

# Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Industri Perjalanan Wisata dan Dampaknya Kepada *Solo Traveler* Perempuan di Indonesia

Siti Adelita Raif Khadijah  
LSPR Institute of Communication & Business, Jakarta, Indonesia

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam industri perjalanan wisata di Indonesia dan dampaknya terhadap *solo traveler* perempuan. Dengan meningkatnya akses internet dan penggunaan aplikasi *mobile*, *solo traveler* perempuan di Indonesia kini dapat merencanakan dan menjalani perjalanan dengan lebih mudah dan efisien. Hal tersebut juga mendasar pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) nomor lima yaitu kesetaraan *gender*, dimana dalam ranah kepariwisataan, wisatawan laki-laki dan perempuan berhak mendapatkan pelayanan yang sama saat melakukan perjalanan wisata. Metodologi yang digunakan pada penelitian ini adalah kajian literatur, menganalisis fenomena, tren, dan isu terkait TIK dalam konteks perjalanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TIK memberikan manfaat signifikan, seperti akses cepat terhadap informasi destinasi, kemudahan pemesanan, dan interaksi melalui media sosial. Namun, tantangan juga muncul, terutama terkait dengan keamanan dan keandalan informasi, yang menjadi perhatian utama bagi perempuan yang bepergian sendirian. Penelitian ini menemukan bahwa meskipun TIK meningkatkan pengalaman perjalanan, *solo traveler* perempuan harus tetap waspada terhadap potensi risiko. Rekomendasi untuk penyedia atau bisnis layanan pariwisata adalah mengembangkan solusi yang lebih aman dan ramah terhadap kebutuhan *solo traveler* perempuan. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pengembangan industri pariwisata di Indonesia yang lebih inklusif dan responsif terhadap kebutuhan perempuan.

**Kata kunci:** Teknologi Informasi dan Komunikasi; Industri Perjalanan Wisata; Tujuan Pembangunan Berkelanjutan; *Solo Traveler* Perempuan

## ABSTRACT

*This study examines the development of information and communication technology (IT) in Indonesia's tourism industry and its impact on solo female travelers. With increasing internet access and the use of mobile applications, solo female travelers in Indonesia can now plan and undertake their journeys more easily and efficiently. The idea refers to Sustainable Development Goals (SDGs) number five, namely gender equality, where in the travel and tourism industry, male and female travelers have the right to experience the same services when traveling. The methodology employed is a literature review, analyzing phenomena, trends, and issues related to IT in the context of travel. The findings indicate that IT provides significant benefits, such as quick access to destination information, ease of booking, and interaction through social media. However, challenges also arise, particularly concerning safety and the reliability of information, which are major concerns for women traveling alone. This research reveals that while IT enhances travel experiences, solo female travelers must remain vigilant against potential risks. Recommendations for tourism service providers include developing solutions that are safer and more accommodating to the needs of solo female travelers. The findings aim to offer valuable insights for fostering a more inclusive and responsive tourism industry in Indonesia, catering specifically to the requirements of female travelers.*

**Keywords:** Information and Communication Technology; Travel and tourism Industry; Sustainable Development Goals; Women Solo Traveler

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi komunikasi (TIK) telah merevolusi berbagai sektor, salah satunya adalah industri perjalanan wisata. Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan dalam teknologi digital seperti aplikasi pemesanan *online*, media sosial, dan platform berbagi ulasan telah mengubah cara orang merencanakan dan menjalani perjalanan. Fenomena ini sangat relevan bagi *solo traveler* perempuan, yang semakin banyak memilih untuk menjelajahi dunia sendirian. Menurut laporan dari UNWTO (2020), peningkatan jumlah *solo traveler* perempuan mencerminkan pergeseran dalam norma sosial dan budaya, di mana perempuan kini lebih berani dan mandiri dalam mengambil keputusan perjalanan. Hal tersebut juga termasuk dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan nomor 4 yaitu kesetaraan *gender* di mana dalam industri perjalanan wisata, baik wisatawan laki-laki dan perempuan berhak untuk mendapatkan akses, pelayanan dan keamanan yang sama saat melakukan perjalanan wisata (Khadijah, 2022).

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak perkembangan TIK di industri perjalanan wisata terhadap pengalaman *solo traveler* perempuan. TIK memberikan banyak kemudahan, seperti akses informasi yang lebih cepat dan komprehensif, kemampuan untuk membandingkan harga, serta kemudahan dalam berkomunikasi dengan sesama *traveler*. Namun, meskipun ada banyak keuntungan, tantangan juga muncul, termasuk masalah keamanan dan kualitas informasi yang diterima. Hal ini menjadi penting untuk dianalisis, terutama ketika perempuan sering kali menghadapi risiko lebih tinggi dalam perjalanan solo.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian literatur dan netnografi, dengan fokus pada fenomena dan tren terkait perkembangan TIK dalam pariwisata dan dampaknya terhadap *solo traveler* perempuan. Kajian literatur ini bertujuan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyintesis berbagai sumber yang relevan, baik dari jurnal akademik, laporan industri, maupun artikel berita. Sedangkan netnografi digunakan untuk memahami dan mempelajari perilaku, interaksi, dan budaya kelompok tertentu di ruang *online* atau di internet. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami konteks yang lebih luas, menggali isu-isu yang berkaitan, dan mengidentifikasi pola serta tema yang muncul dalam literatur yang ada.

Beberapa studi sebelumnya menunjukkan bahwa TIK tidak hanya meningkatkan kenyamanan bagi *traveler*, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih personal dan terhubung. Misalnya, Buhalis dan Law (2008) mencatat bahwa platform digital memungkinkan *traveler* untuk merencanakan perjalanan mereka dengan lebih efisien dan mendalam. Namun, pada saat yang sama, penelitian oleh Gunter (2016) menunjukkan bahwa risiko yang terkait dengan penggunaan TIK, seperti penyebaran informasi yang tidak akurat atau penipuan *online*, dapat mempengaruhi keputusan dan pengalaman *solo traveler* perempuan. Pencarelli & Ricci (2020) menyoroti pentingnya media sosial dan platform online dalam membentuk keputusan *solo traveler* perempuan. Sosial media berperan sebagai sumber informasi utama dalam memilih destinasi yang dianggap aman dan sesuai dengan nilai-nilai pribadi, serta sebagai alat untuk mencari dukungan dari komunitas *online* yang lebih besar.

Varey dan Ritchie (2018) dalam *Solo Female Travel: Understanding the Experience of Women Who Travel Alone* membahas pengalaman *solo traveler* perempuan, terutama yang berfokus pada perasaan aman dan tantangan yang dihadapi oleh perempuan yang bepergian sendirian. Perempuan seringkali menghadapi ketakutan terhadap potensi ancaman fisik atau emosional, seperti risiko kekerasan atau pelecehan seksual. Oleh karena itu, mereka sangat berhati-hati dalam memilih destinasi, merencanakan perjalanan, dan menggunakan teknologi untuk memastikan keselamatan mereka. Namun di sisi lain, penelitian ini juga menunjukkan bahwa meskipun perempuan sering mengatasi tantangan yang berkaitan dengan keamanan, mereka juga merasa lebih diberdayakan dan mandiri setelah bepergian solo. Banyak perempuan melaporkan bahwa perjalanan solo memberi mereka rasa percaya diri yang lebih tinggi, kemampuan untuk menghadapi ketidakpastian, serta rasa pencapaian pribadi yang kuat. Banyak *solo female travelers* yang menggunakan aplikasi, media sosial, dan platform lainnya untuk mencari informasi tentang tempat yang dianggap aman atau untuk tetap terhubung dengan teman dan keluarga.

Secara lebih lanjut, White dan Jansen-Verbeke (2019) dalam *Safety Concerns and the Use of Mobile Technology by Solo Female Travelers* mengkaji hubungan antara penggunaan aplikasi keamanan dan perasaan aman *solo traveler* perempuan. Teknologi mempengaruhi bagaimana *solo traveler* perempuan merencanakan perjalanan mereka. Aplikasi seperti Instagram, Facebook, dan forum-forum khusus perjalanan memungkinkan para perempuan untuk berbagi pengalaman, bertanya tentang keamanan suatu tempat, dan mendapatkan rekomendasi dari sesama *solo traveler*. Komunitas *online* ini memberikan rasa dukungan sosial yang dapat mengurangi kekhawatiran mereka.

Di sisi lain, Tussyadiah dan Park (2018) mengemukakan bahwa teknologi memberikan banyak manfaat namun terdapat tantangan terkait dengan ketergantungan yang terlalu besar pada teknologi. Meskipun aplikasi dapat membantu mengurangi ketidakpastian namun tetap ada kemungkinan bahwa penggunaan dan ketergantungan terhadap teknologi yang berlebihan dapat mengurangi pengalaman otentik dari perjalanan itu sendiri. Oleh karena itu, penting bagi *solo traveler* perempuan untuk tetap mempertahankan keseimbangan antara memanfaatkan teknologi dan menikmati pengalaman perjalanan secara langsung.

Selanjutnya, isu *gender* dalam perjalanan wisata menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan. Perempuan yang bepergian sendirian seringkali harus mempertimbangkan berbagai aspek keamanan yang tidak selalu dihadapi oleh laki-laki. Sebuah studi oleh Cohen (2012) mengungkapkan bahwa banyak perempuan merasa lebih aman ketika menggunakan teknologi untuk mendapatkan informasi tentang tempat tujuan, namun tetap ada kekhawatiran mengenai privasi dan keamanan data. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana TIK dapat digunakan untuk meningkatkan pengalaman dan keamanan *solo traveler* perempuan. Eksplorasi dari penggunaan dan penerimaan terhadap teknologi dapat bervariasi tergantung pada faktor individu seperti usia, latar belakang, dan kenyamanan dengan perangkat digital (Tussyadiah & Park, 2018).

Dari berbagai penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, terdapat beberapa kesenjangan penelitian yang ditemukan yaitu Keterbatasan Penelitian tentang Perkembangan dan dampak TIK terhadap *Solo Traveler* Perempuan di Indonesia, Perbedaan Sosial Budaya dalam Penggunaan TIK oleh *Solo Traveler* Perempuan, Transformasi Pola Perjalanan *Solo Traveler* Perempuan di Indonesia, serta Peran Komunitas *Online* dan Media Sosial dalam

Pengalaman *Solo Traveler* Perempuan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai interaksi antara teknologi informasi dan pengalaman perjalanan solo perempuan di Indonesia. Dengan memahami dinamika ini, diharapkan dapat dihasilkan rekomendasi yang bermanfaat bagi penyedia layanan pariwisata untuk menciptakan pengalaman yang lebih aman dan memuaskan bagi perempuan yang ingin melakukan perjalanan sendirian.

Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, penelitian ini akan melakukan analisis terhadap literatur yang ada dengan memfokuskan pada isu-isu yang relevan, tren terkini dalam penggunaan TIK di industri perjalanan, serta dampaknya terhadap perilaku dan pengalaman solo traveler perempuan. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan akademis di bidang pariwisata, tetapi juga memberikan panduan praktis bagi para pelaku industri dalam memahami dan memenuhi kebutuhan pasar wisatawan perempuan yang terus berkembang ini.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metodologi kajian literatur dan netnografi untuk mengeksplorasi perkembangan teknologi informasi di industri perjalanan wisata dan dampaknya terhadap solo traveler perempuan. Kajian literatur sistematis adalah pendekatan yang lebih terstruktur dan terorganisir untuk meninjau literatur yang ada, dengan tujuan mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menganalisis secara sistematis penelitian-penelitian yang relevan dengan topik tertentu (Petticrew & Roberts, 2006). Metodologi ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena kompleks dan isu-isu terkini yang dihadapi oleh solo traveler perempuan. Secara lebih lanjut, observasi pada media sosial yang dilakukan pada metode netnografi juga memiliki fungsi untuk Memahami Budaya dan Perilaku *Online*, memahami dinamika pasar *solo traveler* perempuan Indonesia, pengembangan teori sosial digital, studi komunitas virtual dan sub-kultur, pengalaman berwisata dari kelompok *traveler* perempuan, analisis interaksi dalam krisis dan atau gerakan sosial *traveler* perempuan (Bruns & Burgess, 2011).

Adapun langkah-langkah metodologi yang dilakukan adalah sebagai berikut. Pertama, pengumpulan data yang diperoleh dari pengumpulan literatur yang relevan, termasuk artikel akademik, laporan industri pariwisata dan publikasi media. Sumber-sumber ini dipilih berdasarkan kriteria relevansi dan kredibilitas, serta kontribusinya terhadap pemahaman mengenai dampak TIK dalam konteks perjalanan. Penelitian ini fokus pada isu-isu yang berkaitan dengan pengalaman perjalanan, keamanan, dan dinamika sosial. Lalu, adanya kriteria seleksi sumber di mana sumber yang digunakan dalam penelitian ini harus memenuhi beberapa kriteria, seperti: (a) kredibilitas dan validitas akademis; (b) relevansi terhadap topik penelitian, khususnya mengenai *solo traveler* perempuan dan TIK; (c) beragam perspektif yang mencakup baik temuan empiris maupun analisis teoritis. Setelah pengumpulan, peneliti melakukan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola, tren, dan isu utama yang muncul. Proses ini melibatkan pengkategorian informasi berdasarkan tema yang berkaitan dengan dampak TIK dan tantangan yang dihadapi oleh *solo traveler* perempuan. Analisis ini bertujuan untuk mengungkap hubungan antara penggunaan teknologi dan pengalaman perjalanan mereka. Kemudian, temuan dari analisis literatur disintesis untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang hubungan antara perkembangan TIK dan pengalaman solo traveler perempuan. Dilanjutkan dengan interpretasi dan rekomendasi, di mana peneliti menginterpretasikan temuan dalam konteks yang lebih luas dan memberikan rekomendasi

bagi penyedia layanan pariwisata untuk lebih memahami dan memenuhi kebutuhan *solo traveler* perempuan.

## HASIL DAN DISKUSI

### Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Industri Perjalanan Wisata

Industri pariwisata global telah mengalami transformasi yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir, didorong oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) (Buhalis & Law, 2008). Berbagai inovasi dalam bidang TIK telah mengubah cara konsumen merencanakan, memesan, dan mengalami perjalanan wisata. Salah satu tren utama adalah munculnya platform *online* untuk perjalanan, seperti situs web dan aplikasi pemesanan tiket, akomodasi, serta paket perjalanan terintegrasi (Ip *et al.*, 2012). Platform-platform ini memungkinkan wisatawan untuk mengakses informasi, membandingkan harga, dan melakukan pemesanan secara daring dengan lebih mudah dan efisien. Contoh platform yang populer di Indonesia antara lain Traveloka, Tiket.com, dan Agoda.

Selain itu, perkembangan media sosial dan konten digital juga telah mengubah cara wisatawan mencari inspirasi, berbagi pengalaman, dan terhubung dengan sesama *traveler* (Mkono, 2016). Influencer pariwisata dan konten menarik lainnya di media sosial semakin berperan dalam mempengaruhi keputusan perjalanan konsumen. Perkembangan platform *online* ini sejalan dengan teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh Rogers (2003), di mana inovasi TIK dalam industri pariwisata diadopsi secara bertahap oleh konsumen. Proses adopsi ini didorong oleh atribut-atribut inovasi yang dirasakan, seperti keunggulan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, kemampuan untuk dicoba, dan kemudahan diamati (Ukpabi & Karjaluo, 2017). Fitur-fitur yang ditawarkan platform *online*, seperti kemudahan akses, perbandingan harga, dan rekomendasi, telah mempercepat adopsi di kalangan wisatawan.

Selain platform *online*, perkembangan media sosial dan konten digital juga telah mengubah cara wisatawan mencari inspirasi, berbagi pengalaman, dan terhubung dengan sesama *traveler* (Mkono, 2016; Munar & Jacobsen, 2014; Xiang *et al.*, 2015). *Influencer* pariwisata dan konten menarik lainnya di media sosial semakin berperan dalam mempengaruhi keputusan perjalanan konsumen (Hsu, 2019; Mouakket & Al-hawari, 2012). Temuan ini selaras dengan teori konstruksi sosial teknologi, di mana teknologi tidak netral, melainkan dibentuk dan diberi makna oleh konteks sosial budaya (Pinch & Bijker, 1984).

Perkembangan teknologi *mobile* dan *location-based services* juga telah meningkatkan mobilitas dan personalisasi pengalaman perjalanan (Neuhofer *et al.*, 2015; Wang *et al.*, 2016). Wisatawan kini dapat mengakses informasi, melakukan pemesanan, dan mendapatkan rekomendasi secara *real-time* melalui perangkat *mobile* mereka. Layanan berbasis lokasi juga memungkinkan personalisasi yang lebih baik, seperti navigasi, rekomendasi aktivitas, dan pembayaran yang disesuaikan dengan preferensi individual. Temuan ini dapat dikaitkan dengan teori pengembangan diri (*self-development theory*), di mana teknologi dapat memfasilitasi proses pemberdayaan dan peningkatan kompetensi individu (Cohen, 2010).

Selain itu, industri pariwisata juga semakin memanfaatkan data dan analitik untuk memahami perilaku konsumen, mengoptimalkan pengalaman perjalanan, serta membuat

keputusan bisnis yang lebih terinformasi (Xiang *et al.*, 2015; Xiang & Gretzel, 2010). Pemanfaatan *big data*, algoritma kecerdasan buatan, dan analitik canggih memungkinkan penyedia layanan pariwisata untuk memberikan layanan yang lebih personal dan responsif terhadap kebutuhan konsumen.

Secara keseluruhan, perkembangan TIK di industri pariwisata telah menciptakan ekosistem digital yang memungkinkan wisatawan untuk merencanakan, memesan, dan mengalami perjalanan dengan lebih mudah, fleksibel, dan personal. Hal ini telah mengubah lanskap industri secara fundamental, menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi pemain di industri pariwisata (Buhalis & Foerste, 2015; Law, Buhalis, & Cobanoglu, 2014).

### **Dampak Sosial Budaya terhadap Solo Traveler Perempuan pada Era Digital di Indonesia**

Di era digital yang semakin berkembang, konsep perjalanan solo bagi perempuan di Indonesia telah mengalami transformasi yang signifikan. Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memberikan kemudahan dalam merencanakan, mengatur, dan berbagi pengalaman perjalanan. Namun, dalam konteks sosial budaya Indonesia, perjalanan solo bagi perempuan tetap menghadapi tantangan terkait dengan norma, persepsi sosial, dan keamanannya. Dalam penelitian ini, kami akan membahas bagaimana dampak sosial budaya terhadap perempuan *solo traveler* di Indonesia di era digital.

### **Norma Sosial dan Stigma terhadap Perempuan yang Bepergian Solo**

Di Indonesia, norma sosial yang konservatif masih sering menempatkan perempuan pada peran domestik, seperti ibu rumah tangga atau pengurus keluarga. Perempuan yang melakukan perjalanan solo sering dipandang sebagai pelanggar norma ini, yang dianggap tidak sesuai dengan peran tradisional yang diharapkan. Namun, di era digital, pergeseran paradigma terhadap perempuan solo traveler mulai terjadi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Widya (2021), meskipun masyarakat Indonesia masih memiliki pandangan yang konservatif terhadap perempuan yang bepergian sendirian, pengaruh media sosial memberikan ruang bagi perempuan untuk menunjukkan keberanian dan kemandirian mereka. Banyak perempuan yang mengunggah foto dan cerita perjalanan mereka di platform seperti Instagram, YouTube, atau blog pribadi. Hal ini memberikan dampak positif dalam mengubah persepsi masyarakat terhadap perempuan *solo traveler* melalui konten-konten yang dibuat oleh sesama wisatawan perempuan.

### **Persepsi Keamanan dan Perlindungan Sosial**

Keamanan tetap menjadi kekhawatiran utama bagi banyak wanita yang bepergian sendirian di Indonesia, meskipun teknologi telah memfasilitasi upaya mereka untuk merasa lebih aman. Teknologi seperti aplikasi pelacakan lokasi dan aplikasi darurat telah memberikan rasa aman lebih bagi wanita saat bepergian (White & Jansen-Verbeke, 2019). Aplikasi seperti "Find My Friends" dan "Safe365" memungkinkan wanita untuk berbagi lokasi mereka dengan orang terdekat, sehingga memberi rasa tenang baik bagi wanita tersebut maupun keluarganya.

Namun, meskipun teknologi dapat membantu, beberapa daerah di Indonesia, terutama di daerah yang lebih terpencil atau kurang berkembang, masih menghadapi tantangan dalam hal infrastruktur dan tingkat kriminalitas. Dalam beberapa kasus, wanita yang bepergian solo mungkin menghadapi situasi di mana mereka merasa tidak aman atau tidak mendapatkan

dukungan yang memadai jika terjadi masalah (Tussyadiah & Park, 2018). Oleh karena itu, meskipun kemajuan teknologi meningkatkan rasa aman, ketergantungan pada perangkat digital tidak dapat sepenuhnya menghilangkan kekhawatiran terkait masalah keamanan.

Selain itu, terdapat juga tantangan budaya terkait dengan interaksi sosial antara perempuan dan penduduk lokal. Di beberapa daerah, meskipun banyak perempuan lokal menerima perjalanan solo, ada juga kasus di mana interaksi dengan penduduk lokal bisa menjadi sumber kecemasan, terutama terkait dengan norma sosial yang lebih konservatif mengenai peran perempuan. Hal ini sering kali mendorong perempuan untuk memilih destinasi yang lebih terbuka terhadap wisatawan asing atau yang lebih dikenal ramah perempuan (Xu & Zhang, 2017).

### **Pemberdayaan Perempuan melalui *Solo Travelling***

Era digital tidak hanya mempermudah perjalanan solo, tetapi juga mendorong perempuan untuk lebih mandiri dan percaya diri. Perjalanan solo memberikan perempuan kesempatan untuk mengeksplorasi dunia, mengatasi ketakutan, dan memperluas pandangan mereka tentang peran mereka dalam masyarakat. Teknologi memberikan akses kepada perempuan untuk merencanakan perjalanan secara lebih efisien, memfasilitasi mereka untuk tetap terhubung dengan keluarga atau teman-teman, serta memberikan ruang bagi mereka untuk berbagi pengalaman yang menginspirasi orang lain.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Indarti (2018), ditemukan bahwa perempuan yang melakukan perjalanan solo merasa lebih berdaya dan memiliki kontrol lebih besar atas hidup mereka. Mereka mampu mengatasi tantangan perjalanan dengan kekuatan pribadi yang lebih besar, sekaligus menjadi contoh bagi perempuan lain untuk mengikuti jejak mereka. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa perempuan yang berdaya dapat memberdayakan perempuan lain baik secara langsung maupun tak langsung. Dengan memanfaatkan perkembangan TIK, konten-konten dan dokumentasi yang dilakukan oleh *solo traveler* perempuan di Indonesia banyak menyadarkan perempuan lain secara tidak langsung untuk melakukan hal yang sama ataupun meminimalisasi keraguan yang dihadapi perempuan yang akan berpergian seorang diri. Aktualisasi diri perempuan Indonesia juga dapat terus dikembangkan melalui kegiatan *solo travelling* beserta pembuatan kontennya. Adapun dampak tidak langsung yang akan dirasakan oleh berbagai destinasi di Indonesia adalah timbulnya pangsa pasar wisatawan perempuan dan kemudian juga akan berimbas kepada dikembangkannya fasilitas atau layanan yang ramah terhadap perempuan. Jika hal tersebut tetap berlanjut maka dalam jangka waktu tertentu Indonesia dapat menjadi destinasi pilihan bagi *solo traveler* perempuan dari berbagai negara dikarenakan pelayanan, fasilitas dan konten yang tersaji secara daring dapat memberikan inspirasi dan rasa aman bagi calon wisatawan perempuan.

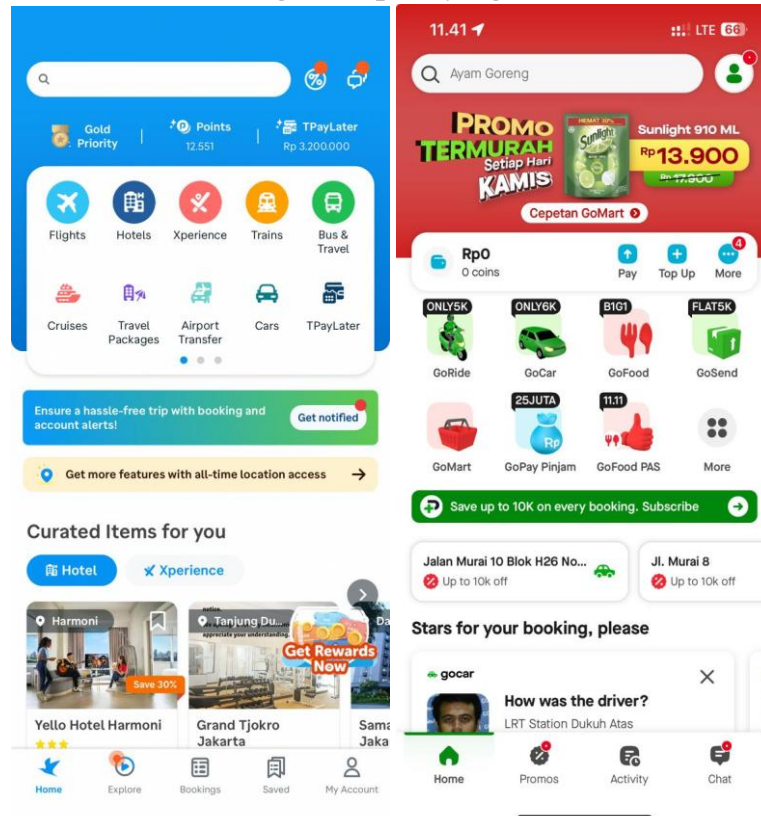
### **Transformasi Pola Perjalanan *Solo Traveler* Perempuan pada Era Digital di Indonesia**

Berdasarkan studi literatur yang telah dilakukan, perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah memberikan dampak signifikan terhadap transformasi pola perjalanan *solo traveler* perempuan di Indonesia. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspek utama yang mengalami perubahan fundamental, meliputi perencanaan perjalanan serta akses informasi dan pengambilan keputusan.

## Perencanaan Perjalanan

Teknologi digital telah mengubah cara *solo traveler* perempuan dalam merencanakan perjalanannya. Berdasarkan hasil riset Pratiwi (2021), 85% *solo traveler* perempuan di Indonesia memanfaatkan platform digital untuk merencanakan perjalanan mereka. Platform seperti TripAdvisor, Agoda, Traveloka dan aplikasi pemesanan transportasi *online* menjadi instrumen utama dalam proses perencanaan.

**Gambar 1. Komunitas Traveling Perempuan yang Dibentuk Melalui Media Sosial**



Sumber: Observasi Peneliti pada Keyword “Solo Traveling Perempuan di Indonesia” di Media Sosial TikTok (2024)

Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Kusuma (2022) yang menyatakan bahwa penggunaan aplikasi perjalanan dapat meningkatkan efisiensi perencanaan hingga 60% dibandingkan metode konvensional. Hal tersebut dikarenakan kemudahan akses dan integrasi berbagai layanan dalam satu platform. Wisatawan dapat mengatur semua aspek perjalanan, mulai dari transportasi, akomodasi, hingga aktivitas di tempat tujuan, tanpa harus membuka banyak situs atau aplikasi berbeda. Kondisi tersebut memungkinkan efisiensi waktu dalam perencanaan, karena segala sesuatu yang diperlukan sudah tersedia dalam satu aplikasi. Menurut Wang *et al.* (2018), aplikasi *online travel agent* menyediakan platform terintegrasi yang memungkinkan pengguna untuk merencanakan perjalanan dengan cepat dan praktis. Ini mengurangi kebutuhan untuk mengunjungi banyak agen perjalanan fisik atau mencari informasi dari berbagai sumber, yang sebelumnya bisa menjadi proses yang memakan waktu.

## Akses Informasi dan Pengambilan Keputusan

TIK juga mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam perjalanan solo perempuan. Dengan kemajuan teknologi, *solo traveler* perempuan kini dapat dengan cepat



membandingkan berbagai pilihan yang tersedia, baik itu untuk akomodasi, transportasi, maupun kegiatan yang akan dilakukan di destinasi mereka. Ketersediaan informasi *real-time* melalui media digital telah meningkatkan kualitas pengambilan keputusan *solo traveler* perempuan. Penelitian Widiastuti (2023) mengungkapkan bahwa 92% *solo traveler* perempuan di Indonesia merasa lebih percaya diri dalam melakukan perjalanan solo berkat kemudahan akses informasi melalui *smartphone*.

Sistem pencarian dan filter yang terdapat dalam aplikasi perjalanan memberikan kemampuan bagi *solo traveler* perempuan untuk menyaring pilihan yang sesuai dengan kriteria tertentu, seperti lokasi, harga, atau fasilitas. Dengan adanya informasi yang cepat dan mudah diakses, keputusan untuk memilih destinasi, tempat menginap, atau moda transportasi dapat diambil dengan lebih efisien. Informasi mencakup ulasan tempat wisata, rekomendasi akomodasi, hingga tingkat keamanan suatu destinasi. Ulasan yang tertera pada berbagai platform *online* menjadi acuan dari pemilihan rute perjalanan wisata dan juga pemilihan akomodasi serta pelayanan wisata lainnya seperti kebutuhan makan dan minum hingga tempat berolahraga di destinasi wisata. Keberadaan aplikasi dan platform digital sangat membantu *solo traveler* dalam mempercepat pengambilan keputusan dengan memberikan berbagai pilihan yang terperinci dan berbasis data yang dapat diakses secara instan. *Solo traveler* perempuan dapat membuat keputusan yang lebih cerdas dan menghindari potensi masalah yang mungkin terjadi selama perjalanan (Cohen, 2018).

## **Peran Media Sosial dalam Konsep Pemberdayaan Solo Traveler Perempuan di Indonesia**

### **Pembentukan Komunitas Virtual**

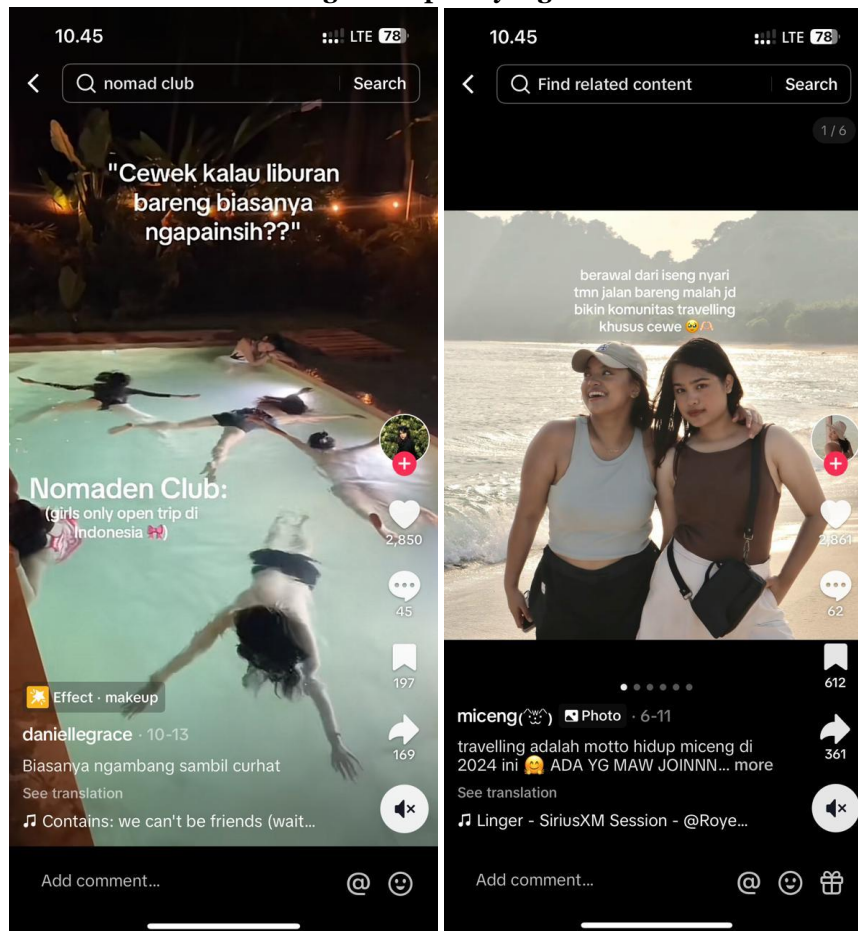
Bagi banyak *solo traveler* perempuan, terutama yang baru pertama kali bepergian sendirian, dukungan sosial sangat penting untuk memberi rasa percaya diri dan kenyamanan. Komunitas virtual ini menyediakan ruang untuk bertanya tentang masalah yang mungkin mereka hadapi, seperti bagaimana menghadapi tantangan budaya, mencari akomodasi yang aman, atau tips keamanan di destinasi tertentu. Beberapa grup di media sosial bahkan memiliki acara rutin seperti pertemuan atau *meetups*, yang memungkinkan anggota untuk berinteraksi secara langsung, berbagi pengalaman, dan membentuk ikatan sosial.

Media sosial telah memfasilitasi terbentuknya berbagai komunitas virtual yang menjadi wadah berbagi pengalaman dan informasi antar *solo traveler* perempuan. Penelitian Handayani (2022) menunjukkan bahwa mayoritas dari *solo traveler* perempuan di Indonesia aktif dalam minimal satu komunitas *travel online*, mendapatkan dukungan moral dan praktis dari komunitas *online* pada media sosial tersebut serta merasakan peningkatan rasa aman berkat konektivitas dengan komunitas *solo traveler* perempuan lain khususnya pada *solo traveler* perempuan yang telah melakukan perjalanan wisata pada destinasi yang sama.

Komunitas virtual yang dibentuk oleh *solo traveler* perempuan juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran tentang isu-isu keamanan dan *gender* yang seringkali menjadi perhatian utama bagi perempuan yang bepergian sendirian. Dalam banyak kasus, perempuan lebih cenderung untuk berbagi pengalaman tentang bagaimana mereka mengatasi situasi yang berpotensi berbahaya atau tidak nyaman selama perjalanan, serta tips tentang bagaimana menjaga keamanan pribadi. Informasi ini tidak hanya memberi rasa aman, tetapi

juga membantu perempuan memahami cara melindungi diri mereka sendiri saat bepergian ke tempat yang belum mereka kenal.

**Gambar 2. Komunitas Traveling Perempuan yang Dibentuk Melalui Media Sosial**



Sumber: Observasi Peneliti pada *Keyword* “Solo Traveling Perempuan di Indonesia” di Media Sosial TikTok (2024)

Selain sebagai sumber dukungan sosial, komunitas virtual ini juga berfungsi sebagai tempat untuk pertukaran pengetahuan dan pengalaman. *Solo traveler* perempuan dapat berbagi blog perjalanan, foto, video, atau bahkan panduan perjalanan yang mereka buat untuk membantu anggota lain merencanakan perjalanan mereka. Platform seperti YouTube dan TikTok sangat populer di kalangan *solo traveler* perempuan yang ingin membagikan perjalanan mereka dalam bentuk video vlog. Selain itu, perempuan juga dapat berbagi cerita pribadi mereka yang dapat memberi inspirasi kepada perempuan lainnya yang ingin bepergian sendirian. Walaupun komunitas virtual terbentuk di dunia maya, banyak *solo traveler* perempuan yang akhirnya bertemu secara langsung dengan anggota komunitas lainnya di destinasi tertentu. Beberapa komunitas bahkan mengorganisir acara *meetups* atau perjalanan bersama, memberikan kesempatan bagi anggota untuk saling mengenal dan berbagi pengalaman secara langsung. Pertemuan semacam ini dapat memperkuat hubungan antar anggota dan memberikan rasa kebersamaan yang lebih mendalam. Fung (2017) menyatakan bahwa *meetups* atau pertemuan tatap muka yang diadakan oleh komunitas virtual dapat membantu perempuan merasa lebih aman dan terhubung dengan sesama *solo traveler* lainnya, terutama di negara atau tempat yang belum mereka kenal.

### **Representasi dan Inspirasi**

Platform media sosial telah menjadi medium representasi dan inspirasi bagi calon *solo traveler* perempuan. Analisis konten yang dilakukan oleh Sari *et al.* (2023) terhadap 1000 unggahan Instagram dengan tagar #solotravelerindo pada media sosial Instagram menunjukkan bahwa 70% konten *solo traveling* di Indonesia dibuat oleh perempuan, 85% dari konten perjalanan wisata perempuan memberikan narasi pemberdayaan, 60% konten perjalanan wisata perempuan berbagi tips keamanan dan praktis.

Namun, berdasarkan observasi netnografi pada *Keyword* “Solo Traveling Perempuan di Indonesia” peneliti dengan membandingkan kedua media sosial yaitu Instagram dan Tik Tok, kesediaan konten yang merepresentasikan *Solo Traveler* Indonesia lebih banyak dan lebih mudah diakses dengan format video pendek berisi konten mengenai tips *solo traveling* untuk perempuan, destinasi menarik dan aman untuk dikunjungi wisatawan perempuan, komunitas *traveler* perempuan serta berbagai konten motivasi untuk melakukan perjalanan wisata sendiri kepada sesama perempuan. Dengan demikian, konten-konten tersebut menjadi inspirasi oleh perempuan lain untuk melakukan kegiatan *solo traveling* dan membuat sesama perempuan dengan hobi atau kesenangan yang sama merasa berdaya dan mampu untuk melakukan kegiatan *traveling* seorang diri. Dari hasil analisis konten media sosial Instagram dan Tik Tok diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan perjalanan wisata dan pembuatan kontennya, *solo traveler* perempuan tidak hanya fokus dengan aktualisasi diri mereka dalam keberhasilan perjalanan maupun unjuk diri tetapi juga memberdayakan dan menyadarkan perempuan lain bahwa perjalanan wisata merupakan aktivitas yang dapat dilakukan oleh siapapun tanpa adanya batasan *gender*.

### **Dampak Perkembangan TIK terhadap Solo Traveler Perempuan di Indonesia**

Transformasi digital di industri pariwisata ini membawa dampak yang signifikan bagi *solo traveler* perempuan di Indonesia. Berikut adalah beberapa area dampak utama yang teridentifikasi dari berbagai kajian literatur:

#### **Peningkatan Aksesibilitas dan Keamanan**

Kemunculan platform pemesanan perjalanan daring telah meningkatkan aksesibilitas *solo traveler* perempuan dalam merencanakan perjalanan mereka (Ip *et al.*, 2012; Ukpabi & Karjaluoto, 2017; Xiang *et al.*, 2015). Mereka dapat dengan mudah mengakses informasi terkait destinasi, akomodasi, transportasi, dan aktivitas yang sesuai dengan preferensi dan anggaran mereka. Selain itu, fitur-fitur seperti ulasan, peringkat, dan rekomendasi pada platform daring memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai keamanan dan kenyamanan suatu tempat atau layanan, sehingga membantu *solo traveler* perempuan merasa lebih aman dan percaya diri dalam bepergian seorang diri (Neuhofer *et al.*, 2015; Reino & Hay, 2016).

Beberapa studi juga menunjukkan bahwa *solo traveler* perempuan sering mencari informasi terkait keselamatan dan tips berwisata di situs *web* dan aplikasi sebelum memutuskan tujuan perjalanan mereka (Mouakket & Al-hawari, 2012; Reino & Hay, 2016; Yang *et al.*, 2018). Kemudahan akses terhadap informasi ini telah meningkatkan rasa aman bagi mereka dan mengurangi kekhawatiran yang sering dialami oleh wisatawan perempuan yang bepergian seorang diri.

Ketersediaan teknologi informasi berupa aplikasi perjalanan seperti TripAdvisor, Google Maps, dan Traveloka memfasilitasi pencarian destinasi wisata, restoran, atau penginapan yang memiliki ulasan dan rekomendasi dari pengguna lain, serta menyediakan informasi yang memudahkan navigasi. Akses mudah ke informasi ini memungkinkan *solo traveler* untuk merencanakan perjalanan dengan lebih baik dan menyesuaikan perjalanan mereka dengan preferensi pribadi. Menurut Gonzalez (2019), aplikasi digital memungkinkan perempuan untuk mengakses informasi yang lebih luas mengenai tempat tujuan, termasuk hal-hal yang terkait dengan budaya lokal dan pengalaman yang dapat dijalani. Hal ini mengurangi kecemasan dan memberikan rasa aman kepada *solo traveler*, karena mereka merasa lebih siap dan mengetahui apa yang dapat diharapkan di tempat tujuan.

Temuan ini sejalan dengan teori pengembangan diri, dimana teknologi dapat memfasilitasi peningkatan kompetensi dan pemberdayaan individu (Cohen, 2010). Aksesibilitas dan keamanan yang ditawarkan TIK telah berkontribusi pada peningkatan rasa percaya diri *solo traveler* perempuan dalam merencanakan dan melaksanakan perjalanan.

### **Peluang Eksplorasi dan Koneksi Sosial**

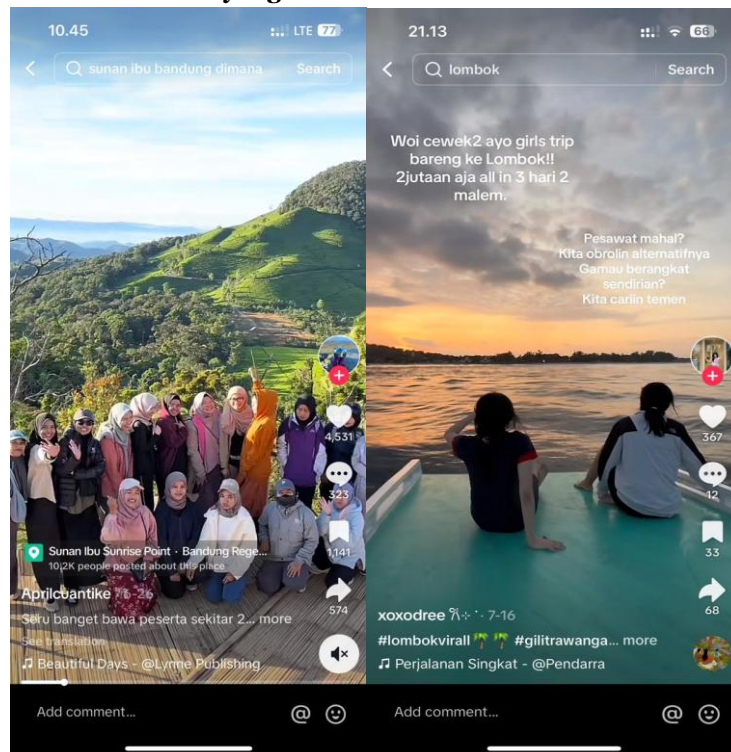
Perkembangan media sosial dan komunitas *online* telah membuka peluang bagi *solo traveler* perempuan untuk terhubung dengan sesama *traveler*, bertukar informasi, dan bahkan bergabung dalam perjalanan bersama (Mkono, 2016; Munar & Jacobsen, 2014; Wang *et al.*, 2016). Platform-platform seperti Facebook, Instagram, dan aplikasi pertemanan *traveler* memungkinkan mereka untuk menemukan komunitas dengan minat dan nilai yang serupa, memperluas jaringan sosial, dan menemukan peluang untuk menjelajah destinasi baru secara bersama-sama (Hsu, 2019; Mouakket & Al-hawari, 2012).

*Solo traveling* memberikan kesempatan bagi perempuan untuk melakukan eksplorasi yang lebih dalam, baik terhadap diri sendiri maupun dunia di sekitar mereka. Ketika bepergian sendirian, seorang perempuan dapat lebih leluasa memilih destinasi yang ingin dikunjungi, menentukan tempo perjalanan, serta mengeksplorasi berbagai aspek budaya dan kehidupan lokal tanpa dipengaruhi oleh pendapat atau preferensi orang lain. Hal ini memungkinkan mereka untuk mendapatkan pengalaman yang lebih autentik dan reflektif. Cohen (2018) menambahkan bahwa perjalanan solo dapat memberi kesempatan bagi wisatawan, khususnya perempuan, untuk mengeksplorasi dunia dengan cara yang lebih mendalam, tanpa adanya hambatan atau pengaruh dari pihak lain. Ini memberi mereka kebebasan untuk menentukan tujuan pribadi dalam perjalanan mereka, yang pada gilirannya mendorong pengembangan diri dan pemahaman yang lebih baik tentang dunia.

*Solo traveling* juga memberi perempuan kesempatan untuk membangun hubungan sosial yang lebih mendalam dengan orang-orang dari berbagai latar belakang budaya. Tanpa adanya teman atau keluarga yang menyertai perjalanan, perempuan yang bepergian sendirian cenderung lebih terbuka untuk berinteraksi dengan orang lokal dan sesama wisatawan. Mereka lebih mungkin untuk mengunjungi tempat-tempat yang ramah bagi wisatawan, seperti kafe, hostel, atau acara komunitas yang mengundang interaksi antar orang dari berbagai negara. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Maoz (2011) yang menjelaskan bahwa *solo traveling* memperbesar peluang untuk berinteraksi dengan penduduk lokal dan sesama pelancong. Pengalaman ini dapat menciptakan hubungan yang lebih autentik, serta memperkaya pengalaman sosial selama perjalanan. Sebagai contoh, perempuan yang bepergian sendiri mungkin lebih cenderung untuk bergabung dalam

kegiatan kelompok, tur jalan kaki, atau acara lokal yang menawarkan kesempatan untuk bertemu orang baru.

**Gambar 3. Koneksi Sosial yang Terbentuk dari Traveler Perempuan Pecinta: Aktivitas Trekking dan Wisata Bahari yang Dibentuk Melalui Media Sosial TikTok**



Sumber: Observasi Peneliti pada *Keyword* “Solo Traveling Perempuan di Indonesia” di Media Sosial TikTok (2024)

Selain itu, konten-konten inspiratif dan informatif dari *influencer* atau *content creator* pariwisata juga telah memperluas wawasan *solo traveler* perempuan mengenai destinasi dan pengalaman perjalanan yang mungkin sebelumnya belum terpikirkan oleh mereka. Hal ini mendorong mereka untuk lebih berani mengeksplorasi destinasi baru dan keluar dari zona nyaman (Hsu, 2019; Xiang *et al.*, 2015).

Selama melakukan kegiatan *solo traveling*, perempuan seringkali dihadapkan pada berbagai situasi yang mengharuskan mereka untuk berinteraksi dengan berbagai jenis orang dari latar belakang yang berbeda. Hal ini tidak hanya memperkaya keterampilan sosial mereka, tetapi juga meningkatkan empati. Proses berinteraksi dengan orang-orang dari budaya yang berbeda, baik melalui percakapan santai, pembicaraan dalam tur kelompok, atau pengalaman berbagi dengan sesama wisatawan, memperkaya pemahaman mereka tentang dunia dan memperluas pandangan mereka. Wang dan Xiang (2019) menambahkan, *solo traveling* mengajarkan perempuan untuk beradaptasi dengan situasi sosial yang beragam, yang meningkatkan keterampilan sosial mereka. Ini juga memperdalam rasa empati mereka terhadap orang lain, karena mereka belajar untuk memahami perspektif orang dari berbagai latar belakang budaya.

Temuan ini sejalan dengan teori konstruksi sosial teknologi, di mana teknologi tidak hanya mempengaruhi perilaku wisatawan, namun juga dibentuk dan dimaknai oleh konteks sosial budaya (Pinch & Bijker, 1984). Media sosial telah menjadi sarana bagi *solo traveler*

perempuan untuk membangun koneksi, mencari inspirasi, dan memperluas pengalaman perjalanan mereka.

### **Personalisasi Pengalaman Perjalanan Wisata**

*Solo traveler* perempuan seringkali memiliki preferensi yang sangat spesifik dalam memilih tempat wisata. Mereka dapat menyesuaikan perjalanan dengan minat pribadi, seperti wisata alam, budaya, atau kuliner, yang dapat dicari dan ditemukan melalui teknologi. Di Indonesia, dengan keragaman budaya dan alam yang sangat besar, *solo traveler* perempuan dapat merencanakan perjalanan dengan lebih bebas dan sesuai dengan keinginan mereka, baik itu menikmati keindahan alam di Bali, menjelajahi sejarah di Yogyakarta, atau mengunjungi tempat-tempat spiritual seperti Ubud (Pencarelli & Ricci, 2020).

Teknologi *location-based* dan rekomendasi personalisasi telah memungkinkan *solo traveler* perempuan untuk menemukan aktivitas, akomodasi, dan layanan yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka secara individual (Neuhofer et al., 2015; Wang et al., 2016; Xiang et al., 2015). Misalnya, aplikasi *mobile* dapat memberikan rekomendasi restoran, atraksi, atau acara yang disesuaikan dengan minat, *budget*, dan lokasi *real-time* pengguna. Fitur-fitur semacam ini memberikan pengalaman perjalanan yang lebih personal dan sesuai dengan gaya dan kebutuhan spesifik *solo traveler* perempuan (Reino & Hay, 2016; Ukpabi & Karjaluoto, 2017).

Selain itu, teknologi *mobile* juga memungkinkan *solo traveler* perempuan untuk mengakses informasi, melakukan pemesanan, dan mendapatkan dukungan layanan secara *real-time* selama perjalanan. Hal ini meningkatkan fleksibilitas, kenyamanan, dan rasa aman bagi mereka ketika berpergian seorang diri di tempat yang tidak familiar (Wang et al., 2016; Xiang et al., 2015).

Peran komunitas *online* dalam personalisasi pengalaman perjalanan bagi *solo traveler* perempuan sangat signifikan. Media sosial, seperti Instagram dan Facebook, serta forum perjalanan seperti *Lonely Planet* atau grup Facebook, memungkinkan perempuan untuk mendapatkan rekomendasi perjalanan berdasarkan pengalaman pribadi. Rekomendasi dari sesama *solo traveler* perempuan seringkali lebih bisa dipercaya karena adanya kesamaan pengalaman dan tantangan yang dihadapi, seperti masalah keamanan atau tips tentang akomodasi yang nyaman dan aman. Misalnya, aplikasi dan platform perjalanan yang menyediakan fitur *user-generated content* dapat memberi gambaran yang lebih jelas tentang tempat wisata yang sesuai dengan kebutuhan *solo traveler* perempuan, seperti kedai kopi yang ramah perempuan atau penginapan dengan fasilitas yang mendukung kenyamanan wanita yang berpergian sendirian (Varey & Ritchie, 2018).

Temuan ini dapat dikaitkan dengan teori pengembangan diri, di mana teknologi yang memfasilitasi pengalaman perjalanan yang lebih personal dan sesuai kebutuhan dapat berkontribusi pada peningkatan kompetensi dan pemberdayaan individu (Cohen, 2010).

### **Peningkatan Kepercayaan Diri dan Pemberdayaan**

Kemudahan akses informasi, konektivitas sosial, dan personalisasi pengalaman yang ditawarkan oleh perkembangan TIK telah berkontribusi pada peningkatan rasa percaya diri dan kemandirian *solo traveler* perempuan dalam merencanakan serta melaksanakan perjalanan mereka (Yang et al., 2018). Mereka merasa lebih berdaya dan mampu

mengorganisir perjalanan seorang diri tanpa bergantung sepenuhnya pada agen perjalanan atau teman dan keluarga.

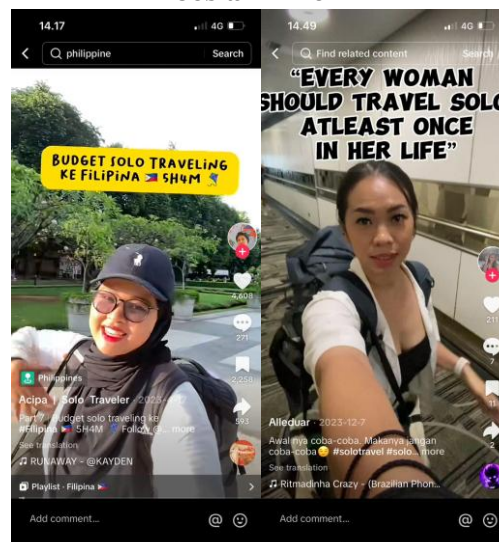
**Gambar 4. Video Tips Solo Traveler Perempuan di Indonesia pada Media Sosial TikTok**



Sumber: Observasi Peneliti pada *Keyword* “Solo Traveling Perempuan di Indonesia” di Media Sosial TikTok (2024)

Selain itu, terhubungnya *solo traveler* perempuan dengan komunitas *online* sesama *traveler* juga telah mendorong pertukaran pengalaman, pembelajaran, dan dukungan emosional. Hal ini berkontribusi pada peningkatan kepercayaan diri dan keberanian mereka dalam menjelajah destinasi baru dan melakukan aktivitas di luar zona nyaman (Cohen, 2010; Mouakket & Al-hawari, 2012).

**Gambar 5. Konten Berbasis Pemberdayaan Solo Traveler Perempuan Indonesia pada Media Sosial TikTok**



Sumber: Observasi Peneliti pada *Keyword* “Solo Traveling Perempuan di Indonesia” di Media Sosial TikTok (2024)

Temuan ini sejalan dengan teori pengembangan diri, di mana pengalaman perjalanan yang difasilitasi oleh teknologi dapat meningkatkan rasa percaya diri, kompetensi, dan pemberdayaan individu (Cohen, 2010). Kemudahan akses informasi, konektivitas sosial, dan personalisasi yang ditawarkan TIK telah berkontribusi pada peningkatan kemandirian dan pemberdayaan *solo traveler* perempuan. Parker (2017) memberikan pernyataan dimana pengalaman bepergian sendirian memberikan perempuan kesempatan untuk menjadi lebih terbuka terhadap perbedaan dan lebih fleksibel dalam menghadapi situasi yang tidak terduga. Hal ini mengarah pada pengembangan keterampilan sosial yang lebih baik dan kemampuan untuk menavigasi dunia yang lebih luas dengan percaya diri.

## KESIMPULAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak signifikan pada industri perjalanan wisata dan *solo traveler* perempuan di Indonesia. Dengan akses informasi yang lebih baik, kemudahan pemesanan, dan solusi keamanan yang inovatif, perempuan kini memiliki lebih banyak kesempatan untuk menjelajahi berbagai macam destinasi wisata di dunia dengan lebih percaya diri. Namun, tantangan tetap ada, dan penting bagi semua pemangku kepentingan untuk bekerja sama dalam menciptakan lingkungan yang aman dan mendukung bagi *solo traveler* perempuan.

Dari segi wisatawan perempuan, upaya untuk meningkatkan literasi digital terutama pada bidang keamanan digital dan dukungan yang memadai dari pemerintah serta pengelola destinasi wisata akan memastikan bahwa perempuan dapat memanfaatkan semua peluang dan kesempatan berwisata dengan ditunjang oleh kemudahan penggunaan TIK dalam perjalanan wisata mereka serta unggahan dan ulasan positif pada berbagai platform *online* dari sesama *solo traveler* perempuan.

Dari sisi pemerintah dan pengelola destinasi wisata, dapat dilihat bahwa faktor keamanan menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan dari *solo traveler* perempuan di Indonesia, dengan demikian menciptakan lingkungan yang inklusif dapat dimulai dengan memberdayakan dan melibatkan perempuan sebagai pelaku wisata di sebuah destinasi wisata. Hal tersebut akan menciptakan rasa saling aman antar perempuan dan membuat lingkungan bisnis dari jasa pariwisata dari perempuan untuk perempuan. Dengan mengatasi tantangan ini dan terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi, diharapkan pengalaman perjalanan *solo traveler* perempuan akan semakin positif dan memuaskan di masa depan.

## Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi teoritis terkait dampak perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) terhadap *solo traveler* perempuan di Indonesia. Berikut adalah beberapa poin penting:

### Teori Difusi Inovasi

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh Rogers (2003). Perkembangan platform digital, media sosial, dan teknologi *mobile* di industri pariwisata dapat dilihat sebagai inovasi yang secara bertahap diadopsi dan dimanfaatkan oleh *solo traveler* perempuan. Proses ini selaras dengan tahapan-tahapan dalam teori difusi inovasi, mulai dari pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, hingga konfirmasi.



Pada konteks *solo traveler* perempuan, adopsi inovasi TIK dalam perjalanan wisata telah membantu mengurangi persepsi risiko dan ketidakpastian yang sering dialami oleh wisatawan perempuan yang bepergian seorang diri. Fitur-fitur seperti ulasan, rekomendasi, dan kemudahan akses informasi telah mendorong proses adopsi yang lebih cepat di kalangan *solo traveler* perempuan.

### **Teori Pengembangan Diri**

Hasil penelitian ini juga dapat dikaitkan dengan teori pengembangan diri (*self-development theory*) yang menekankan pentingnya pengalaman perjalanan dalam meningkatkan kepercayaan diri, kompetensi, dan pemberdayaan individu (Cohen, 2010).

Temuan menunjukkan bahwa perkembangan TIK di industri pariwisata telah memfasilitasi *solo traveler* perempuan untuk melakukan perjalanan dengan lebih aman, terhubung, dan sesuai dengan preferensi mereka. Hal ini pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan rasa percaya diri, kemandirian, dan pemberdayaan diri di kalangan wisatawan perempuan yang bepergian seorang diri.

### **Teori Konstruksi Sosial Teknologi**

Selain itu, temuan penelitian ini juga memiliki implikasi terhadap teori konstruksi sosial teknologi (*social construction of technology*) yang menekankan bahwa teknologi tidak netral, melainkan dibentuk dan diberi makna oleh konteks sosial budaya (Pinch & Bijker, 1984).

Dalam konteks pariwisata, perkembangan TIK telah membentuk dan dibentuk oleh praktik-praktik sosial *solo traveler* perempuan. Teknologi tidak hanya mempengaruhi perilaku dan pengalaman perjalanan mereka, namun juga dimaknai dan diadaptasi sesuai dengan kebutuhan, preferensi, dan nilai-nilai spesifik dari wisatawan perempuan yang bepergian seorang diri.

Dengan demikian, temuan penelitian ini memperkaya pemahaman teoritis mengenai interaksi dinamis antara teknologi, *gender*, dan praktik sosial dalam industri pariwisata.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Buhalis, D., & Foerste, M. (2015). SoCoMo marketing for travel and tourism: Empowering co-creation of value. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 151-161. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.04.001>
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years After the Internet—The State of eTourism Research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Cohen, S. A. (2010). Chasing a myth? Searching for 'self' through lifestyle travel. *Tourist Studies*, 10(2), 117-133. <https://doi.org/10.1177/1468797611403040>
- Cohen, E. (2012). Solo Female Travelers: The Influence of Information Technology on Travel Experiences. *Tourism Review International*, 16(3), 241-253.

- Cohen, E. (2018). Tourism and Cultural Perspectives. *Journal of Tourism Studies*, 22(3), 45-60.
- Fung, D. (2017). Women in Solo Travel: Personalization of Travel Experience in Southeast Asia. *Journal of Gender and Tourism*, 10(1), 12-27.
- Gonzalez, S. (2019). The Role of Digital Technology in the Empowerment of Female Travelers. *Journal of Tourism Studies*, 18(2), 23-40.
- Gunter, B. (2016). The Role of Digital Technology in Tourism: Analyzing the Impact of Social Media on Solo Female Travelers. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1027-1041.
- Hsu, Y. L. (2019). Facebook as an international eMarketing strategy for Taiwan hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 29(6), 972-980.
- Ip, C., Lee, H., & Law, R. (2012). Profiling the users of travel websites for planning and purchasing tourist activities. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 48, 555-563.
- Khadijah, S. A. R. (2022). Pemberdayaan dan keterlibatan perempuan dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan. *Warta Pariwisata*, 20(1), 18-21.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. SAGE Publications.
- Law, R., Buhalis, D., & Cobanoglu, C. (2014). Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(5), 727-750.
- Maoz, D. (2011). The Social Interactions of Solo Travelers: An Exploration of the Authenticity of Experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1376-1395.
- Mkono, M. (2016). The socio-cultural impacts of tourism in Zimbabwe as seen through an Afro-tradition ritualistic lens. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 28, 52-58.
- Mkono, M. (2016). The socio-cultural impacts of tourism in Zimbabwe as seen through an Afro-tradition ritualistic lens. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 28, 52-58.
- Mouakket, S., & Al-hawari, M. A. (2012). Examining the antecedents of e-loyalty intention in an online reservation environment. *Journal of High Technology Management Research*, 23(1), 46-57.
- Munar, A. M., & Jacobsen, J. K. S. (2014). Motivations for sharing tourism experiences through social media. *Tourism Management*, 43, 46-54.

- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Smart technologies for personalized experiences: a case study in the hospitality domain. *Electronic Markets*, 25(3), 243-254.
- Parker, A. (2017). Adaptability and Self-Discovery: How Solo Travel Enhances Women's Personal Growth. *Journal of Tourism and Development*, 24(4), 90-105.
- Pencarelli, T., & Ricci, S. (2020). Cultural influences on female solo travelers' decision-making: The case of Southeast Asia. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(3), 285-304.
- Petticrew, M., & Roberts, H. (2006). *Systematic Reviews in the Social Sciences: A Practical Guide*. Blackwell Publishing.
- Pinch, T. J., & Bijker, W. E. (1984). The social construction of facts and artefacts: Or how the sociology of science and the sociology of technology might benefit each other. *Social studies of science*, 14(3), 399-441.
- Reino, S. and Hay, B. (2016) The Use of YouTube as a Tourism Marketing Tool. *Tourism Travel and Research Association*, 96, 1-2.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Sari, V. N. R., Putra, A. S. E., Saputra, D. R., & Nurdiyansyah, S. D. (2023). Pengelolaan Konten Instagram (@ ppid. dprri) Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi dan Dokumentasi. *JOURNAL SAINS STUDENT RESEARCH*, 1(2), 1130-1141.
- Tussyadiah, I. P., & Park, S. (2018). When technology meets travel: A study of solo women travelers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(8), 2999-3016.
- Ukpabi, D. C., & Karjaluo, H. (2017). Consumers' acceptance of information and communications technology in tourism: A review. *Telematics and Informatics*, 34(5), 618-644.
- UNWTO. (2020). *Women and Tourism: A Global Perspective*. United Nations World Tourism Organization.
- Varey, S., & Ritchie, B. (2018). Solo female travel: Understanding the experience of women who travel alone. *Journal of Travel Research*, 57(4), 462-475. <https://doi.org/10.1177/0047287517739134>
- Wang, D., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2016). Smartphone use in everyday life and travel. *Journal of Travel Research*, 55(1), 52-63.
- Wang, X., Zhang, Y., & Li, F. (2018). Digital Travel Planning: How OTAs Are Shaping the Future of Tourism. *Tourism Management*, 66, 247-257.

- Wang, Y., & Xiang, Z. (2019). Engaging with Locals and Other Travelers: The Social Benefits of Solo Travel for Women. *Tourism Management*, 28(2), 58-73.
- White, L., & Jansen-Verbeke, M. (2019). Safety concerns and the use of mobile technology by solo female travelers. *Journal of Tourism Safety and Security*, 9(3), 97-108. <https://doi.org/10.1080/21592774.2019.1687175>
- Widiastuti, A. R., & Yuadi, I. (2023). Trends in Knowledge Management within Open Government. *Forum Ilmu Sosial*, 50(1), 57-69. <https://doi.org/10.15294/fis.v50i1.44996>
- Widya, N. (2021). Cultural Perceptions of Female Solo Travelers in Indonesia in the Digital Age. *Jurnal Pariwisata dan Gender*, 19(3), 22-37.
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism management*, 31(2), 179-188.
- Xiang, Z., Tussyadiah, I., & Buhalis, D. (2015). Smart destinations: Foundations, analytics, and applications. *Journal of Destination Marketing and Management*, 4(3), 143-144.
- Xu, H., & Zhang, M. (2017). The role of information and communication technology (ICT) in the development of tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(5), 603-617.
- Yang, E. C. L., Khoo-Lattimore, C., & Arcodia, C. (2018). Power and empowerment: How Asian solo female travellers perceive and negotiate risks. *Tourism Management*, 68, 32-45.