

TRANSFORMASI DESA WISATA

PARASITISME DIGITAL DAN TRANSFORMASI WISATA

Dr. Drs. Mengku Marhendi, M.Par.
Marnida Harefa, S.Par.



--- Transformasi ---

DESA WISATA

Parasitisme Digital dan Transformasi Wisata

**Dr. Drs. Mengku Marhendi, M.Par.
Marnida Harefa, S.Par.**



Penerbit KBM Indonesia

Adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku-buku penulis di tanah air indonesia, serta menjadi media *sharing* proses penerbitan buku

TRANSFORMASI DESA WISATA

Parasitisme Digital dan Transformasi Wisata

Copyright @2026 by Dr. Drs. Mengku Marhendi, M.Par., dkk

All rights reserved

PENERBIT KARYA BAKTI MAKMUR (KBM) INDONESIA
Anggota IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia) NO. IKAPI 279/JTI/2021
Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor) **081357517526 (Tlpn/WA)**

Penulis

Dr. Drs. Mengku Marhendi, M.Par.

Marnida Harefa, S.Par.

Desain Sampul

Eca Art

Tata Letak

Lailatul Nur Ula

Editor Naskah

Dr. Muhamad Husein Maruapey, Drs., M.Sc.

E-ISBN

978-634-278-510-2

15,5 x 23 cm, viii + 73 halaman

Cetakan ke-1, Juni 2026

Isi buku diluar tanggungjawab penerbit
Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di
DJKI-Kemenkumham dan isi buku dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
Memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
Tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

Website

<https://penerbitkbm.com>

www.penerbitbukumurah.com

Penjualan Buku

Website: <https://penerbitkbm.com/toko-buku/>

Shopee: @penerbitKBM

Youtube

@PenerbitKBMOfficial

Tiktok

@penerbitkbm

Email

naskah@penerbitkbm.com

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

- (i) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (ii) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (iii) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (iv) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar).



KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan anugerah-Nya sehingga buku yang berjudul "Transformasi Desa Wisata: Parasitisme Digital dan Transformasi Wisata" dapat diselesaikan dengan baik.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam sektor pariwisata. Kemajuan internet, media sosial, perangkat pintar, kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*), dan berbagai inovasi teknologi lainnya telah mengubah cara wisatawan memperoleh informasi, merencanakan perjalanan, menikmati destinasi, hingga membagikan pengalaman wisata kepada masyarakat luas. Transformasi tersebut menghadirkan berbagai peluang bagi pengembangan pariwisata, namun pada saat yang sama juga melahirkan tantangan baru yang perlu dipahami secara lebih mendalam.

Salah satu fenomena yang muncul dalam era digital adalah parasitisme digital, yaitu kondisi ketika penggunaan teknologi digital yang semula berfungsi sebagai sarana pendukung justru berkembang menjadi faktor yang mendominasi pengalaman wisata. Dalam situasi tertentu, wisatawan tidak lagi sepenuhnya berfokus pada interaksi langsung dengan destinasi, budaya, dan masyarakat lokal, melainkan lebih banyak berorientasi pada aktivitas digital seperti dokumentasi, publikasi konten, dan pencarian pengakuan sosial melalui media digital.

Buku ini disusun untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara perkembangan teknologi digital dan transformasi pengalaman wisata, khususnya dalam konteks desa wisata. Pembahasan dimulai dari perkembangan teknologi digital dan digitalisasi sektor pariwisata, konsep dan teori parasitisme digital, karakteristik wisatawan dalam ekosistem digital, hingga berbagai dampak yang ditimbulkan terhadap pengalaman wisata, interaksi sosial, serta pelestarian budaya lokal.

Selain itu, buku ini juga mengkaji bagaimana desa wisata menghadapi arus digitalisasi, termasuk melalui studi kasus Desa Wisata sebagai salah satu contoh implementasi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di era digital. Pada bagian akhir, buku ini membahas berbagai strategi pengelolaan desa wisata yang adaptif terhadap perkembangan teknologi serta prospek masa depan pariwisata desa yang berkelanjutan di tengah kemajuan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*), *smart tourism*, dan teknologi metaverse.

Penulis meyakini bahwa teknologi digital merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perkembangan pariwisata modern. Oleh karena itu, tantangan utama yang dihadapi bukanlah menghindari teknologi, melainkan bagaimana memanfaatkannya secara bijaksana agar mampu meningkatkan kualitas pengalaman wisata tanpa menghilangkan nilai-nilai autentisitas, budaya lokal, dan keberlanjutan yang menjadi fondasi utama pengembangan desa wisata.

Buku ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi akademisi, peneliti, mahasiswa, praktisi pariwisata, pengelola desa wisata, pemerintah daerah, maupun masyarakat umum yang memiliki perhatian terhadap pengembangan pariwisata di era digital. Lebih jauh lagi, buku ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan dan strategi pembangunan pariwisata yang berorientasi pada keberlanjutan.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan dan penyempurnaan pada masa mendatang.

Akhir kata, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan inspirasi dalam proses penyusunan buku ini. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat yang luas bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan praktik pariwisata di Indonesia.

Semarang, Februari 2026

Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....i

DAFTAR ISI v

Bab 1.

TRANSFORMASI PARIWISATA DI ERA DIGITAL 1

1.1. Perkembangan Teknologi Digital.....1

1.2. Digitalisasi Sektor Pariwisata.....3

1.3. Munculnya Wisatawan Digital 4

Bab 2.

KONSEP DAN TEORI PARASITISME DIGITAL 7

2.1. Pengertian Parasitisme Digital.....7

2.2. Karakteristik Parasitisme Digital.....9

2.3. Bentuk-Bentuk Parasitisme Digital 10

2.4. FOMO dan Validasi Sosial.....12

Bab 3.

WISATAWAN DIGITAL DAN TRANSFORMASI WISATA 15

3.1. Karakteristik Wisatawan Digital 15

3.2. Digital Native dan Perubahan Perilaku Wisata.....18

3.3. Transformasi Pengalaman Wisata di Era Digital 19

3.4. Media Sosial dan Pengalaman Wisata 21

3.5. Pengalaman Wisata sebagai Komoditas Digital.....22

Bab 4.

DESA WISATA DI TENGAH ARUS DIGITALISASI 25

4.1. Konsep Desa Wisata 25

4.2. Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Tourism*) 27

4.3. Digitalisasi Desa Wisata.....	28
4.4. Peluang dan Tantangan Desa Wisata di Era Digital.....	29

Bab 5.

PARASITISME DIGITAL DALAM TRANSFORMASI

WISATA	33
5.1. Konsep Parasitisme Digital dalam Pariwisata.....	34
5.2. Perkembangan Parasitisme Digital pada Aktivitas Wisata	36
5.3. Faktor-Faktor Pendorong Parasitisme Digital	38
5.4. Manifestasi Parasitisme Digital dalam Pengalaman Wisata	39
5.5. Parasitisme Digital sebagai Tantangan Transformasi Pengalaman Wisata	40

Bab 6.

FENOMENA PARASITISME DIGITAL DALAM WISATA... 43

6.1. Pengalaman Wisatawan di Era Digital	43
6.2. Ketergantungan terhadap Perangkat Digital.....	44
6.3. Aktivitas Media Sosial Selama Berwisata.....	45
6.4. Pencarian Validasi Sosial	45
6.5. Transformasi Makna Pengalaman Wisata.....	46

Bab 7.

DAMPAK PARASITISME DIGITAL TERHADAP

BERWISATA	49
7.1. Dampak Positif Parasitisme Digital terhadap Pengalaman Wisata	49
7.2. Dampak Negatif Parasitisme Digital terhadap Pengalaman Wisata	51
7.3. Dampak terhadap Interaksi Sosial	52
7.4. Dampak terhadap Pelestarian Budaya Lokal	53

Bab 8.

STRATEGI PENGELOLAAN DESA WISATA DI ERA

DIGITAL	55
8.1. <i>Smart Tourism Village</i>	55
8.2. <i>Digital Wellbeing Tourism</i>	57
8.3. Penguatan Pengalaman Autentik.....	58

8.4. Kebijakan Pengelola Wisata dalam Menghadapi Parasitisme Digital.....	59
--	----

Bab 9.

PARIWISATA DESA BERKELANJUTAN	63
--	-----------

9.1. Tren Wisata Generasi Z.....	63
9.2. <i>Artificial Intelligence</i> (AI) dan Pariwisata.....	64
9.3. <i>Metaverse Tourism</i>	66
9.4. Pariwisata Berkelanjutan sebagai Masa Depan Desa Wisata	67

DAFTAR PUSTAKA.....	69
----------------------------	-----------

PROFIL PENULIS.....	73
----------------------------	-----------



Bab 1.

TRANSFORMASI PARIWISATA DI ERA DIGITAL

1.1. Perkembangan Teknologi Digital

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam sektor pariwisata. Kemajuan internet, perangkat seluler, media sosial, komputasi awan (*cloud computing*), kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*), dan teknologi berbasis data telah menciptakan pola interaksi baru antara masyarakat dengan informasi. Teknologi tidak lagi hanya berfungsi sebagai alat bantu komunikasi, tetapi telah menjadi bagian integral dari aktivitas sehari-hari, termasuk

dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi perjalanan wisata (Buhalis & Law, 2008).

Revolusi digital yang berlangsung sejak awal abad ke-21 telah mengubah perilaku konsumen secara signifikan. Akses informasi yang sebelumnya terbatas kini dapat diperoleh secara cepat melalui berbagai platform digital. Wisatawan dapat mencari informasi destinasi, membandingkan harga tiket, membaca ulasan pengguna, hingga melakukan pemesanan secara daring hanya melalui telepon pintar. Perubahan ini menunjukkan bahwa teknologi digital telah menjadi faktor penting yang memengaruhi pengambilan keputusan dalam aktivitas wisata (Xiang & Gretzel, 2010).

Kehadiran internet berkecepatan tinggi dan penggunaan smartphone yang semakin luas telah mempercepat transformasi tersebut. Menurut Gretzel et al. (2015), perkembangan teknologi informasi memungkinkan wisatawan memperoleh pengalaman yang lebih personal, interaktif, dan efisien selama melakukan perjalanan wisata. Kondisi ini menyebabkan berbagai pelaku industri pariwisata harus beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari.

Selain itu, perkembangan media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dan platform lainnya telah menciptakan ruang baru bagi masyarakat untuk berbagi pengalaman wisata. Aktivitas dokumentasi perjalanan yang dahulu bersifat pribadi kini berubah menjadi konsumsi publik yang dapat diakses oleh jutaan pengguna internet. Fenomena ini tidak hanya memengaruhi cara wisatawan menikmati perjalanan, tetapi juga mengubah strategi pemasaran destinasi wisata secara global (Kaplan & Haenlein, 2010).

Teknologi digital juga memungkinkan terjadinya integrasi berbagai layanan dalam satu ekosistem yang saling terhubung. Sistem pembayaran digital, peta digital, aplikasi transportasi

daring, layanan reservasi hotel, serta platform ulasan wisata membentuk sebuah jaringan yang mempermudah wisatawan dalam merencanakan dan menjalani perjalanan. Dengan demikian, teknologi digital telah menjadi fondasi utama dalam perkembangan industri pariwisata modern (Neuhofer, Buhalis, & Ladkin, 2015).

1.2. Digitalisasi Sektor Pariwisata

Digitalisasi sektor pariwisata merupakan proses pemanfaatan teknologi digital dalam seluruh aktivitas yang berkaitan dengan industri pariwisata. Digitalisasi tidak hanya mencakup penggunaan internet sebagai sarana promosi, tetapi juga melibatkan perubahan sistem operasional, manajemen destinasi, pelayanan wisatawan, serta pengelolaan informasi secara terintegrasi (Buhalis, 2003).

Dalam era digital, wisatawan dapat melakukan hampir seluruh aktivitas perjalanan secara mandiri melalui perangkat digital. Mulai dari pencarian informasi destinasi, pemesanan tiket transportasi, reservasi akomodasi, pembayaran, hingga pemberian ulasan dapat dilakukan secara daring. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi telah mengubah model bisnis pariwisata dari sistem konvensional menjadi sistem berbasis teknologi (Hjalager, 2010).

Perubahan tersebut memberikan berbagai manfaat bagi pelaku industri pariwisata. Bagi pengelola destinasi, digitalisasi memungkinkan promosi yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Media sosial dan platform digital dapat digunakan untuk menjangkau calon wisatawan dari berbagai wilayah bahkan lintas negara. Informasi mengenai destinasi dapat disebarluaskan secara cepat dan mudah melalui konten digital yang menarik (UNWTO, 2019).

Bagi wisatawan, digitalisasi memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi yang akurat dan terkini. Wisatawan dapat membandingkan berbagai pilihan destinasi, membaca pengalaman wisatawan lain, serta memperoleh rekomendasi berdasarkan preferensi pribadi. Kemudahan ini meningkatkan efisiensi perjalanan sekaligus memberikan pengalaman yang lebih personal (Gretzel et al., 2015).

Di sisi lain, digitalisasi juga melahirkan konsep-konsep baru dalam pengelolaan pariwisata, seperti *smart tourism*, *smart destination*, dan *smart tourism village*. Konsep-konsep tersebut menekankan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan kualitas layanan, efisiensi pengelolaan, serta keberlanjutan destinasi wisata (Gretzel, Sigala, Xiang, & Koo, 2015).

Dalam konteks desa wisata, digitalisasi dapat membantu promosi produk lokal, pemasaran paket wisata, pengembangan ekonomi kreatif, serta memperluas akses pasar bagi masyarakat desa. Oleh karena itu, transformasi digital menjadi salah satu strategi penting dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*).

Namun demikian, digitalisasi juga menghadirkan tantangan tersendiri. Ketergantungan yang berlebihan terhadap teknologi dapat mengurangi kualitas interaksi sosial dan pengalaman autentik wisatawan. Selain itu, tidak semua daerah memiliki akses teknologi yang memadai sehingga dapat menimbulkan kesenjangan digital (*digital divide*). Oleh karena itu, digitalisasi perlu diimbangi dengan penguatan nilai-nilai budaya, sosial, dan keberlanjutan agar manfaat yang dihasilkan dapat dirasakan secara optimal (UNWTO, 2021).

1.3. Munculnya Wisatawan Digital

Transformasi digital dalam sektor pariwisata telah melahirkan kelompok wisatawan baru yang dikenal sebagai wisatawan digital (*digital tourist*). Wisatawan digital adalah individu yang

memanfaatkan teknologi digital secara intensif dalam seluruh tahapan perjalanan wisata, mulai dari pencarian informasi, perencanaan perjalanan, aktivitas selama berwisata, hingga berbagi pengalaman setelah perjalanan selesai (Xiang & Gretzel, 2010).

Karakteristik utama wisatawan digital adalah tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap perangkat teknologi, terutama smartphone dan internet. Mereka menggunakan berbagai aplikasi dan platform digital untuk mendukung aktivitas wisata, seperti aplikasi pemesanan tiket, navigasi digital, media sosial, layanan pembayaran elektronik, serta platform ulasan destinasi (Neuhofer et al., 2015).

Generasi milenial dan generasi Z merupakan kelompok yang paling dominan dalam kategori wisatawan digital. Kedua generasi ini tumbuh dan berkembang di tengah kemajuan teknologi informasi sehingga memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap berbagai inovasi digital. Mereka lebih memilih memperoleh informasi melalui internet dibandingkan media konvensional, serta lebih percaya pada ulasan pengguna lain dibandingkan promosi resmi dari pengelola destinasi (Dimock, 2020).

Salah satu karakteristik penting wisatawan digital adalah kecenderungan untuk mendokumentasikan dan membagikan pengalaman wisata secara langsung melalui media sosial. Aktivitas seperti mengambil foto, membuat video pendek, melakukan siaran langsung, serta mengunggah konten perjalanan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pengalaman wisata mereka. Dalam banyak kasus, pengalaman wisata tidak lagi dinikmati secara pribadi, tetapi juga menjadi sarana membangun identitas dan citra diri di ruang digital (Kasali, 2019).

Fenomena ini memunculkan istilah *travel for content*, yaitu kecenderungan wisatawan mengunjungi suatu destinasi karena potensi konten digital yang dapat dihasilkan. Destinasi yang

memiliki daya tarik visual tinggi atau dikenal sebagai tempat yang *instagramable* cenderung lebih diminati dibandingkan destinasi yang menawarkan pengalaman budaya yang mendalam namun kurang menarik secara visual (Preko, Kosiba, & Einstein, 2022).

Di satu sisi, keberadaan wisatawan digital memberikan keuntungan bagi destinasi wisata karena mereka berperan sebagai agen promosi yang efektif melalui konten yang dibagikan di media sosial. Namun di sisi lain, muncul berbagai tantangan seperti menurunnya kualitas interaksi sosial, meningkatnya orientasi pada pencitraan digital, serta berkurangnya kemampuan wisatawan untuk menikmati pengalaman secara langsung. Kondisi ini menjadi salah satu faktor munculnya fenomena parasitisme digital dalam sektor pariwisata (Ernawati & Hananto, 2023).

Oleh karena itu, pemahaman mengenai karakteristik wisatawan digital menjadi sangat penting bagi pengelola destinasi wisata. Strategi pengelolaan pariwisata masa depan tidak hanya harus mampu memenuhi kebutuhan teknologi wisatawan, tetapi juga perlu menciptakan pengalaman yang autentik, bermakna, dan berkelanjutan. Dengan demikian, teknologi digital dapat berfungsi sebagai alat pendukung yang memperkaya pengalaman wisata, bukan menggantikan esensi utama dari aktivitas pariwisata itu sendiri.



DAFTAR PUSTAKA

- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart Tourism Destinations: Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*. Springer.
- 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.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., et al. (2022). Metaverse Beyond the Hype: Multidisciplinary Perspectives on Emerging Challenges, Opportunities, and Agenda for Research, Practice and Policy. *International Journal of Information Management*, 66, 102542.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). *Community-Based Tourism: A Success?*. ICRT Occasional Paper.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart Tourism: Foundations and Developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
- Inskip, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.

- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Pedoman Pengembangan Smart Tourism Village*. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12–25.
- Marwick, A. E. (2015). Instafame: Luxury Selfies in the Attention Economy. *Public Culture*, 27(1), 137–160.
- Montag, C., & Walla, P. (2016). Carpe Diem Instead of Losing Your Social Mind: Beyond Digital Addiction and Why We All Suffer from Digital Overuse. *Cogent Psychology*, 3(1), 1157281.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. New York: Routledge.
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Smart Technologies for Personalized Experiences: A Case Study in the Hospitality Domain. *Tourism Management*, 46, 567–580.
- Nuryanti, W. (1993). Concept, Perspective and Challenges of Tourism Village Development. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.
- Rosen, L. D. (2017). *The Distracted Mind: Ancient Brains in a High-Tech World*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Suansri, P. (2003). *Community Based Tourism Handbook*. Bangkok: REST Project.
- Tung, V. W. S., & Ritchie, J. R. B. (2011). Exploring the Essence of Memorable Tourism Experiences. *Annals of Tourism*

- Research*, 38(4), 1367–1386.
- UNESCO. (2021). *Digital Technologies and Cultural Heritage Preservation*. Paris: UNESCO Publishing.
- UN Tourism (UNWTO). (2019). *Global Report on Digital Transformation in Tourism*. Madrid: UNWTO.
- UN Tourism (UNWTO). (2023). *Global Tourism Trends and Sustainable Development Report*. Madrid: UNWTO.
- Walls, A. R., Okumus, F., Wang, Y., & Kwun, D. J. W. (2011). Understanding the Consumer Experience: An Exploratory Study of Luxury Hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(2), 166–197.
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of Social Media in Online Travel Information Search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188.



PROFIL PENULIS

Dr. Drs. Mengku Marhendi, M.Par.

- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia
- Program Studi S1 Pariwisata
- Tempat Lahir Pemalang, 30 Maret 1965
- Jenis Kelamin Laki-laki
- Jabatan Fungsional Lektor
- Dosen Tetap Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia
- Riwayat Pendidikan
 - Jenjang S1, IKIP Negeri Semarang
 - Jenjang S2, STIEPARI Semarang
 - Jenjang S3, Universitas Merdeka Malang

Marnida Harefa, S.Par.

- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia
- Program Studi S1 Pariwisata
- Tempat Lahir Sisarahili, 07 Maret 1999
- Jenis Kelamin Perempuan
- Riwayat Pendidikan
 - Jenjang S1, STIEPARI Semarang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam sektor pariwisata. Kemajuan internet, media sosial, perangkat pintar, kecerdasan buatan (Artificial Intelligence), dan berbagai inovasi teknologi lainnya telah mengubah cara wisatawan memperoleh informasi, merencanakan perjalanan, menikmati destinasi, hingga membagikan pengalaman wisata kepada masyarakat luas. Transformasi tersebut menghadirkan berbagai peluang bagi pengembangan pariwisata, namun pada saat yang sama juga melahirkan tantangan baru yang perlu dipahami secara lebih mendalam.

Salah satu fenomena yang muncul dalam era digital adalah parasitisme digital, yaitu kondisi ketika penggunaan teknologi digital yang semula berfungsi sebagai sarana pendukung justru berkembang menjadi faktor yang mendominasi pengalaman wisata. Dalam situasi tertentu, wisatawan tidak lagi sepenuhnya berfokus pada interaksi langsung dengan destinasi, budaya, dan masyarakat lokal, melainkan lebih banyak berorientasi pada aktivitas digital seperti dokumentasi, publikasi konten, dan pencarian pengakuan sosial melalui media digital.

Buku ini disusun untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara perkembangan teknologi digital dan transformasi pengalaman wisata, khususnya dalam konteks desa wisata. Pembahasan dimulai dari perkembangan teknologi digital dan digitalisasi sektor pariwisata, konsep dan teori parasitisme digital, karakteristik wisatawan dalam ekosistem digital, hingga berbagai dampak yang ditimbulkan terhadap pengalaman wisata, interaksi sosial, serta pelestarian budaya lokal.

Selain itu, buku ini juga mengkaji bagaimana desa wisata menghadapi arus digitalisasi, termasuk melalui studi kasus Desa Wisata sebagai salah satu contoh implementasi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di era digital. Pada bagian akhir, buku ini membahas berbagai strategi pengelolaan desa wisata yang adaptif terhadap perkembangan teknologi serta prospek masa depan pariwisata desa yang berkelanjutan di tengah kemajuan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence), smart tourism, dan teknologi metaverse.

