

Kata kunci: wisata alam, keputusan kunjungan, pendekatan kualitatif, Pantai Bengkung, Gunung Paralayang Batu.

Abstract: The Lebaran holiday period is one of the most significant times for Indonesians to travel, particularly to natural destinations. This study aims to compare the factors influencing tourists in choosing Pantai Bengkung in South Malang and Gunung Paralayang Batu as holiday destinations during the Lebaran season. Utilizing a qualitative approach through in-depth interviews and participatory observation, this research found that tourists visiting Pantai Bengkung are generally driven by the desire to seek tranquility and enjoy the ocean scenery, whereas visitors to Gunung Paralayang Batu are more motivated by the unique experiences and opportunities to create content for social media. These findings can serve as a reference for destination managers in formulating promotional strategies that align with the interests and preferences of tourists.

Keywords: nature tourism, travel decision, qualitative approach, Pantai Bengkung, Gunung Paralayang Batu.

PENDAHULUAN

Pariwisata tidak hanya menopang perekonomian nasional, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat di sekitar lokasi wisata. Data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2023 memperlihatkan adanya lonjakan signifikan pada jumlah kunjungan wisatawan domestik, terutama saat hari libur nasional dan cuti bersama seperti masa Lebaran. Fenomena ini tidak hanya terlihat pada destinasi wisata buatan, tetapi juga sangat menonjol pada lokasi wisata alam di berbagai daerah.

Di wilayah Malang Raya sendiri, wisata alam memiliki keunikan dan daya tarik yang beragam. Pantai Bengkung di pesisir selatan Kabupaten Malang dikenal karena keindahan laut lepasnya, ombak besar, serta garis pantai yang memukau. Sementara itu, Gunung Paralayang Batu menawarkan sensasi yang berbeda, berupa panorama kota Batu dari ketinggian, udara pegunungan yang sejuk, dan pengalaman olahraga paralayang. Kedua destinasi tersebut menjadi primadona wisatawan domestik saat libur Lebaran, bertepatan dengan meningkatnya mobilitas masyarakat.

Pilihan seseorang dalam menentukan destinasi wisata dipengaruhi oleh beragam aspek internal maupun eksternal. Menurut Swarbrooke dan Horner (2007), aspek internal meliputi motivasi individu, sikap, pengalaman sebelumnya, serta persepsi terhadap risiko. Sedangkan faktor eksternal berkaitan dengan rekomendasi sosial, promosi destinasi, harga, kemudahan akses, serta fasilitas pendukung. Dalam kerangka lain, Crompton (1979) membagi motivasi wisatawan menjadi faktor pendorong (push factors) seperti keinginan untuk melepas penat, serta faktor penarik (pull factors) berupa keunikan yang ditawarkan destinasi.

Masa Lebaran menjadi unik karena selain tradisi mudik dan bersilaturahmi, banyak masyarakat Indonesia memanfaatkannya untuk berwisata. Nugroho (2021) menemukan bahwa

penggunaan media sosial turut memperkuat fenomena wisata saat Lebaran, dengan banyak orang memilih destinasi berdasarkan konten visual yang mereka lihat, khususnya di kalangan generasi milenial dan Gen Z. Populix Indonesia (2023) juga mengungkapkan sekitar 67% responden usia 18-30 tahun menjadikan Instagram dan TikTok sebagai sumber utama inspirasi destinasi wisata.

Walaupun sudah ada berbagai riset mengenai faktor penentu pemilihan destinasi wisata, sebagian besar menggunakan pendekatan kuantitatif dan hanya meneliti satu lokasi. Kajian komparatif terhadap dua destinasi alam dengan karakter berbeda, khususnya dalam konteks libur Lebaran, masih jarang dilakukan. Padahal, memahami perbedaan motivasi serta faktor dominan di masing-masing destinasi sangat penting bagi pemerintah daerah maupun pelaku pariwisata untuk menyusun strategi promosi dan pengembangan destinasi yang tepat sasaran.

Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk mengeksplorasi dan membandingkan secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih Pantai Bengkung di Malang Selatan dan Gunung Paralayang Batu di Kota Batu saat libur Lebaran. Dengan memakai pendekatan kualitatif melalui wawancara serta observasi, studi ini diharapkan memberikan kontribusi akademik sekaligus implikasi praktis terkait pola preferensi wisatawan dalam konteks pariwisata musiman di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, yang dinilai paling tepat untuk menggali pengalaman subjektif wisatawan saat menentukan destinasi wisata Lebaran. Seperti dikemukakan Creswell (2017), pendekatan fenomenologi bertujuan menangkap esensi pengalaman sekelompok orang terhadap suatu fenomena tertentu. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menyelami lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan antara Pantai Bengkung dan Gunung Paralayang Batu.

Penelitian dilaksanakan langsung di kedua lokasi wisata dengan melibatkan wisatawan yang datang pada masa libur Lebaran 2025. Partisipan dipilih secara purposive, yakni wisatawan domestik yang berasal dari luar Malang Raya dengan tujuan rekreasi. Strategi ini memastikan bahwa para informan benar-benar melalui proses pengambilan keputusan destinasi sesuai fokus penelitian. Data utama diperoleh melalui wawancara mendalam menggunakan format semi-terstruktur dengan pertanyaan terbuka agar informan dapat mengungkapkan alasan, motivasi, dan persepsi mereka secara luas. Hal ini sejalan dengan pendapat Patton (2015) yang menilai wawancara terbuka dapat menggali narasi kaya yang tidak terakomodasi dalam survei tertutup.

Selain wawancara, dilakukan pula observasi partisipatif untuk mengamati perilaku wisatawan, suasana sosial, serta kondisi lingkungan di sekitar kedua lokasi. Observasi ini dilengkapi dengan catatan lapangan untuk memperkaya data. Agar hasil penelitian lebih valid, data sekunder seperti laporan kunjungan wisata dari dinas terkait maupun publikasi tentang profil destinasi juga dikumpulkan.

Dalam proses analisis, digunakan teknik analisis tematik Braun dan Clarke (2006). Seluruh transkrip wawancara dibaca berulang agar diperoleh pemahaman menyeluruh, lalu dilakukan pengodean untuk menemukan kata kunci atau frasa penting. Kode-kode tersebut kemudian dikelompokkan menjadi tema utama yang merepresentasikan faktor pengambilan keputusan, seperti keindahan alam, pengalaman unik, pengaruh media sosial, harga, dan aksesibilitas. Selanjutnya dilakukan triangulasi data antar sumber (wawancara, observasi, dokumen) sesuai konsep Moleong (2017). Validasi juga diperkuat melalui member checking dengan beberapa informan untuk memastikan interpretasi sesuai maksud asli mereka.

Pendekatan kualitatif ini memungkinkan terungkapnya pola narasi yang khas, termasuk dimensi emosional dan sosial dalam keputusan wisatawan yang bisa terlewat dalam survei

ANALISIS KOMPARATIF FAKTOR KEPUTUSAN PEMILIHAN DESTINASI WISATA ALAM PANTAI BENGKUNG VS GUNUNG PARALAYANG SAAT LIBUR LEBARAN

M Kurniawan Putra¹, Rivaldy², Taufik Mulyanto P³, M Insan Romadhan⁴

kuantitatif. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran komprehensif mengenai motivasi dan pertimbangan wisatawan saat memilih antara Pantai Bengkung dan Gunung Paralayang Batu, sekaligus menjadi dasar strategi pengembangan destinasi yang lebih tepat guna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian mengungkap perbedaan yang mencolok terkait faktor-faktor yang memengaruhi wisatawan memilih Pantai Bengkung di Kabupaten Malang dan Gunung Paralayang Batu di Kota Batu saat libur Lebaran. Dari wawancara dengan wisatawan asal luar Malang Raya, mayoritas pengunjung Pantai Bengkung menekankan alasan utama kunjungan mereka pada kealamian panorama laut, suasana yang tenang, dan deburan ombak besar yang memberi sensasi menenangkan. Salah seorang informan berkata, “Saya ke sini memang mau menikmati suara ombak, lihat sunset tanpa terlalu banyak orang, supaya pikiran lebih lega.” Pernyataan serupa juga muncul pada beberapa informan lain yang menegaskan motif intrinsik berupa kebutuhan akan ketenangan dan pelepasan stres dari rutinitas.



Gambar 1. Pengunjung Bermain Ombak Pasir Pantai Bengkung
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Berbeda dengan itu, pengunjung Gunung Paralayang Batu lebih menitik beratkan pada keunikan aktivitas, terutama paralayang, serta keindahan panorama kota Batu dari atas. Sejumlah informan mengakui keputusan mereka banyak dipengaruhi konten-konten media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, yang memperlihatkan pengalaman terbang dengan latar perbukitan dan cahaya lampu kota di malam hari. Seorang wisatawan mengungkapkan, “Awalnya lihat video di Instagram, keren banget malam-malam banyak lampu. Jadi pengen coba terbang juga, biar punya konten beda sama teman-teman.” Hal ini menunjukkan motivasi wisatawan ke Gunung Paralayang Batu lebih condong pada aktualisasi diri serta penciptaan citra visual untuk dibagikan ke media sosial, sejalan dengan hasil studi Nugroho (2021).



Gambar 2. Pemandangan Paralayang pada saat malam hari
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Temuan ini diperkuat hasil observasi di lapangan. Di Pantai Bengkung, pengunjung lebih banyak datang bersama keluarga, berjalan menyusuri pantai, bermain pasir, atau duduk menikmati angin laut dalam suasana yang relatif sunyi dan merata di berbagai sudut. Sementara di Gunung Paralayang Batu, area landasan terbang serta spot foto tampak padat oleh wisatawan yang antre mengambil gambar dengan latar lampu kota menjelang malam. Observasi ini semakin menegaskan adanya perbedaan fokus pengalaman yang dicari di masing-masing destinasi.

Dalam kerangka teori Crompton (1979), kunjungan ke Pantai Bengkung didorong faktor push berupa keinginan menjauh dari rutinitas dan mencari ketenangan, sedangkan ke Gunung Paralayang Batu lebih banyak karena pull factor seperti fasilitas paralayang, spot foto estetik, serta eksposur media sosial yang kuat. Menariknya, aspek akses dan harga ternyata tidak terlalu memengaruhi keputusan. Meski Pantai Bengkung memiliki akses lebih sulit dengan jalan sempit dan jarak lebih jauh, wisatawan tetap mau menempuhnya demi suasana alami. Sebaliknya, tarif paralayang di Gunung Paralayang Batu yang cukup tinggi justru dianggap sebanding dengan pengalaman unik yang ditawarkan.

Fenomena ini juga memperlihatkan bagaimana Lebaran tidak hanya dimaknai sebagai ajang mudik, tetapi juga self-reward dan sarana membangun citra diri melalui wisata yang kemudian dibagikan ke jejaring sosial. Hal ini mengafirmasi penelitian Populix (2023) mengenai dominasi peran media sosial dalam keputusan wisata, khususnya pada generasi muda. Temuan ini penting bagi pemerintah daerah dan pengelola destinasi untuk merumuskan strategi promosi yang lebih tepat sasaran Pantai Bengkung dapat terus ditonjolkan sebagai lokasi rekreasi tenang dan otentik, sementara Gunung Paralayang Batu dikuatkan citranya sebagai destinasi petualangan modern penuh nilai estetik.

KESIMPULAN

Melalui pendekatan kualitatif fenomenologis pada wisatawan yang berkunjung saat libur Lebaran ke Pantai Bengkung dan Gunung Paralayang Batu, penelitian ini menemukan adanya perbedaan mendasar dalam faktor yang memengaruhi keputusan mereka. Kunjungan ke Pantai Bengkung lebih dilatarbelakangi kebutuhan intrinsik akan ketenangan, pelepasan stres, serta keinginan menikmati keaslian panorama laut dengan ombak besar yang memberi pengalaman kontemplatif. Suasana alami dan relatif sepi menjadi daya tarik utama, meskipun akses menuju lokasi tidak mudah.

Sebaliknya, pemilihan Gunung Paralayang Batu lebih ditentukan motivasi ekstrinsik yang bersifat visual dan simbolik. Wisatawan terdorong oleh ekspektasi mendapatkan pengalaman unik lewat aktivitas paralayang serta terpengaruh konten media sosial yang menonjolkan keindahan panorama kota Batu dari ketinggian. Ini menunjukkan adanya orientasi wisata pada aktualisasi diri dan produksi citra digital, sejalan dengan tren penggunaan Instagram dan TikTok sebagai referensi utama destinasi.

Secara teoretis, hasil ini menunjukkan penerapan model push-pull dalam motivasi wisata yang berjalan beriringan. Pada Pantai Bengkung, push factor mendominasi berupa kebutuhan psikologis, sedangkan di Gunung Paralayang Batu lebih kental pull factor melalui daya tarik aktivitas dan eksposur visual. Temuan ini memberi kontribusi pada literatur pariwisata, sekaligus menjadi landasan praktis bagi penyusunan strategi promosi berbasis diferensiasi pengalaman sesuai karakter destinasi dan segmentasi pengunjung, terutama dalam momen musiman seperti libur Lebaran yang selalu memicu peningkatan kunjungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Creswell, J. W. (2017). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408–424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Kemendagri. (2023). *Statistik kunjungan wisatawan domestik 2023*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Populix Indonesia. (2023). *Tren wisata generasi muda Indonesia: Studi perilaku penggunaan Instagram dan TikTok sebagai sumber inspirasi*. Populix Insight Report.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism* (2nd ed.). Routledge.