

EKSISTENSI DAERAH TUJUAN PARIWISATA CANGGU DALAM PERSPEKTIF WISATAWAN DOMESTIK MILENIAL

Ridho Askhalani¹, Ida Bagus Gde Pujaastawa², Ida Ayu Alit Laksmiwati³

Antropologi, Universitas Udayana

Email : ridhoaskhalani73@gmail.com

ABSTRAK

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam pertumbuhan perekonomian negara. Bali, sebagai destinasi wisatayang populer baik di kalangan wisatawan domestik maupun mancanegara mengalami perkembangan yang cukup pesat dan berdampak terhadap masyarakat setempat. Desa Cangu merupakan salah satu destinasi wisata yang mengalami tren positif terutama di kalangan wisatawan milenial. Fenomena ini menimbulkan sejumlah implikasi yang menarik untuk dikaji. Berpijak dari fenomena tersebut, penelitian ini difokuskan pada karakteristik wisatawan domestik milenial yang berkunjung ke Cangu dan menganalisis eksistensi Cangu sebagai destinasi wisata dalam perspektif wisatawan domestik milenial. Permasalahan tersebut dijelaskan dengan menjawab pertanyaan penelitian yang dapat diformulasikan sebagai berikut: (a) bagaimana karakteristik wisatawan domestik milenial yang melakukan kunjungan wisata ke daerah tujuan wisata Cangu dan (b) bagaimana eksistensi daerah tujuan wisata Cangu dalam perspektif wisatawan domestik milenial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang ditunjang dengan data kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, teknik wawancara, dan studi kepustakaan. Permasalahan dalam penelitian dianalisis dengan menggunakan Teori Fenomenologi dan Teori Citra Destinasi. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa sebagian besar wisatawan domestik milenial yang berkunjung ke destinasi wisata Cangu berusia 24 - 29 tahun dengan status pekerjaan yang beragam seperti *freelancer*, *digital nomad*, wirausaha dan karyawan swasta. Aktivitas yang dilakukan wisatawan domestik milenial cukup beragam seperti menikmati sunset, *cafe hopping*, serta merasakan kuliner lokal maupun *western* yang ada di Cangu. Keberadaan daerah tujuan wisata Cangu dalam perspektif wisatawan domestik milenial tetap eksis sesuai dengan gaya hidup generasi milenial yang mencari keseimbangan antara relaksasi, hiburan, dan pengalaman otentik.

Kata Kunci : Karakteristik, Wisatawan Domestik Milenial, Eksistensi, Destinasi, Desa Cangu.

ABSTRACT

The tourism sector is one of the key sectors that plays an important in the growth of a country's economy. Bali, as a popular destination among both domestic and international tourists, has experienced rapid development in its tourism sector, which has

Article History

Received: Oktober 2025

Reviewed: Oktober 2025

Published: Oktober 2025

Plagiarism Checker No 234

DOI : Prefix DOI :

10.8734/

panorama.v1i1.1395

Copyright : Author

Publish by : Panorama



This work is licensed

under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

significantly impacted the local community. Canggu village is one of the destinations that has shown a positive trend, particularly among millennial tourists. This phenomenon raises several implications that are interesting to study. Based on this phenomenon, this research focuses on the characteristics of millennial domestic tourists visiting Canggu and analyzes the existence of Canggu as a tourism destination from their perspective. The research problems can be formulated as follows: (a) how are characteristics of millennial domestic tourists visiting Canggu, and (b) How is the existence of Canggu as a tourism destination perceived by millennial domestic tourists. This study applies a qualitative research method supported by quantitative data. Data collection techniques used include observation, interviews, and literature study. The research problems are analyzed using Phenomenology Theory and Destination Image Theory. The findings indicate that most millennial domestic tourists visiting Canggu are aged between 24-29 years, with diverse occupational backgrounds such as freelancers, digital nomads, entrepreneurs, and private employees. Their activities vary, including enjoying sunsets, cafe hopping, and experiencing both local and western culinary options available in Canggu. The existence of Canggu as a tourism destination, in the perspective of millennial domestic tourists, remains relevant and aligns with the millennial lifestyle that seeks a balance between relaxation, entertainment, and authentic experiences.

Keywords : *Characteristic, Millennial Domestic Tourists, Existence, Destinations, Canggu Village.*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam mendukung perekonomian Indonesia. Bali, sebagai destinasi utama terus mengalami perkembangan yang pesat, termasuk di wilayah Canggu. Fenomena meningkatnya kunjungan wisatawan domestik milenial ke Canggu menarik untuk dikaji, mengingat generasi ini memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi milenial tidak hanya memaknai pariwisata sebagai relaksasi, tetapi juga sebagai sarana ekspresi diri, gaya hidup, serta pencarian pengalaman autentik yang dapat dibagikan melalui media sosial.

Generasi milenial memiliki kontribusi besar dalam perkembangan pariwisata karena karakter mereka yang erat dengan teknologi digital. Reeves & Oh (Spector, 2008) menyatakan bahwa generasi milenial lahir antara tahun 1981-2000 dan cenderung mengutamakan pengalaman autentik yang dapat dibagikan di media sosial. Penelitian ini difokuskan pada dua rumusan masalah, yaitu: (1) bagaimana karakteristik wisatawan domestik milenial yang berkunjung ke Canggu, dan (2) bagaimana eksistensi Canggu dipersepsikan oleh wisatawan domestik milenial.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian ini berupa literatur-literatur yang berkaitan dengan pertumbuhan pariwisata, wisatawan mancanegara maupun domestik, dan daya tarik wisata serta pola musiman kunjungan wisatawan. Terdapat empat pustaka yang dijadikan referensi dalam tinjauan pustaka yang terdiri dari tiga jurnal penelitian dan sebuah buku.

Tinjauan pertama mengenai suatu pemahama daya tarik wisata untuk memengaruhi wisatawan untuk berkunjung diambil dari jurnal kepariwisataan dalam artikel yang ditulis oleh Ni Komang Krisnayani, dkk. (2001) yang berjudul “Pengaruh Media Sosial dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjuhng Wisatawan Domestik di Pantai Melasti, Bali”. Penelitian tersebut memberi kontribusi terhadap penelitian ini terutama dalam pembahasan tentang keberadaan daya tarik wisata yang mengacu pada teori komponen daya tarik wisata yang dikenal dengan istilah 4A, yakni *attration* (daya tarik wisata), *amenity* (fasilitasi), *acesibility* (akses yang memadai), dan *anciliary* (kepengelolaan).

Tinjauan selanjutnya mengenai persepsi wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah pariwisata. Peneliti menggunakan artikel dalam jurnal kepariwisataan yang ditulis oleh Putu Haris Chandra Hartana, dkk. (2022) dengan judul “Persepsi Wisatawan Domestik Milenial terhadap Kualitas Desa Cangggu sebagai Destinasi Pariwisata di Bali”. Penelitian tersebut membantu dalam memperjelas asumsi peneliti yang menjadikan desa Cangggu sebagai lokasi penelitian dikarenakan populer.

Tinjauan selanjutnya mengenai pertumbuhan pariwisata dan wisatawan mancanegara yang melakukan perjalanan wisata. Peneliti menggunakan literatur dari Jurnal Kepariwisata Indonesia dalam artikel yang berjudul “Pola Musiman Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali (*Seasonal Pattern of Foreign Tourist Arrivals to Bali*)” yang ditulis oleh Addin Maulana dan C.F.P. Pradjwalita Koesfatdani (2020). Peneliti mengambil manfaat dari penelitian tersebut terkait pendekatan deskriptif yang dimaksudkan untuk mengklarifikasi suatu fenomena dengan mendeskripsikan variabel yang terkait dengan permasalahan penelitian.

Tinjauan selanjutnya mengenai wisatawan domestik atau dapat disebut dengan wisatawan nusantara (wisnus) dalam melakukan perjalanan wisata ke Bali. Peneliti menggunakan buku “Analisa Pasar dan Indeks Kepuasan Wisatawan Nusantara” yang ditulis oleh A.A.P. Agung Suryawan Wiranatha, dkk. Manfaat dari membaca referensi ini adalah mendapatkan wawasan pengetahuan mengenai cara mengidentifikasi karakteristik wisatawan domestik atau nusantara yang berkunjung ke Bali.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang diperkuat dengan data kuantitatif. Data diperoleh melalui observasi, studi dokumen, wawancara mendalam kepada tujuh informan, dan kuesiainer terhadap dua puluh responden. Analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif, sesuai dengan pandangan Sugiyono (2011) bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena secara holistik. Teori fenomenologi Husserl (Bertens, 1987) yang menekankan pada makna pengalaman hidup digunakan untuk menjelaskan persepsi wisatawan. Penentuan karakteristik dan penilaian rasional wisatawan domestik milenial terhadap suatu destinasi disoroti dengan teori citra destinasi (Coban, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Karakteristik Wisatawan Domestik Milenial

Responden berusia 24-29 tahun yang mayoritasnya berusia 25 tahun, dan berasal dari berbagai daerah seperti DKI Jakarta, Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Aceh, dan lain-lain. Mayoritas responden berasal dari Jakarta, dengan profesi beragam diantaranya yaitu karyawan swasta, *freelancer*, *digital nomad*, dan wirausaha. Dalam segi perilaku berwisata, durasi wisatawan domestik milenial ketika berkunjung ke destinasi wisata Cangggu rata-rata singkat yaitu selama 2-3 hari dan menengah selama 4-5 hari. Mayoritas wisatawan domestik milenial berkunjung ke pantai sebagai aktivitas mereka dalam berkunjung ke Cangggu, adapun aktivitas lain yang dilakukan adalah mengunjungi *beach club*, *caffee hopping*, *surfing*, dan wisata kuliner. Selain itu, villa menjadi salah satu jenis akomodasi yang paling sering dipilih oleh wisatawan domestik milenial karena fasilitas

dan kenyamanan yang ditawarkan memiliki nilai yang sepadan dengan harga yang dibayar (*value for money*). Sementara itu, alokasi pengeluaran wisatawan domestik milenial selama melakukan kunjungan wisata di Canggu bervariasi, namun sebagian besar berada pada rentang Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000, besar atau kecilnya pengeluaran tergantung pada lama kunjungan serta pilihan akomodasi dan aktivitas yang dilakukan.

b. Eksistensi Canggu dalam Perspektif Wisatawan Domestik Milenial

Destinasi wisata Canggu dipersepsikan sebagai destinasi yang memiliki daya tarik yang menarik bagi wisatawan domestik milenial dengan perpaduan daya tarik wisata alam, budaya, fasilitas, dan gaya hidup yang modern. Dalam aspek daya tarik wisata alam, wisatawan domestik milenial menilai keindahan pemandangan pantai, panorama sunset, dan persawahan sebagai salah unsur utama yang memberikan pengalaman relaksasi dan menyenangkan secara visual. Dalam segi budaya, wisatawan domestik milenial mengapresiasi tradisi lokal, keramahan masyarakat lokal, serta nilai spiritual yang tetap dijaga meskipun berada dalam kondisi perkembangan pariwisata modern. Ketersediaan fasilitas dan akomodasi di desa Canggu dianggap memadai oleh wisatawan domestik milenial, meskipun terdapat beberapa kritik terhadap kebersihan fasilitas umum yang berada di area pantai dan infrastruktur jalan yang kurang maksimal. Wisatawan domestik milenial menganggap aksesibilitas menuju ke destinasi wisata Canggu kurang memuaskan karena lalu lintas yang padat dan keterbatasan transportasi umum. Sementara itu, media sosial berperan dalam menentukan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan domestik milenial selama berwisata di Canggu. Lalu, preferensi wisatawan domestik milenial terhadap pengalaman kuliner cukup variatif, mulai dari makanan lokal maupun *western food* yang menunjukkan keterbukaan wisatawan domestik milenial terhadap keberagaman kuliner yang berada di destinasi wisata Canggu. Hal-hal tersebut menegaskan Canggu sebagai destinasi yang relevan dengan gaya hidup generasi milenial yang mencari keseimbangan antara hiburan, relaksasi, dan pengalaman otentik.

SIMPULAN

Wisatawan domestik milenial menilai bahwa destinasi wisata Canggu merupakan destinasi wisata menarik dan eksis untuk dikunjungi. Keberadaannya ditunjang oleh daya tarik wisata alam, tradisi dan kearifan lokal, fasilitas wisata, dan pengaruh dari media sosial yang membentuk citra destinasi. Eksistensi Canggu tidak hanya ditentukan oleh alam dan budaya lokal, tetapi juga oleh keberadaan fasilitas-fasilitas umum yang menjadi penunjang pariwisata. Wisatawan domestik milenial memiliki pandangan yang baik terhadap kualitas Desa Canggu sebagai destinasi wisata yang mencakup atraksi, fasilitas, *image*, dan harga, meskipun terdapat hal yang perlu ditingkatkan pada aspek aksesibilitas menuju Desa Canggu. Wisatawan domestik milenial menilai Desa Canggu dapat menghadirkan keseimbangan antara pariwisata modern dengan nilai budaya lokal. Hal ini sejalan dengan teori citra destinasi Coban (2012) yang menekankan bahwa citra destinasi memengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan. Destinasi wisata Canggu dianggap relevan dengan gaya hidup wisatawan domestik milenial yang mencari relaksasi, hiburan, dan pengalaman autentik.

DAFTAR REFERENSI

- Bertens, Kees. 1987. *Fenomenologi*. Jakarta: Gramedia
- Coban, Suzan. 2012. The effects of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty: The case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*, 29(2), 222-232.
- Krisnayani, Ni Komang, Hanugerah Kristiono Liestiandre, dan I Gusti Putu Ade Pranjaya. 2021. Pengaruh Media Sosial dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik di Pantai Melasti, Bali. *Jurnal Kepariwisata Politeknik Pariwisata Bali*, 20(2), 134-143.

- Maulana, Addin dan Chamma Fitri Putri Pradjwalita Koesfardani. 2020. Pola Musiman Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali (Seasonal Pattern of Foreign Tourist Arrivals to Bali). *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 14(2), 73-90.
- Spector, J. Michael, M. David Merrill, Jeroen van Merriënboer dan Marcy P. Driscoll. (Eds). 2008. *Handbook of Research on Educational Communications and Technology*. New York: Routledge.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wiranatha, A.A.P. Agung Suryawan, Ida Bagus Gde Pujaastawa, I Gusti Ayu Oka, dan I Putu Sudana. 2019. *Analisa Pasar dan Indeks Kepuasan Wisatawan Nusantara*. Bali: Dinas Pariwisata Provinsi Bali.