

**KONSEP *GLAMOROUS CAMPING* (GLAMPING) SEBAGAI
WISATA ALTERNATIF GENERASI MILENIAL DI
INDONESIA
(Studi Kasus di *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu, Bantul)**

SKRIPSI



**Oleh:
PUTRI SARI FERDIAN
NO. MHS: 516100618**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA
2020**

**KONSEP *GLAMOROUS CAMPING* (GLAMPING) SEBAGAI
WISATA ALTERNATIF GENERASI MILENIAL DI
INDONESIA
(Studi Kasus di *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu, Bantul)**

SKRIPSI



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Derajat Sarjana Pariwisata di
Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

**Oleh:
PUTRI SARI FERDIAN
NO. MHS: 516100618**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA
2020**

**KONSEP *GLAMOROUS CAMPING* (GLAMPING) SEBAGAI
WISATA ALTERNATIF GENERASI MILENIAL DI
INDONESIA
(Studi Kasus di *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu, Bantul)**



Oleh:

PUTRI SARI FERDIAN

No. Mhs: 516100618

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

Drs. Prihatno, M.M.
NIDN. 0526125901

Pembimbing II

Fian Damasdino, S.IP, M.Sc.
NIDN. 0525098901

Mengetahui
Ketua Jurusan

Arif Dwi Saputra, S.S., M.M.
NIDN. 0525047001

BERITA ACARA UJIAN

**KONSEP *GLAMOROUS CAMPING* (GLAMPING) SEBAGAI WISATA
ALTERNATIF GENERASI MILENIAL DI INDONESIA
(Studi Kasus di *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu, Bantul)**

SKRIPSI

Oleh:

PUTRI SARI FERDIAN

No. Mhs: 516100618

Telah dipertahankan di depan penguji

Dan dinyatakan: Lulus

Pada Tanggal

TIM PENGUJI

Penguji Utama	: <u>RM. Jonet Sinangjoyo, S.Sos, M.Si.</u>	:
	NIDN. 0518117401	
Pembimbing I	: <u>Drs. Prihatno, M.M.</u>	:
	NIDN. 0526125901	
Pembimbing II	: <u>Fian Damasdino, S.IP, M.Sc.</u>	:
	NIDN. 0525098901	

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Drs. Prihatno, M.M.

NIDN. 0526125901

MOTTO

Bermimpilah seolah-olah anda hidup selamanya,

Hiduplah seakan-akan inilah hari terakhir anda

SURAT PERNYATAAN

Saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Sari Ferdian

NIM : 516100618

Program Studi : Pariwisata

Judul Skripsi : KONSEP *GLAMOROUS CAMPING* (GLAMPING) SEBAGAI
WISATA ALTERNATIF GENERASI MILENIAL DI
INDONESIA (STUDI KASUS DI *GLAMOROUS CAMPING*
BUKIT LINTANG SEWU, BANTUL)

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Juli 2020

Penulis

Putri Sari Ferdian

NIM: 516100618

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, rasa bangga dan bahagia terhadap skripsi ini penyusunan persembahan untuk:

1. Orang tua saya tercinta mama Sari Bona dan papa Ferdianto, yang telah memberikan dukungan moril maupun materil serta do'a yang tiada henti dan kasih sayangnya.
2. Adek saya tercinta dek Rayhan, dek Olivia, dek Renanda yang sudah memberikan dukungan semangat dan do'anya.
3. Mas Ais yang selalu ada pada perjuangan skripsi saya, yang selalu menemani saya dalam pengerjaan skripsi, dan memberikan dukungan semangat penuh untuk saya.
4. Rekan-rekan mahasiswa/i Jurusan Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, khususnya Kelas Pariwisata B yang telah memberikan semangat sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu, semoga berakhirnya studi di kampus tercinta ini bukan berarti berakhirnya hubungan pertemanan dan silaturahmi diantara rekan-rekan sekalian.
5. Semua teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih untuk do'a dan dukungannya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya berkat Rahmat dan Hidayah-Nya, Skripsi ini dapat rampung tepat waktu.

Skripsi dengan judul Konsep *Glamorous Camping* (Glamping) Sebagai Wisata Alternatif Generasi Milenial di Indonesia (Studi Kasus di *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu, Bantul), sebagai salah satu syarat dalam menempuh Program Stata 1, Jurusan Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Drs. Prihatno, M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA dan selaku Pembimbing I
2. Bapak Fian Damasdino, S.IP, M.Sc. selaku Pembimbing II
3. Bapak RM. Jonet Sinangjoyo, S.Sos, M.Si. selaku Penguji Utama
4. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., M.M. selaku Ketua Jurusan Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA
5. Bapak/Ibu Dosen pengajar Jurusan Pariwisata yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat hingga peneliti dapat menyusun skripsi dan menyelesaikannya tepat waktu
6. Bapak/Ibu RPH Mangunan, Balai KPH Yogyakarta, Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah memberi

izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian dan juga atas kemudahan dalam memperoleh data-data yang dibutuhkan

7. Bapak/Ibu Koperasi Noto Wono yang telah memberi izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian
8. Pengelola Obyek Wisata Glamping Bukit Lintang Sewu yang telah memberi izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian, dan memberikan informasi, kemudahan, dan pengetahuan dalam menyusun skripsi.
9. Para informan penelitian yang telah meluangkan waktu untuk menyampaikan berbagai informasi dan mengisi pertanyaan penelitian.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki beberapa kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari seluruh pihak.

Yogyakarta, Juli 2020

Putri Sari Ferdian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7

BAB II LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori	9
1. Glamping	9
2. Generasi Milenial	13
3. Wisatawan Milenial	16

4. Pariwisata 4.0	18
5. Pariwisata Alternatif	23
B. Kerangka Pemikiran Teoritik	27
C. Penelitian Terdahulu	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode dan Desain Penelitian	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
C. Teknik Cuplikan	36
D. Sumber Data	37
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Keabsahan Data	41
G. Metode Analisis Data	43
H. Alur Penelitian	46
I. Jadwal Penelitian	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	48
1. Sejarah Destinasi Wisata Bukit Lintang Sewu	48
2. Struktur Organisasi Pengelola Destinasi Wisata Bukit Lintang Sewu ...	50
3. Sejarah <i>Glamorous Camping</i> Bukit Lintang Sewu	51
4. Profil <i>Glamorous Camping</i> Bukit Lintang Sewu	52
5. Fasilitas di <i>Glamorous Camping</i> Bukit Lintang Sewu	53
6. Profil Koperasi Noto Wono Yogyakarta	62
B. Hasil Penelitian	69
1. Pangsa Pasar di <i>Glamorous Camping</i> Bukit Lintang Sewu, Bantul	69
2. Konsep <i>Glamorous Camping</i> (Glamping) sebagai Wisata Alternatif Generasi Milenial di <i>Glamorous Camping</i> Bukit Lintang Sewu, Bantul	82
3. Upaya Yang Dapat Mendorong Generasi Milenial Berwisata ke Destinasi Glamping di <i>Glamorous Camping</i> Bukit Lintang Sewu, Bantul .	115

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	120
B. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	127

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Mass Tourism Vs Alternative Tourism</i>	25
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	47
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Koperasi Noto Wono	64
Tabel 4.2 Usia Wisatawan	70
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Wisatawan	72
Tabel 4.4 Asal Daerah Wisatawan	73
Tabel 4.5 Pekerjaan Wisatawan	75
Tabel 4.6 Sumber Informasi Wisatawan	77
Tabel 4.7 Waktu Kunjungan Wisatawan	78
Tabel 4.8 Teman Berwisata Wisatawan	80
Tabel 4.9 Faktor Berwisata Milenial di Glamping Bukit Lintang Sewu	84
Tabel 4.10 Tanggapan Biaya Menginap di Glamping Bukit Lintang Sewu	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kamar Kelas VIP hasil kerjasama dengan TARA Hotel di <i>Glamorous Camping</i> Bukit Lintang Sewu	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritik	29
Gambar 3.1 Triangulasi Teknik	42
Gambar 3.2 Triangulasi Sumber	43
Gambar 3.3 Model Analisis Interaktif Miles dan Huberman	45
Gambar 3.4 Alur Penelitian	46
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bukit Lintang Sewu	50
Gambar 4.2 Peta Kawasan Wisata Dlingo, Bantul	53
Gambar 4.3 Tampak depan dari Tenda Glamping Tipe VIP dari Hotel Grand Tjokro	54
Gambar 4.4 Fasilitas tempat duduk pada bagian depan Tenda Glamping Tipe VIP dari Hotel Grand Tjokro	54
Gambar 4.5 Kondisi bagian dalam Tenda Glamping Tipe VIP dari Hotel Grand Tjokro	55
Gambar 4.6 Kondisi bagian belakang Tenda Glamping Tipe VIP dari Hotel Grand Tjokro	56
Gambar 4.7 Tenda Glamping Tipe B atau tenda kelas dua	56

Gambar 4.8 Kondisi bagian dalam pada Tenda Glamping Tipe B	57
Gambar 4.9 Toilet pada Glamping Bukit Lintang Sewu	58
Gambar 4.10 Tampak dalam Mushala pada area Glamping Bukit Lintang Sewu	58
Gambar 4.11 <i>Food Court</i> pada area Glamping Bukit Lintang Sewu	59
Gambar 4.12 Aula Pertemuan pada area Glamping Bukit Lintang Sewu	60
Gambar 4.13 Tempat Parkir Mobil di Bukit Lintang Sewu	60
Gambar 4.14 Tempat Parkir Sepeda Motor di Bukti Lintang Sewu	61
Gambar 4.15 Spot Foto di Bukit Lintang Sewu	62
Gambar 4.16 Proses wawancara penelitian dengan pengelola Glamping Bukit Lintang Sewu	94
Gambar 4.17 Penyelenggaraan atraksi budaya Gejog Lesung di Glamping Bukit Lintang Sewu	95
Gambar 4.18 Jalur pejalan kaki yang terdapat di area Glamping Bukit Lintang Sewu	97
Gambar 4.19 Jalur pejalan kaki yang terdapat di area Glamping Bukit Lintang Sewu	97
Gambar 4.20 Spot Foto “Gapura Pengangen-angen”	99
Gambar 4.21 Spot Foto “Bintang”	99
Gambar 4.22 Spot Foto “Gapura Ranting”	100

Gambar 4.23 Spot Foto “Bamboo Tower”	100
Gambar 4.24 Spot Foto “Rumah Kebalik”	101
Gambar 4.25 Spot Foto “Taman Honggowongso”	102
Gambar 4.26 Spot Foto “Rumah Putih”	102
Gambar 4.27 Spot Foto “Gapura Gunungan”	103
Gambar 4.28 Suasana asri disekitar Tenda Glamping Tipe VIP	104
Gambar 4.29 Pemandangan dari Hutan Pinus pada sekitar Tenda Glamping Tipe VIP	105
Gambar 4.30 Hutan Kayu Putih di Bukit Lintang Sewu	106
Gambar 4.31 Jalur pejalan kaki yang dikelilingi pepohonan di Glamping Bukit Lintang Sewu	107
Gambar 4.32 Aktifitas masyarakat sekitar Glamping BLS yang bekerja sebagai pengrajin bambu	108
Gambar 4.33 Postingan Instagram dari wisatawan yang berwisata ke Glamping BLS bersama keluarga	110
Gambar 4.34 Postingan Instagram dari wisatawan yang berwisata ke Glamping BLS bersama keluarga	111
Gambar 4.35 Postingan Instagram dari wisatawan yang berwisata ke Glamping BLS bersama keluarga	111

Gambar 4.36 Postingan Instagram dari wisatawan yang berwisata ke Glamping	
BLS	113
Gambar 4.37 Postingan Instagram dari wisatawan yang berwisata ke Glamping	
BLS	114
Gambar 4.38 Postingan Instagram dari wisatawan yang berwisata ke Glamping	
BLS	114
Gambar 4.39 Postingan Konten <i>Give Away</i> dari Glamping Bukit	
Lintang Sewu	118

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Surat Keterangan Penelitian

LAMPIRAN 2 Pedoman dan Hasil Wawancara

LAMPIRAN 3 Pedoman dan Hasil Daftar Pertanyaan

LAMPIRAN 4 Dokumentasi Pengambilan Data

LAMPIRAN 5 Lembar Bimbingan Skripsi

ABSTRAK

Era industri pariwisata di Indonesia telah memasuki era pariwisata 4.0, era pariwisata 4.0 ditunjukkan bagi generasi milenial, karena era tersebut sesuai dengan karakter generasi milenial yang dekat dengan teknologi. Terdapat beberapa destinasi wisata yang sesuai minat generasi milenial, salah satunya wisata *Glamorous Camping* (Glamping). Salah satu destinasi Glamping di Indonesia yaitu Glamping Bukit Lintang Sewu, Bantul, D.I.Yogyakarta. Glamping Bukit Lintang Sewu menawarkan fasilitas kamar yang nyaman dengan perpaduan desain interior bangunan modern dengan unsur tradisional, serta terdapat fasilitas spot foto berlatar belakang pemandangan alam dan pemandangan Kota Yogyakarta dari ketinggian.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pangsa pasar di destinasi Glamping Bukit Lintang Sewu, Bantul, mengetahui konsep Glamping sebagai wisata alternatif generasi milenial di Glamping Bukit Lintang Sewu, Bantul berdasarkan teori Santoso dan Kartika (2018) mengenai faktor berwisata generasi muda (generasi milenial) dan untuk mengetahui upaya yang dapat mendorong generasi milenial berwisata ke destinasi wisata Glamping di *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu, Bantul berdasarkan teori Hakim (2019) mengenai media promosi yang ramah wisatawan milenial. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Data dalam penelitian ini berasal dari hasil wawancara, daftar pertanyaan, observasi, dan dokumentasi yang diperoleh dari berbagai sumber.

Berdasarkan hasil dari daftar pertanyaan, didapatkan hasil bahwa wisatawan yang menginap di Glamping Bukit Lintang Sewu mayoritas merupakan kelompok generasi milenial. Pada hasil wawancara dan daftar pertanyaan pada penelitian ini juga menemukan bahwa konsep Glamping Bukit Lintang Sewu sesuai dengan faktor berwisata generasi muda (generasi milenial), serta upaya yang dapat mendorong generasi milenial yang dilakukan saat ini pada Glamping ini adalah strategi pemasaran melalui media sosial Instagram.

Oleh karena itu, perlu dilakukan pengembangan upaya-upaya lain untuk mendorong generasi milenial berwisata ke Glamping Bukit Lintang Sewu, seperti membuat konten *review* area Glamping di media sosial Instagram, Facebook, dan media sosial lainnya, juga dapat mengundang *influencer* untuk mempromosikan akomodasi wisata Glamping Bukit Lintang Sewu.

Kata Kunci: *Glamorous Camping*, Glamping, Wisata Alternatif, Generasi Milenial.

ABSTRACT

The era of tourism industry in Indonesia has entered the era of tourism 4.0. It is showed for the millennial generation because it is suitable with the character of millennial generation that is close to technology. There are some tourism destinations in accordance with the interest of millennial generation such as Glamorous Camping (Glamping). One of destination of Glampings in Indonesia is Glamping of Lintang Sewu Hill, Bantul, D.I Yogyakarta. The Glamping of Lintang Sewu Hill offers comfortable room facilities with collaboration of modern building interior design with traditional elements, and there is photo spot with nature view background and the city view of Yogyakarta City from the height.

The purpose of this research is to find out market share at Glamping of Lintang Sewu Hill destination, Bantul, to know the concept of Glamping as alternative tourism of millennial generation in Glamping Lintang Sewu Hill, Bantul based on the theory by Santoso and Kartika (2018) about the factor of travelling for young generation (millennial generation) and to know what effort that can encourage the millennial generation comes to Glamping tourism destination in Glamorous Camping of Lintang Sewu Hill, Bantul based on the theory by Hakim (2019) concerning the friendly promotion media for millennial tourists. The type of the research used was qualitative research. Data in this research came from the interview, question list, observation, and documentation obtained from various resources.

Based on the question list results obtained the result that the tourists staying at Glamping of Lintang Sewu Hill in the majority are the group of millennial generation. In the interview result and question list of this research also found out that the glamping concept of Lintang Sewu Hill is in line with the tourism factors of young generation (millennial generation), and the effort which can encourage millennial generation to do tourism visit nowadays is the marketing strategy through social media such as Instagram.

Therefore, it is necessary to conduct the development of other efforts for encouraging millennial generation to travel to Glamping of Lintang Sewu Hill such as by making the content of review are of Glamping in social media such as Instagram, Facebook, and other social media, and also can invite influencer for promoting tourism accomodation of Glamping Lintang Sewu Hill.

Keywords: Glamorous Camping, Glamping, Alternative Tourism, Millennial Generation

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata di Indonesia saat ini telah memasuki era pariwisata 4.0, era ini berasal dari adaptasi perkembangan industri revolusi ke-empat, perkembangan pariwisata 4.0 ditandai dengan kemudahan akses atas informasi pariwisata melalui *platform digital* seperti, wisatawan dapat mengakses informasi mengenai objek wisata melalui internet, membeli tiket pesawat dan hotel secara *online* melalui aplikasi, dan berbagai kemudahan lainnya. Pengembangan pariwisata 4.0 di Indonesia didukung oleh Menparekraf Wishnutama Kusubandio yang menyatakan “*Suka atau tidak suka, sudah terjadi perubahan perilaku pasar yang diikuti pula dengan berubahnya perilaku konsumen. Konsumen kini semakin mobile, personal dan interaktif, dan ini menjadi sifat digital yakni semakin digital, semakin personal. Saat ini industri dunia telah bergeser ke arah industri digital era 4.0*” (Koran Jakarta.com, 2019).

Pariwisata 4.0 ditunjukkan bagi generasi milenial, karena generasi milenial hidup di era *internet of things* (IoT). Era dimana pemanfaatan teknologi atas informasi seperti produk, layanan, dan tempat yang dapat diakses melalui beragam bentuk (lintas) *platform* (Schwab, 2016:22). Era IoT, secara langsung berdampak pada munculnya transformasi digital yang menjadi penyebab lahirnya tren Pariwisata 4.0 (Hakim, 2019:3), sehingga

diharapkan generasi milenial dapat mendorong pengembangan pariwisata 4.0.

Definisi generasi milenial menurut Howe dan Strauss (2007:45) menyebutkan bahwa generasi milenial atau generasi Y adalah mereka yang lahir antara tahun 1980 sampai dengan 2005. Sedangkan generasi milenial menurut United States Census Bureau (2015) adalah mereka yang lahir antara tahun 1982 sampai dengan 2000. Dengan kata lain, generasi milenial ini adalah anak-anak muda yang saat ini berusia antara 20-40 tahun.

Kegiatan *travelling* bagi generasi milenial sudah menjadi sebuah kebutuhan untuk mendapatkan *experience* dalam memperoleh kebahagiaan, pembelajaran, maupun sekedar untuk eksistensi. Terdapat beberapa jenis tren wisata dikalangan wisatawan milenial, salah satunya yaitu wisata Glamping yang merupakan singkatan dari *Glamorous Camping* yang berarti berkemah tapi tetap glamor. Glamping merupakan jenis dari *Nomadic Tourism* (Wisata Nomaden). Glamping menawarkan konsep berkemah dan menikmati alam dengan dilengkapi fasilitas nyaman dan mewah selevel akomodasi hotel. Walaupun menginap didalam tenda, wisatawan dapat menikmati kemudahan yang biasa didapat saat menginap di hotel bintang tiga sampai empat seperti terdapat kasur, kamar mandi, dan lain-lain.

Definisi Glamping menurut Brooker dan Joppe (2013:4) yaitu, perpaduan leksikal dari “glamor” dan “berkemah” yang telah berevolusi

dari kegiatan Safari Afrika, dimana menuntut wisatawan yang berasal dari Eropa dan Amerika untuk tidur di tenda kanvas mewah, dan didukung oleh koki, pemandu, porter dan pelayan. Sehingga dari fasilitas yang diberikan memberikan kenyamanan saat berkemah. Sedangkan dalam definisi lain Glamping adalah tren baru dalam pariwisata *outdoor* yang menggabungkan kemewahan dan alam, kenyamanan dan rasa peduli terhadap lingkungan serta memberikan eksklusivitas dan keunikan dalam menawarkan akomodasi yang “*outside the box*” (Andrey, et al, 2014:5).

Indonesia memiliki beberapa destinasi wisata Glamping, salah satunya yaitu, *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu. *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu terletak di Desa Muntuk, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul. *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu merupakan akomodasi wisata yang ada di destinasi wisata Bukit Lintang Sewu. Destinasi wisata Bukit Lintang Sewu diresmikan pada tanggal 3 Februari 2017, sedangkan untuk *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu baru dibuka pada tanggal 31 Desember 2019. *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu merupakan wisata Glamping yang bertaraf Internasional, dan merupakan hasil dari sinergi Dinas Pariwisata Yogyakarta, Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), Koperasi Noto Wono, masyarakat setempat, dan juga bekerjasama dengan beberapa hotel dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk menyumbangkan perlengkapan dan peralatan pada setiap

GlamCamp, hotel tersebut antara lain yaitu Tara Hotel, The 101 Hotel, Hotel Dafam Rohan, Ross Inn Hotel, dan Hotel Grand Tjokro.



Gambar 1.1 Kamar Kelas VIP hasil kerjasama dengan TARA Hotel di *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu, Bantul (Dokumen Pribadi, 2020)

Destinasi Glamping ini menawarkan konsep perkemahan unik, dan mewah ala hotel yang memiliki dua bentuk, yaitu *Glamour Camp 1* (fasilitas kamar Tipe VIP) dan *Glamour Camp 2* (fasilitas kamar Tipe B). Pada Glamping ini juga tersedia *Camp Ground* (penyediaan tempat *camping* dan sewa tenda), dan juga tersedia fasilitas pendukung seperti toilet permanen berstandar Internasional, mushola dengan bentuk interior unik, *food court* yang luas dengan bentuk bangunan terbuka, aula pertemuan, serta panggung terbuka berbentuk prosenium. Disini juga terdapat fasilitas yang *instagrammable* seperti *photo spot* dengan beragam tema menarik yang berlatar belakang pemandangan alam dan keindahan Kota Yogyakarta dari ketinggian.

Glamorous Camping Bukit Lintang Sewu memadukan antara *camping* dengan interior modern dan suasana yang alami. Destinasi wisata ini juga menjadi tempat pertemuan untuk komunitas seperti pertemuan *guide* berbahasa Prancis dari Himpunan Pramuwisata Indonesia pada bulan Februari tahun 2020. *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu mampu memberikan wisatawan pengalaman menarik, dan berbeda dari akomodasi kekinian yang ditawarkan, serta memberikan kesan tersendiri bagi para wisatawan yang menginap.

Konsep destinasi Glamping dari *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu sesuai dengan faktor keinginan berwisata yang diminati wisatawan muda (milenial) yang berdasarkan hasil penelitian oleh Santoso dan Kartika (2018:52-57) yaitu karena faktor budaya, relaksasi, *having fun*, alam, *adventure*, berpergian dengan keluarga, dan untuk meningkatkan status sosial. Karena kesesuaian konsep akomodasi wisata *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu dengan faktor berwisata generasi muda (milenial) tersebut, inilah yang dapat menjadikan *Glamorous Camping* digemari oleh wisatawan milenial.

Berdasarkan hal dan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Konsep *Glamorous Camping* (Glamping) Sebagai Wisata Alternatif Generasi Milenial Di Indonesia (Studi Kasus Di *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu, Bantul)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka dapat diidentifikasi fokus masalah sebagai berikut:

1. Siapa sajakah pangsa pasar dari destinasi Glamping di *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu, Bantul?
2. Bagaimana konsep *Glamorous Camping* (Glamping) sebagai wisata alternatif generasi milenial di *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu, Bantul?
3. Bagaimana upaya yang dapat mendorong generasi milenial berwisata ke destinasi Glamping di *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu, Bantul?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui siapa saja pangsa pasar dari destinasi Glamping di *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu, Bantul.
2. Untuk mengetahui konsep *Glamorous Camping* (Glamping) sebagai wisata alternatif generasi milenial di *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu, Bantul.
3. Untuk mengetahui upaya yang dapat mendorong generasi milenial berwisata ke destinasi glamping di *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu, Bantul.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi STP AMPTA Yogyakarta

Untuk bahan referensi mahasiswa khususnya prodi pariwisata agar dapat digunakan sebagai acuan penelitian dibidang sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut, mempunyai pandangan yang lebih luas tentang bagaimana analisis pengembangan dalam mengelola objek wisata yang telah lama ada dan memberikan dampak positif untuk kepariwisataan Indonesia. Sebagai calon penerus insan pariwisata Indonesia untuk memajukan pariwisata Indonesia melalui kesiapan sehingga suatu hari nanti pariwisata Indonesia bisa bersaing dimata dunia.

2. Bagi Pengelola *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu, Bantul

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide atau kontribusi kepada pengelola *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu mengenai pangsa pasar di *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu, serta konsep *Glamorous Camping* sebagai wisata alternatif generasi milenial, dan upaya yang dapat mendorong generasi milenial bewisata ke destinasi *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu.

3. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini untuk menambah wawasan penulis khususnya mengenai pangsa pasar dari destinasi *Glamorous Camping*

di *Glamorous Camping* Bukit Lintang Sewu, konsep *Glamorous Camping* sebagai wisata alternatif generasi milenial, dan upaya yang dapat mendorong generasi milenial berwisata ke destinasi Glamping.