

ABSTRAK

Industri pariwisata merupakan sektor yang mengalami pertumbuhan digital yang sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir. Dalam dunia pariwisata salah satu implementasi ekosistem digital melalui *digital tourism*. Namun kenyataannya, dalam implementasinya masih ditemukan hambatan dalam pengembangan *digital tourism* khususnya di obyek wisata Telaga Menjer. Penerapan *digital tourism* dalam mengenalkan sebuah objek wisata sangat bergantung pada target konsumen yang dibidik. Oleh karena itu sebelum merumuskan strategi dalam mengembangkn *digital tourism* perlu mengetahui bagaimana proses wisatawan memilih objek wisata sebagai destinasi untuk kemudian menciptakan permintaan. Dalam mengembangkan pariwisata sendiri pemerintah Indonesia telah mencanangkan sebuah strategi pengembangan pariwisata melalui penerapan model pentahelix. Model Pentahelix sendiri berusaha mendorong sektor pariwisata dan sistem kepariwisataan untuk dapat meningkatkan peran kolaborasi antara berbagai pihak dalam hal ini *business* sebagai *enabler*, *government* sebagai *regulator and controller*, *community* sebagai *accelerator*, *academic* sebagai *conceptor*, dan *media* sebagai *expenders*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi profil wisatawan, menganalisis pengalaman *digital tourism*, kesiapan teknologi wisatawan, dan faktor pendorong dan penghambat pengembangan *digital tourism* di Kawasan Wisata Telaga Menjer, serta menyusun strategi pengembangan *digital tourism* sebagai media promosi objek Wisata Telaga Menjer. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis statistik deskriptif untuk data kuantitatif dan analisis tematik untuk data kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan telah siap menggunakan teknologi dalam kegiatan wisata, namun skor pengalaman digital wisatawan selama berwisata memiliki skor terendah dibanding pengalaman sebelum dan sesudah wisata. Hal ini terkonfirmasi pada saat wawancara mendalam dimana pihak pengelola belum siap dengan penggunaan teknologi. Oleh karena itu hasil dari penelitian ini merekomendasikan strategi dengan model strategi kolaborasi pentahelix, dimana masing-masing stakeholder memiliki inisiasi strategi yang saling terkait dengan stakeholder lainnya. Keterkaitan ini merupakan jalinan kolaborasi antar stakeholder untuk mengembangkan *digital tourism* sebagai media promosi di objek wisata Telaga Menjer. Penelitian kedepannya dapat menggali lebih lanjut terkait pendekatan yang tepat dalam mengembangkan konten promosi yang disesuaikan dengan ekonomi perilaku.

Katakunci: Pariwisata; Pariwisata Digital; Kesiapan Teknologi; Model Pentahelix