

**STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA
UNTUK GENERASI Z: PANDUAN KREATIF
DAN INOVATIF**

Penulis

Wan Suryani

Alfifto

Finta Aramita

Indawati Lestari

Diterbitkan oleh:

Universitas Medan Area Press

**STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA
UNTUK GENERASI Z: PANDUAN KREATIF
DAN INOVATIF**

Penulis

Wan Suryani
Alfifto
Finta Aramita
Indawati Lestari

Desain Cover:
Alfifto

Edit Layout:
Wan Suryani

Editor:
Yuan Anisa

ISBN

**Hak cipta dilindungi oleh undang-undang dilarang mengutip atau
memperbanyak Sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa seizin
tertulis dari Penerbit**

Diterbitkan oleh:

Universitas Medan Area Press

**Address: Jalan Kolam Nomor 1, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei
Tuan, Deliserdang, Sumatera Utara**

Telephone: 061-7366878, e-mail: pghc@uma.ac.id

KATA PENGANTAR



Kami mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya yang memungkinkan kami dapat penyelesaian buku referensi ini, "Strategi Pemasaran Pariwisata untuk Generasi Z: Panduan Kreatif dan Inovatif." Penulisan buku ini bertujuan memberikan panduan lengkap kepada pelaku industri pariwisata, institusi pendidikan, dan mahasiswa yang ingin memahami serta mengembangkan strategi pemasaran sesuai karakteristik Generasi Z.

Generasi Z, yang lahir di era teknologi, memiliki pola pikir, preferensi, dan perilaku konsumsi yang berbeda. Kelompok ini tidak hanya mengandalkan pengalaman visual, tetapi juga mengutamakan nilai personalisasi, keberlanjutan, dan keterlibatan aktif dalam setiap aktivitas, termasuk kegiatan pariwisata. Pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan mereka menjadi faktor penting dalam pemasaran pariwisata kontemporer.

Buku ini memuat tujuh bab yang membahas berbagai aspek pemasaran pariwisata untuk Generasi Z. Bab-bab tersebut mencakup pemahaman karakteristik demografi hingga penerapan strategi inovatif, seperti pemanfaatan teknologi digital, personalisasi pengalaman, dan kampanye kreatif. Setiap bab menyajikan studi kasus, analisis tren, dan saran

praktis yang relevan dengan kondisi industri pariwisata saat ini.

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penulisan buku ini. Semoga buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat dalam dunia pendidikan serta mendukung kemajuan sektor pariwisata yang ada diberbagai kota di Indonesia.

Medan, 2025

Penulis

SINOPSIS

Buku "**Strategi Pemasaran Pariwisata untuk Generasi Z: Panduan Kreatif dan Inovatif**" menawarkan panduan lengkap dan praktis. Buku ini membantu para pelaku industri pariwisata, mahasiswa, dan akademisi memahami serta menjangkau pasar Generasi Z.

Generasi Z tumbuh dalam era digital. Kelompok ini membutuhkan pendekatan pemasaran yang relevan, kreatif, dan inovatif. Penulis membahas fitur dan perilaku konsumsi Generasi Z secara mendalam. Buku ini mengulas prospek pasar pariwisata serta strategi pemasaran digital berbasis teknologi dalam tujuh bab yang terstruktur.

Bab-bab dalam buku ini menjelaskan metode untuk menciptakan pengalaman wisata yang unik. Penulis memaparkan strategi melalui kampanye kreatif di media sosial serta pemanfaatan teknologi augmented reality dan gamification.

Setiap bab menyertakan studi kasus, analisis tren, dan saran praktis. Bagian ini membantu pembaca memahami strategi pemasaran yang dapat diterapkan secara langsung. Buku ini juga mengidentifikasi masalah yang dihadapi dalam pemasaran pariwisata untuk Generasi Z. Penulis menawarkan solusi praktis untuk memenuhi kebutuhan mereka. Bahasa yang jelas dan pendekatan sistematis menjadikan buku ini referensi penting. Buku ini membantu membangun strategi pemasaran pariwisata yang efisien, relevan, dan sesuai dengan pasar kontemporer.

DAFTAR ISI

Bab 1: Memahami Generasi Z	1
1.1. Profil Generasi Z	1
1.2. Karakteristik Perilaku dan Preferensi Konsumsi.....	1
1.2.1 Karakteristik Perilaku Generasi Z	10
1.2.2 Preferensi Konsumsi Generasi Z.....	11
1.2.3 Pengaruh Media Sosial dan Influencer	12
1.2.4 Pola Konsumsi di Kedai Kopi.....	13
1.3. Peran Teknologi dan Media Sosial dalam	
Gaya Hidup Generasi Z	14
1.3.1 Interaksi Sosial dan Komunikasi Generasi Z	16
1.3.2 Pendidikan dan Pembelajaran Generasi Z.....	19
1.3.3 Identitas dan Ekspresi Diri Generasi Z	22
1.3.4 Kesehatan Mental dan Well-being Generasi Z .	25
1.3.5 Aktivisme dan Keterlibatan Sosial.....	27
1.3.6 Konsumsi Informasi dan Media	28
1.3.7 Gaya Hidup dan Konsumsi Generasi Z.....	31
1.3.8 Tantangan dan Peluang Bagi Generasi Z	33
Bab 2: Potensi Pasar Generasi Z dalam Pariwisata.....	35
2.1. Analisis Peluang di Industri Pariwisata.....	35
2.2. Tren Wisata Favorit Generasi Z	36
2.3. Faktor Penentu Keputusan Wisata	37
2.4. Studi Kasus: Destinasi yang Menarik Minat	
Generasi Z	38
Bab 3: Strategi Digital dalam Pemasaran Pariwisata..	39
3.1. Pemasaran Digital: Konsep dan Implementasi.....	39
3.2. Penggunaan Media Sosial untuk Promosi Pariwisata	43

3.3. Content Marketing yang Relevan dan Interaktif	48
3.4. Memanfaatkan Influencer dan Brand Ambassador	54

Bab 4: Pengalaman Wisata yang Personalisasi 61

4.1. Konsep Personalisasi dalam Pariwisata	62
4.2. Desain Pengalaman Wisata yang Berkesan	66
4.3 Strategi Implementasi Desain Pengalaman Wisata	69
4.4. Peran Feedback dan Ulasan dalam Meningkatkan Loyalitas	72
4.5. Studi Kasus: Membangun Hubungan dengan Wisatawan Gen Z.....	77

Bab 5: Inovasi dan Kreativitas dalam Promosi Pariwisata 84

5.1. Pemanfaatan Teknologi Virtual dan Augmented Reality.....	85
5.2 Kolaborasi dengan Sektor Lain untuk Diversifikasi Wisata	94
5.3 Strategi Gamifikasi dalam Pariwisata	95
5.4 Kelebihan Strategi Gamifikasi	96
5.5 tantangan Dan Keterbatasan Strategi Gamifikasi.....	97

Bab 6: Tantangan dan Solusi dalam Pemasaran Pariwisata untuk Generasi Z 99

6.1. Tantangan di Era Digitalisasi dan Perubahan Tren	99
6.2. Menangani Krisis dan Reputasi Brand.....	103
6.3. Adaptasi terhadap Keberlanjutan dan Pariwisata Hijau.....	106
6.4. Studi Kasus: Mengatasi Hambatan dalam Menarik Wisatawan Gen Z.....	108

Bab 7: Rekomendasi Praktis dan Kesimpulan 111

7.1. Langkah-Langkah Efektif dalam Pemasaran Pariwisata.....	111
7.2. Praktik Terbaik dari Industri Pariwisata.....	114
7.3. Prediksi Masa Depan Pariwisata untuk Generasi Z ...	116
7.4. Kesimpulan.....	119

DAFTAR TABEL

3.1 Empat Jenis Loyalitas Pelanggan Pembelian Ulang 79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Penduduk Indonesia (2013-2023).....	1
---	---