



# ANALISA

16 Februari 2022

Vol. 0004

Hasil Kajian Cepat Terhadap Isu Strategis Kekinian

## The Reform Initiatives

Merupakan lembaga riset kebijakan yang bernaung di bawah PT Semesta Infimedia Indonesia, berkedudukan di Jakarta.

TRI fokus pada penelitian kebijakan terkait Ekonomi, Fiskal, Kesejahteraan Sosial, Desentralisasi, Lingkungan Hidup & Perubahan Iklim, Tata Kelola Kebijakan yang Baik, Politik & Elektoral, Penegakan Hukum, Ekonomi Digital, serta Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).



**Moh Thobie Prathama**

-  
Peneliti The Reform Initiative (TRI)

## Masa Depan Wisata Nostalgia

Permintaan *leisure economy* merupakan pendorong penting industri pariwisata. Ekosistem *leisure economy* yang berkembang dengan dibarengi inovasi digitalisasi seperti munculnya platform Airbnb, Traveloka, Tiket.com, OYO, dan sebagainya membuat preferensi konsumen untuk mengonsumsi pengalaman makin tinggi. Walaupun industri ini menjadi salah satu yang paling tertekan akibat berbagai kebijakan melawan COVID-19, masyarakat khususnya kelas menengah dan atas akan tetap bersedia menyediakan anggaran untuk cuci mata.

Kebutuhan life style dan experience juga akan tumbuh seiring bertambahnya masyarakat kelas menengah. Sebagai pemasar pariwisata, momentum pandemi bisa menjadi peluang untuk membangkitkan kembali aspek emosional dari suatu pengalaman wisata. Seperti yang coba paparkan di sini, salah satu peluang ceruk yang bisa dikembangkan adalah melayani wisatawan nostalgia.

Bicara kerinduan masa lalu ialah topik yang begitu menggemarkan emosi. Seperti penggalan lirik lagu "Photograph" dari Ed Sheraan "We keep this love in a photograph. We made these memories for ourselves". Manusia hanya bisa mengenang peristiwa dan ikatan masa lalu. Harvard Business Review menjelaskan bahwa nostalgia ialah sumber psikologis penting yang membantu seseorang menemukan dan mempertahankan makna hidup. Dengan memahami cara kerja nostalgia, mengapa nostalgia mendorong tren bisnis pariwisata pada saat tertentu?

Melihat serba cepatnya segala sesuatu yang terjadi di dunia saat ini sering kali menimbulkan perasaan kewalahan pada diri seseorang. Wisatawan ingin kembali merasakan petualangan masa muda, kesejukan, atau pun kesederhanaan. Seperti pendapat Prof. Susan Krauss di Psychology Today, banyak orang mendambakan waktu yang tampak lebih sederhana, meskipun zaman itu bukanlah zaman kepolosan. Banyak orang pula menemukan kejemuan ketika semua harus dikaitkan dengan teknologi atau robot entah apapun itu. Futuristik memang luar biasa, tetapi klasik sungguh memesona.

Bernostalgia tidak berarti harus mundur dalam perkembangan diri. Justru dengan sesekali menyelam ke masa lalu akan mengingatkan tentang bagaimana seseorang pernah mengatasi tekanan hidup sebelumnya, yang dapat membantu diri ini memperkuat rasa percaya dalam menghadapi masa kini. Manusia menyimpan kenangan berharga dalam hatinya. Meskipun orang dan masanya sudah pergi, tetapi kenangannya tidak pernah pupus dari hati. Mengingat tren fesyen, makanan, musik, film, gaya arsitektur yang pernah dilalui dengan orang-orang dan memori terkasih memang menenangkan jiwa atau malah menimbulkan perasaan campur aduk yang menggemarkan. jbkj

Konsep pariwisata nostalgia mencoba mengingatkan dan mengulang perasaan masa lalu yang diidealkan di masa sekarang. Riset Mariana dan Luis (2018) menemukan bahwa nostalgia muncul sebagai motivasi penting dalam keputusan perjalanan. Studi lain oleh Jannine di Journal of Consumer Research mencatat bahwa orang yang mengalami nostalgia meningkatkan perasaan keterhubungan yang lebih besar dengan orang lain. Studi ini juga menunjukkan bahwa perasaan nostalgia menurunkan keinginan orang akan uang. Dengan kata lain, mereka lebih bersedia menghabiskan uangnya untuk membayar objek yang diinginkan. Selain itu, ada temuan menarik dari studi ini bahwa selama masa resesi, konsumen memang lebih enggan mengeluarkan uang mereka. Namun, nostalgia dapat digunakan untuk merangsang ekonomi, karena perasaan ingin bernostalgia ini melemahkan kemampuan mereka memprioritaskan uang.

Dikutip dari majalah WDW, saat seseorang melihat ke masa depan, semakin banyak hal akan datang dari taman hiburan yang akan membuatnya merasa nostalgia. Begitulah konsep Walt Disney World didesain untuk menciptakan kenangan luar biasa ketika mengunjunginya. Di seluruh taman ini, film masa kecil favorit dari Disney menjadi hidup. Bisa dalam bentuk atraksi seperti Peter Pan's Flight atau pondok-pondok seperti Pinocchio's Village Haus atau Cinderella Castle. Oleh mengapa, Walt Disney World ini cocok dikatakan contoh klasik dari pariwisata nostalgia. Pengunjung yang datang ke taman ini sebagai anak-anak di tahun 1970-an dapat kembali bersama anak-anak mereka sendiri, menemukan atraksi-atraksi yang hampir sama seperti yang mereka ingat dahulu. Bukan hanya itu, untuk menurunkan cinta Disney ke generasi berikutnya, WDW telah menciptakan Star Wars: Galaxy's Edge di

Disney's Hollywood Studios yang akan menciptakan nostalgia luar biasa bagi para penggemar Star Wars.

Pariwisata nostalgia di sini dapat pula diartikan secara luas yang mencakup industri kreatif yang melekat, termasuk mengapa gaya vintage dan retro kembali populer? Bagi generasi yang pernah merasakan langsung, tren ini mengingatkan petualangan masa muda mereka dalam waktu yang seakan lebih lambat. Meskipun milenial dan Gen Z tidak benar-benar ada di sana untuk menyaksikan gelombang pertama tren ini, mereka terlihat ingin menebusnya untuk inspirasi gaya hidup yang "adorable" dengan menyelam ke masa lalu. Semakin jelas, industri kreatif seperti film dan musik kembali menyentuh gelombang nostalgia era lawas. Ambil saja contoh, lagu Blinding Lights dari The Weeknd dan album Future Nostalgia dari Dua Lipa yang meledak di pasar masa kini tetapi hidup dengan nuansa diskopop era 80-an.

Di setiap sudut kota, konsep kafe pun semakin banyak ditemui nuansa-nuansa klasik atau jadul seperti bergaya rumah dan perabotan vintage, konsep retro yang ngejreng, atau konsep-konsep klasik Asia Timur (Jepang, Korea, Hong Kong). Bernostalgia membuat kita berpikir betapa romantisnya masa-masa itu dan membuat kita ingin merasakan bagian dari masa itu kembali.

---

Associate Partner Publication



Naskah telah dipublikasikan di **Beritabaru.co**  
pada tanggal, 16/2/2022

<https://beritabaru.co/masa-depan-wisata-nostalgia/>