Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia p–ISSN: 2541-0849 e-ISSN: 2548-1398
Vol. 7, No. 11, November 2022

KAJIAN *CREATIVE TOURISM* MELALUI PROSES *CO-CREATION* PADA AKTIVITAS *VOLUNTOURISM* DI KAMPUNG WISATA CISANGKAL

Rachmat Syam, Zendra Haris Prasetya
Prodi Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata NHI Bandung, Indonesia
Email : rat@stp-bandung.ac.id, zendraharis@gmail.co.id

Abstract

Aktivitas *voluntourism* yang dilaksanakan pada Kampung Wisata Cisangkal belum menghasilkan penciptaan kreatif berupa produk *tangible* atau pengetahuan yang dapat terus di kembangkan oleh masyarakat setempat. Selain itu, penelitian dan pengembangan terkait topik *creative tourism* belum banyak membahas terkait hubungan atau potensi irisan dari *creative tourism* dengan *voluntourism.* Melalui kajian deskriptif dengan pendekatan kualitatif penelitian ini bertujuan menggali proses *Cocreation* yang ada pada aktivitas, serta menghasilkan kerangka konseptual sederhana proses *Co-creation* pada aktivitas *Voluntourism* di Kampung Wisata Cisangkal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tiap *stakeholder* berperan aktif dalam proses c*o-creation* pada aktivitas *voluntourism*. Wisatawan berperan sebagai *center of experience* dengan didukung oleh penyedia jasa dan masyarakat lokal. Dimensi dalam proses *Co-creation* tidak dapat berdiri sendiri dan saling berhubungan. *Co-creation* berpengaruh pada pembentukan pengalaman yang memiliki nilai tambah kreatif, unik dan terbarukan bagi tiap *stakeholder* yang terlibat.

Kata Kunci*: Co-creation; creative experience; creative tourism; Voluntourism.*

Abstract

Voluntourism activities carried out in Cisangkal Tourism Village have not produced creative creations in the form of tangible products or knowledge that can continue to be developed by the local community. In addition, research and development related to the topic of creative tourism has not discussed much related to the relationship or potential intersection of creative tourism with voluntourism. Through a descriptive study with a qualitative approach, this research aims to explore the Cocreation process that exists in activities, as well as produce a simple conceptual framework for the Co-creation process in Voluntourism activities in Cisangkal Tourism Village. The results of this study show that each stakeholder plays an active role in the co-creation process in voluntourism activities. Tourists act as a center of experience supported by service providers and local communities. Dimensions in the Co-creation process cannot stand alone and are interconnected. Co-creation has an effect on the formation of experiences that have creative, unique and renewable added value for each stakeholder involved.

Keywords: *Co-creation; creative experience; creative tourism; Voluntourism.*

How to cite:	Rachmat Syam, Zendra Haris Prasetya (2022) Kajian Creative Tourism Melalui Proses Co-Creation Pada Aktivitas Voluntourism di Kampung Wisata Cisangkal, *(7) 11,* http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i11.12221
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

Pendahuluan

Kreativitas secara konkrit mulai digunakan sebagai *development tool* dalam lingkup penyelesaian masalah ekonomi dan sosial (Richards, 2011). Berdasarkan fakta tersebut kreatifitas dipertimbangkan oleh pembuat kebijakan sebagai pemecahan dan perwujudan pelaksanaan pariwisata berkelanjutan. *Creative tourism* pun merupakan salah satu strategi kemenparekraf dalam mendorong pengembangan pariwisata Indonesia yang berkelanjutan. Hal tersebut ditunjukkan Kemenparekraf dengan mensinergikan industri pariwisata dan industri kreatif. Pariwisata kreatif Indonesia didefinisikan dalam bentuk program berkelanjutan yang bermanfaat bagi masyarakat lokal dan mengoptimalkan sumber daya kreatif dalam 17 sub sektor ekonomi terutama kuliner, kriya dan fesyen (Harjawati, 2020).

Creative tourism juga cukup sering dibahas dalam kajian-kajian akademis, terdapat 72.000 artikel ilmiah yang dipublikasi dari tahun 2018 hingga 2023 (Rahman et al., 2021). Menurut Richards Greg (Richards, 2011, 2014; Richards & Palmer, 2012), menyimpulkan bahwa *Participation, Co-creation,* dan *edutainment* merupakan kata kunci dalam memahami *creative tourism*.

Creative tourism sangat dekat dengan manfaat dan keberlanjutannya, begitu pula dengan pariwisata berbentuk kegiatan kegiatan prososial, salah satunya adalah *Volunteer tourism* (VT) atau *Voluntourism* yang kombinasi terintegrasi antara *leisure travel* dan kegiatan kerelawanan (Milne & Ladner, 2018). Kampung Wisata Cisangkal menyajikan konsep Pariwisata Berbasis Masyarakat (CBT) yang dikemas dengan kegiatan Agroeduwisata dan *Voluntourism* (Afina et al., 2022). Aktivitas *Voluntourism* yang pernah dilakukan pada Kampung Wisata Cisangkal adalah aktivitas dengan nama "Socpacker ke-9 dengan komposisi 50% aktivitas prososial dan 50% berwisata (Yuliawati et al., 2022). Terdapat dua aktivitas utama pada Socpacker ke-9 yaitu susur hutan cisangkal dan aktivitas prososial *fun learning* bersama anak-anak setempat dimana wisatawan berperan sebagai pengajar untuk memberikan materi tentang arah mata angin.

Mempertimbangkan keberlanjutan dan kebermanfaatan sebagai dasar bagi adanya aktivitas wisata di Kampung Wisata Cisangkal, *fun learning* yang dilakukan belum mengembangkan kreativitas anak-anak setempat dan wisatawan kearah penciptaan kreatif berupa produk *tangible* atau pengetahuan yang dapat terus di kembangkan oleh masyarakat setempat. Berdasarkan hal tersebut perlu ada nilai tambah kreatif yang dapat digali dari proses *Co-creation* yang terindikasi pada aktivitas *Voluntourism* di Kampung Wisata Cisangkal untuk dapat memberikan manfaat secara optimal bagi tiap stakeholder terutama bagi masyarakat local dan wisatawan.

Aktivitas *voluntourism* di Kampung Wisata Cisangkal menitikberatkan pengalaman wisatawan pada peran mereka sebagai relawan yang mengindikasikan adanya proses *cocreation* dalam aktivitas bersama penyedia jasa dan masyarakat local. Oleh karena itu Kajian *creative tourism* melalui Co-*creation of tourist experience* (Galvagno & Giaccone, 2019). Pada aktivitas *Voluntourism* di Kampung Wisata Cisangkal oleh Social Traveling Indonesia menjadi sangat menarik dan diperlukan guna mengeksplorasi dan menggali lebih dalam potensi terjadinya proses *Co-creation.* Selain

itu, penelitian ini didorong oleh urgensi akademis dimana penelitian dan pengembangan terkait topik *creative tourism* belum banyak membahas terkait hubungan atau potensi adanya irisan dari *creative tourism* dengan konsep/model pariwisata berbasis kegiatan prososial dengan bentuk aktivitas *volunteering* atau *volunteer tourism.* Proses *Co-creation* sebagai salah satu inti dari konsep *creative tourism* (Richards & Palmer, 2012) membuat penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan kerangka konseptual sederhana dengan Cocreation sebagai added value yang dapat berguna untuk mengembangkan *creative tourism experience* dari aktivitas Voluntourism di Kampung Wisata Cisangkal.

Tinjauan Pustaka

Creative tourism menggeser perspektif pariwisata yang berfokus pada produk pariwisata atau pengalaman yang ditawarkan oleh provider atau masyarakat lokal (desa wisata) kepada wisatawan, menjadi produk pariwisata yang mendorong dan memberikan keleluasaan wisatawan untuk berpartisipasi aktif dengan seluruh *stakeholder* yang ada dalam membentuk pengalaman berwisata mereka (Cabeça, 2020). Greg Richard (2011, 2014; 2012), beliau menyimpulkan bahwa *Participation, Co-creation,* dan *edutainment* merupakan kata kunci dalam memahami *creative tourism*.

Co-creation sendiri merupakan proses menyingkirkan prefabricated experience pada suatu produk(Binkhorst, 2009). Mariana Carvalho (2021) menjelaskan dimensi paling representatif dari pengalaman *Co-creation* pada pariwisata, yaitu *Interaction, Participation, Engagement,* dan *Personalization.*

Dalam pembentukan pengalaman, *interaction* dapat terjadi pada konteks sosial, fisik, bahkan visual (Neuhofer et al., 2012). Interaksi sosial, fisik dan teknologi merupakan inti dari pengalaman wisatawan, interaksi berperan sebagai kunci pembentukan pengalaman berwisata dari sudut pandang wisatawan. Kepuasan menyeluruh dari wisatawan merupakan konsekuensi dari interaksi wisatawan dengan berbagai aspek yang ada di daya tarik wisata (Carvalho et al., 2021).

Participation dari wisatawan didorong dengan memberikan kesempatan pada mereka untuk bertanggung jawab dalam membentuk pengalaman berwisata mereka sendiri (Kennedy, 2022). Partisipasi psikologis yang bisa wisatawan lakukan dapat berbentuk keterlibatan kognitif dalam menstimulasi pertukaran pengetahuan pada proses pembelajaran, (Campos et al., 2015) (Minkiewicz et al., 2014) (Carvalho et al., 2021) selain itu partisipasi aktif wisatawan juga berkontribusi dalam perluasan pengetahuan, serta kemampuan, dan dengan demikian hal itu akan memberikan mereka *educational experiences* yang unik.

Engagement berkaitan dengan penyelaman serta pemahaman koginitif dan emosional dari suatu pengalaman (Minkiewicz et al., 2014). *Cognitive engagement* terkait dengan rasa refleksi pribadi pada pengalaman serta hasil pembelajaran yang meliputi keinginan untuk mengetahui lebih banyak, melibatkan pertanyaan tentang prekonsepsi dan sikap terhadap suatu pengalaman tersebut, sedangkan *emotional engagement* merupakan keterlibatan yang timbul dari koneksi dan perasaan relevansi pribadi terhadap pengalaman (Minkiewicz et al., 2014).

Personalization dapat diartikan sebagai proses wisatawan menciptakan pengalaman mereka dalam memenuhi kebutuhan melalui kustomisasi personal pada pengalaman yang dibutuhkan, interaksi dengan penyedia layanan, serta teknologi yang mereka gunakan (Minkiewicz et al., 2014).

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif (Nassaji, 2015). Dengan pendekatan kualitatif (Creswell & Creswell, 2018). Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan narasumber yang dipilih berdasar kan *purposive sampling* terdiri atas, Tim Social traveling yang dapat diwawancarai berjumlah 3 orang dengan peran *project leader, documenter,* dan *liaison officer*, wisatawan yang dapat diwawancarai berjumlah 4 orang, serta masyarakat lokal 4 orang yang terdiri atas pengelola Kampung Wisata Cisangkal dan Local Savior. Sedangkan, data sekunder diperoleh melalui materi audio visual digital yang dapat berupa foto, videotape, halaman utama situs web, email, pesan teks, teks media sosial, atau segala bentuk suara (Creswell & Creswell, 2018). Analisis dilakukan melalui langkah - langkah sekuensial dari lingkup spesifik sampai general dan menggunakan berbagai level analisis (Creswell & Creswell, 2018) yang terdiri atas: 1) Pengorganisasian dan mempersiapkan data; 2) Pembacaan data; 3) Pengkodean; 4) Pembuatan deskripsi dan topik; 5) Interpretasi deskripsi dan topik. Triangulasi data (Creswell & Creswell, 2018). digunakan untuk menguji kabsahan data yang diperoleh dari penelitian.

Hasil Penelitian

Terletak di Dusun Mekarmulya Desa Bangunkarya Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran Jawa Barat, daya tarik utama KWC adalah Hutan Cisangkal yang merupakan Hutan adat. Hutan ini dijaga oleh masyarakat secara turun temurun sebagai sumber mata air penangkal kekeringan panjang (Afina et al., 2022). Kampung Wisata Cisangkal menawarkan kosep Pariwisata Berbasis Masyarakat (CBT) yang dikemas dengan kegiatan agroeduwisata, agroforestri dan *Voluntourism* (Afina et al., 2022). *Voluntourism* diterapkan karena menghasilkan pertukaran edukasi antara wisatawan dan masyarakat, begitupun sebaliknya sehingga lama tinggal wisatawan lebih bermanfaat (Afina et al., 2022). Menurut pengelola, *Voluntourism* sesuai dengan nilai dasar didirikannya KWC yaitu melakukan dan mengembangkan apapun yang dapat bermanfaat bagi masyarakat desa secara berkelanjutan. Salah satu aktivitas *voluntourism* yang dilakukan pada KWC adalah "Socpacker" yang merupakan kolaborasi antara Social Traveling Indonesia (Tim Soctrav) dengan masyarakat local (Pengelola atau yang disebut oleh Tim Soctrav sebagai Local Savior). Aktivitas terdiri atas kegiatan wisata berupa Susur Hutan Cisangkal dan *fun learning* Bersama anak-anak setempat.

***Interaction* pada Aktivitas *Voluntourism* di KWC**

Dimensi *interaction* pada proses *Co-creation* dapat ditemukan dalam bentuk interaksi fisik, interaksi sosial pada aktivitas susur hutan, interaksi sosial pada aktivitas

fun learning, serta interaksi sosial pada kondisi selain kedua aktivitas tersebut termasuk interaksi yang berkaitan dengan teknologi. Penyedia jasa (Tim Soctrav dan Local Savior) berperan sebagai perancang aktivitas yang memberikan ruang bagi wisatawan untuk berinteraksi dengan alam melalui susur hutan, serta memicu interaksi sosial aktif antar wisatawan dan masyarakat lokal selama aktivitas berlangsung, melalui aktivitas tambahan 'malam akrab' dan aktivitas *fun learning*.

Wisatawan berperan aktif dengan menunjukkan antusiasme mereka dalam menjalankan kegiatan Socpacker di Kampung Wisata Cisangkal. Antusiasme ditunjukkan dalam interaksi fisik dengan alam dengan melihat, dan menyentuh tumbuhan yang ada di hutan serta melalui pertanyaan-pertanyaan pada penyedia jasa. Pada awal aktivitas antusiasme tidak ditunjukkan oleh tiap wisatawan, namun antusiasme dari salah satu wisatawan memicu wisatawan untuk juga aktif berinteraksi. Interaksi juga ditunjukkan wisatawan percakapan-percakapan ringan seputar hal-hal unik yang terjadi saat menyusuri hutan, dalam bentuk komentar serta lelucon yang akhirnya membentuk suasana susur hutan yang mengasyikkan bagi wisatawan. Interaksi sosial lebih intens ditunjukkan wisatawan pada aktivitas *fun learning* bersama anak-anak setempat dimana wisatawan melakukan pendekatan pada anak-anak setempat, penyampaian pengajaran yang menarik untuk anak-anak setempat, serta berdiskusi dalam kelompok untuk menentukan metode penyampaian materi.

Participation pada Aktivitas *Voluntourism* di KWC

Pada pelaksanaan aktivitas *voluntourism* di KWC, wisatawan menunjukkan partisipasi baik secara fisik maupun psikologis atau kognitif serta partisipasi yang berkaitan dengan teknologi. Penyedia jasa (Tim Soctrav & Local Savior) berpartisipasi pada konteks pemberian arahan dan pengkondisian, sedangkan wisatawan berpartisipasi dalam mengeksplorasi alam dan melakukan pengajaran. Peran wisatawan dalam berpartisipasi pada tiap aktivitas adalah penggunaan kemampuan fisik maupun kognitif mereka

Wisatawan menggunakan keterampilan fisiknya untuk dapat menikmati alam hutan cisangkal serta mengeksplorasi hutan tersebut. Secara kognitif wisatawan berpartisipasi melalui penggalian informasi lebih dalam dari apa yang mereka amati di Hutan Cisangkal serta penjelasan oleh Local Savior. Penggalian informasi lebih dalam dilakukan melalui pertanyaanpertanyaan yang diajukan pada Local Savior serta inisatif untuk menggunakan internet sebagai sumber infromasi sekunder mereka.

Partisipasi kognitif yang lebih aktif lagi ditunjukkan wisatawan pada aktivitas *fun learning*. Wisatawan berimprovisasi untuk menentukan dan menyesuaikan metode ajar yang mereka gunakan pada anak-anak setempat. Improvisasi dilakukan melalui proses diskusi dalam kelompok ajar yang terdiri atas tiga wisatawan dan beberapa anak-anak. Metode ajar yang digunakan oleh wisatawan disesuaikan dengan karakteristik anak-anak pada kelompok ajar serta kemampuan personal wisatawan. Hal tersebut menghasilkan metode yang beragam dan unik bagi tiap kelompok ajar.

Engagement pada Aktivitas *Voluntourism* di KWC

Melalui aktivitas yang dilakukan (susur hutan dan *fun learning)* tiap stakeholder aktif terlibat secara emosional serta kognitif. Penyedia jasa dan wisatawan memiliki peran setara pada keterlibatan emosional, yang ditunjukkan melalui munculnya perasaan sama antara wisatawan Tim Soctrav maupun Local Savior, perasaan yang timbul dan terbagi adalah perasaan takjub dan bangga atas penuangan kemampuan mereka pada aktivitas.

Cognitive engagement ditunjukkan oleh tiap *stakeholder* dengan menyadari hal-hal yang mereka dapatkan dari pengalaman beraktivitas. Melalui wawancara wisatawan, Tim Soctrav dan Local Savior menyatakan bahwa mereka memperoleh inspirasi, peningkatan kemampuan serta yang penambahan pengetahuan dan wawasan. Terjadi peningkatan kemampuan yang dirasakan oleh wisatawan terutama pada kemampuan komunikasi, pengajaran dan kerja sama melalui aktivitas fun learning. Tim Soctrav dan Local Savior pun merasakan peningkatan kemampuan komunikasi dan manajerial dari koordinasi diantara mereka sebagai penyedia jasa.

Personalization pada Aktivitas *Voluntourism* di KWC

Pada Socpacker Ke-9 di Kampung Wisata Cisangkal, wiatawan menunjukkan personalisasi terhadap pengalaman mereka melalui komunikasi dengan penyedia jasa secara sosial, sedangkan personalisasi melalui teknologi tidak dapat di temukan.

Wisatawan diberikan ruang eksplorasi dan improvisasi dalam aktivitas oleh penyedia jasa untuk mempersonalisasikan pengalaman aktivitas mereka. Namun ruang tersebut tidak banyak diberikan oleh penyedia jasa dalam konteks personalisasi pada perencanaan aktivitas yang
'akan' dilakukan wisatawan. Aktivitas yang dilakukan wisatawan pada Kampung Wisata Cisangkal sudah dirancang sebelumnya, dan wisatawan hanya diberikan ruang personalisasi sangat kecil untuk ikut serta merancang dari keseluruhan aktivitas. Wisatawan hanya diberikan ruang dalam bentuk diskusi dalam penentuan keputusan jika terjadi hal darurat serta umpan balik pada aktivitas.

Pembahasan

Proses *Co-creation*

Proses co-creation dapat ditemukan pada aktivitas *voluntourism* di KWC. Interaksi dapat dikatakan sebagai gerbang dari proses co-creation (Jenal et al., 2015). Pada pada aktivitas *voluntourism* di KWC penyedia jasa berperan sebagai pemicu dan pelengkap dalam interaksi, sedangkan wisatawan berperan sebagai *center of experience* (Cabeça, 2020) dalam susur hutan dan fun learning di kampung wisata cisangkal. Melalui hal tersebut aktivitas tidak berpusat pada penyedia jasa atau produk namun pada wisatawan itu sendiri (Cabeça, 2020).

Melalui aktivitas susur hutan dan *fun learning*, penyedia jasa (Tim Soctrav dan Local Savior) memberikan ruang improvisasi dan eksplorasi pada wisatawan untuk menggunakan kemampuan dan pengetahuan mereka. Ruang imrpovisasi dan eksplorasi

tersebut merupakan kesempatan bagi wisatawan untuk bertanggung jawab dalam membentuk pengalaman berwisata mereka sendiri (Susanto, 2018). Dapat dikatakan bahwa proses penuangan pengetahuan dan kemampuan yang dilakukan oleh wisatawan dan juga penyedia jasa membentuk *educational experience* yang unik (Carvalho et al., 2021) dari partisipasi aktif dalam *proses do & learn* (Santos et al., 2015) yang mempertegas peran mereka sebagai *experience creator* pada aktivitas voluntourism yang dilakukan.

Tiap pihak pada aktivitas scopacker ke-9 di Kampung Wisata Cisangkal menunjukkan bahwa mereka mendalami pengalaman memahami lebih lanjut serta merelevansi pengalaman tersebut terhadap diri mereka (Minkiewicz et al., 2014). Melalui aktivitas yang dilakukan wisatawan dan penyedia jasa saling berbagi perasaan takjub dan bangga secara personal dan kolektif yang timbul dari koneksi dan perasaan relevansi pribadi terhadap pengalaman (Minkiewicz et al., 2014).

. Selain itu wisatawan dan penyedia jasa menyadari bahwa mereka bertukar inspirasi dan meningkatkan kemampuan sebagai bentuk *cognitive engagement* yang merupakan rasa refleksi pribadi wisatawan pada pengalaman serta hasil pembelajaran yang meliputi keinginan untuk mengetahui lebih banyak, melibatkan pertanyaan tentang prekonsepsi dan sikap terhadap suatu pengalaman tersebut (Minkiewicz et al., 2014). *Cognitive & emotional engagement* merupakan poin paling krusial dari *Co-creation* karena sangat mempengaruhi pengembangan pribadi (Mathis et al., 2016). Serta pembentukan kepuasan pengalaman subjektif bagi wisatawan jauh lebih dalam. (Carvalho et al., 2021).

Proses personalisasi dapat dikatakan sebagai proses wisatawan yang ‘menjahit’ pengalaman mereka sendiri (Minkiewicz et al., 2014) dengan *interaction, participation* dan *engagement* penyedia jasa wisata, serta melakukan kostumasi langung pada pengalaman (Minkiewicz et al., 2014). Namun, wisatawan tidak dapat menyesuaikan aktivitas yang dilakukan pada tahap perencanaan aktivitas. Idealnya aktivitas dapat di sesuaikan berdasarkan keragaman latar belakang sosial dan kultural wisatawan (Sugathan & Ranjan, 2019). Penyesuaian ini memungkinkan jika wisatawan turut serta dilibatkan dalam perencanaan aktivitas, ikut sertanya wisatawan dalam proses perancangan aktivitas dapat memenuhi kebutuhan wisatawan akan kustomisasi personal pada pengalaman yang dibutuhkan, melalui interaksi dengan penyedia layanan, serta teknologi yang mereka gunakan (Minkiewicz et al., 2014). Personalisasi pada aktivitas sangat mempengaruhi kualitas pengalaman *Co-creation* yang didapatkan, karena pengalaman yang bersifat sangat subjektif atau personal sangat mudah dikenang (Kim et al., 2012) serta memiliki nilai tambah pada keunikan dan keterbaruan.

Hubungan antar dimensi dalam proses *Co-creation*

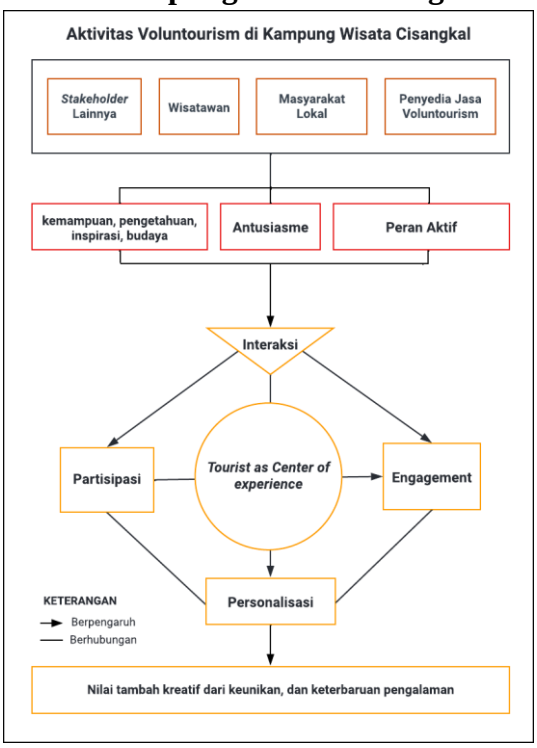
Sebagai suatu proses, maka bagian-bagian dari *Co-creation* saling berhubungan satu sama lain. Interaksi aktif yang ditunjukkan oleh wisatawan didorong oleh antusiasme wisatawan dalam membentuk pengalaman mereka sendiri (Carvalho et al., 2021). Interaksi membentuk suasana aktivitas, dan berdampak pada pada kondisi psikologis dan

proses kognitif (Ana Cláudia Campos, 2015) yang mempengaruhi ketertarikan dan kontribusi wisatawan dalam penuangan kemampuan dan pengetahuan sebagai bentuk partisipasi pada proses *do & learn* (Ana Cláudia Campos, 2015). *Engagement* yang ditunjukkan oleh wisatawan didorong oleh interaksi dan partisipasi aktif mereka yang menghasilkan kondisi kedekatan emosional dan kognitif tertentu (Ana Cláudia Campos, 2015) dalam aktivitas yang memudahkan terjadinya pertukaran inspirasi, peningkatan kemampuan serta yang penambahan pengetahuan dan wawasan. *interaction, participation* dan *engagement* yang ditunjukkan merupakan bagian dari proses wisatawan mem-personalisasi pengalaman mereka (Minkiewicz et al., 2014). saat melakukan aktivitas voluntourism.

Hubungan antar dimensi dalam proses *Co-creation*

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa tiap dimensi dalam proses *co-creation* saling berhubungan dan mempengaruhi atau mendorong satu sama lain. Melalui hubungan serta faktor pendorong tiap dimensi tersebut proses *Co-creation* pada aktivitas *voluntourism* dapat di visualisasikan dalam bentuk kerangka konseptual. Kerangka konseptual yang dipaparkan dihasilkan dari analisis pada temuan penelitian serta mengaitkannya dengan proses *Co-creation* dan *experiencescape* berdasarkan (Carvalho et al., 2021) untuk membentuk pengalaman *Cocreation* dari aktivitas (Santos et al., 2015). Kerangka konseptual ditunjukkan oleh gambar di bawah ini.

Gambar 1
Kerangka Konseptual Proses *Co-Creation* Pada Aktivitas *Voluntourism* di Kampung Wisata Cisangkal



Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Kerangka konseptual diatas menunjukkan bagaimana proses *Co-creation* terjadi pada aktivitas *Voluntourism* di Kampung Wisata Cisangkal. *Stakeholder*-yang terlibat pada aktivitas menunjukkan kemampuan, pengetahuan, inspirasi, dan budayanya sebagai bagian dari antusiasme mereka pada aktivitas dan menuangkan hal tersebut sebagai peran aktif mereka dalam aktivitas.

kemampuan, pengetahuan, inspirasi, dan budaya, serta antusiasme dan peran aktif ditunjukkan oleh tiap *stakeholder* dalam interaksi mereka baik secara fisik maupun sosial. Interaksi tersebut merupakan awalan dari partisipasi yang akan ditunjukkan, interaksi aktif mendorong keleluasaan *stakeholder* untuk menuangkan kemampuan, pengetahuan, inspirasi, dan budayanya pada partisipasi. Pengalaman interaksi dan partisipasi yang terjadi pada aktivitas mempengaruhi bagaimana tiap *stakeholder* memahami apa yang mereka dapatkan selama beraktivitas yang berkaitan dengan perasaan (*emotional*) dan pengembangan diri mereka (*cognitive*). Interaksi dalam aktivitas mempengaruhi bagaimana wisatawan melakukan personalisasi pada aktivitas yang mereka lakukan, melalui interaksi aktif wisatawan berperan aktif dalam berpartisipasi dan *engage* pada aktivitas, yang merupakan proses wisatawan menciptakan pengalaman unik personal mereka terhadap aktivitas yang mereka lakukan.

Keseluruhan proses *Co-creation* yang terjadi pada aktivitas *Voluntourism* di Kampung Wisata Cisangkal dapat mempengaruhi pembentukan pengalaman. Untuk dapat membentuk nilai kreatif, unik, dan terbarukan dari pengalaman aktivitas wisatawan, wisatawan harus menjadi *center of experience* dari aktivitas melalui proses co-creation yang berkesinambungan dimana interaksi, partisipasi, *engagement*, dan personalisasi sebagai bagian yang tidak dapat berdiri sendiri.

Kesimpulan

Aktivitas voluntourism di kampung Wisata Cisangakal dapat menghasilkan nilai tambah kreatif dan unik melalui pengalaman kreatif dari aktivitas *voluntourism*. Hal tiu memungkinkan karena keseluruhan proses *Co-creation* yang terjadi pada aktivitas *Voluntourism* di Kampung Wisata Cisangkal dapat mempengaruhi pembentukan pengalaman. Untuk dapat membentuk nilai kreatif, unik, dan terbarukan dari pengalaman aktivitas wisatawan, wisatawan harus menjadi *center of experience* dari aktivitas melalui proses co-creation yang berkesinambungan dimana interaksi, partisipasi, *engagement*, dan personalisasi sebagai bagian yang tidak dapat berdiri sendiri.

BIBLIOGRAFI

Afina, R., Qatrunnada, H., Kirani, H. A., Kencana, W. H., Budilaksono, S., Febrianty, F., & Gantina, D. (2022). Strategi Marketing Desa Wisata Berbasis Informasi dan Teknologi. *IKRAITH-Teknologi*, *6*(3), 7–17.

Cabeça, S. M. (2020). Community-based tourism, a means towards cultural heritage preservation: The case of Cante Alentejano (Alentejo, Portugal). In *The Routledge Handbook of Community-Based Tourism Management* (pp. 91–103). Routledge.

Campos, G. S., Bandeira, A. C., & Sardi, S. I. (2015). Zika virus outbreak, bahia, brazil. *Emerging Infectious Diseases*, *21*(10), 1885.

Carvalho, M., Kastenholz, E., & Carneiro, M. J. (2021). Interaction as a central element of co-creative wine tourism experiences—Evidence from Bairrada, a Portuguese wine-producing region. *Sustainability*, *13*(16), 9374.

Creswell, W. J., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Sage Publications Inc.

Galvagno, M., & Giaccone, S. C. (2019). Mapping creative tourism research: Reviewing the field and outlining future directions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, *43*(8), 1256–1280.

Harjawati, T. (2020). Model Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Syariah di Provinsi Banten. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, *1*(2), 187–206.

Jenal, R., Mukhtar, M., Yahya, Y., Hanawi, S. A., Mohamed, H., Elias, N. F., & Nor, N. M. (2015). Model Kepuasan Pengguna mySMS Berdasarkan Nilai Cipta-Sama. *Sains Humanika*, *4*(1).

Kennedy, P. S. J. (2022). Diskusi dengan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) mengenai Pengembangan Usaha Kuliner Tuak di Desa Wisata Bagot, Kawasan Danau Toba, Desa Parlondut Kabupaten Samosir. *AMMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(11), 1483–1491.

Kim, S. M., Kang, S.-W., Kwon, O.-N., Chung, D., & Pan, C.-H. (2012). Fucoxanthin as a major carotenoid in Isochrysis aff. galbana: Characterization of extraction for commercial application. *Journal of the Korean Society for Applied Biological Chemistry*, *55*(4), 477–483.

Mathis, E. F., Kim, H. L., Uysal, M., Sirgy, J. M., & Prebensen, N. K. (2016). The effect of co-creation experience on outcome variable. *Annals of Tourism Research*, *57*, 62–75.

Milne, L. R., & Ladner, R. E. (2018). Blocks4All: overcoming accessibility barriers to blocks programming for children with visual impairments. *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–10.

Minkiewicz, J., Evans, J., & Bridson, K. (2014). How do consumers co-create their experiences? An exploration in the heritage sector. *Journal of Marketing Management*, *30*(1–2), 30–59.

Nassaji, H. (2015). Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis. In *Language teaching research* (Vol. 19, Issue 2, pp. 129–132). Sage Publications Sage UK: London, England.

Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2012). Conceptualising technology enhanced destination experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, *1*(1–2), 36–46.

Rahman, N. K., Utami, S. B., & Pancasilawan, R. (2021). Kolaborasi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kreatif di Kota Bandung Studi Pada Bandung Creative Belt Sektor Cigadung. *JANE (Jurnal Administrasi Negara)*, *13*(1), 74–88.

Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, *38*(4), 1225–1253.

Richards, G. (2014). Creativity and tourism in the city. *Current Issues in Tourism*, *17*(2), 119–144.

Richards, G., & Palmer, R. (2012). *Eventful cities*. Routledge.

Santos, O. M., Campos, A. C., Santos, J. P., Santos, P. O. M., Caldas, E. L. C., Santos, A. D. F., Nascimento, E. R., Castro, R. S., & Azevedo, E. O. (2015). Agalaxia contagiosa em ovinos e caprinos do Estado de Sergipe: dados preliminares. *Scientia Plena*, *11*(4).

Sugathan, P., & Ranjan, K. R. (2019). Co-creating the tourism experience. *Journal of Business Research*, *100*, 207–217.

Susanto, A. (2018). Manajemen Mutu Sumber Daya Manusia Di Unit Rekam Medis Pku Muhammadiyah Surakarta. *Jurnal INFOKES Universitas Duta Bangsa Surakarta*, *8*(2).

Yuliawati, A. K., Wulung, S. R. P., Haniifah, N., Simbolon, M. T. O., & Saputra, G. K. O. (2022). Peningkatan Kapasitas Komunitas Desa Wisata Tentang Geoproduk dan Geowisata di Desa Bangunkarya Kabupaten Pangandaran. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(4), 1070–1077.

Copyright holder:
Rachmat Syam, Zendra Haris Prasetya (2022)

First publication right:
Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

