

Preferensi Wisata ala Lelaki (*Mancation*)

Fauzan Fadhillah Wangsamihardja¹, Tomy Andrianto²,
Dinarsiah Chendraningrum³

Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012

¹E-mail: fauzan.fadhillah.upw19@polban.ac.id

²E-mail: tomyandrianto@polban.ac.id

³E-mail: dinarsiah.chendraningrum@polban.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan kajian awal dari penelitian utama terkait perilaku wisatawan terkait dengan trend wisata ala lelaki atau biasa disebut *mancation*. *Mancation* adalah jenis wisata yang hanya memperbolehkan lelaki sebagai pesertanya karena pilihan aktivitas dan destinasi wisatanya dianggap hanya khusus lelaki. Salah satu contohnya seperti aktivitas ekstrim atau sekedar memenuhi kenyamanan jika hanya diikuti lelaki saja. Tujuan dari penelitian awal ini adalah memahami empat atribut preferensi wisatawan ala lelaki yaitu 1) aktivitas wisata, 2) pemilihan destinasi wisata, 3) jenis transportasi, dan 4) fasilitas menginap. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis deskriptif dari data wawancara yang mendalam kepada lima informan penelitian yang pernah melakukan wisata ala lelaki. Kriteria informan tentu saja lelaki, bersedia diwawancarai dan pernah melakukan wisata ala lelaki. Hasilnya aktivitas wisata bukan hanya membutuhkan tenaga ekstra dan ekstrim, namun juga menghabiskan waktu seperti ngobrol sambil bermain games bersama. Destinasi wisata yang banyak dipilih terkait alam termasuk situs bersejarah sampai ke tempat yang nyaman untuk ngobrol bersama. Tidak ada preferensi khusus mengenai transportasi, tetapi kendaraan motor menjadi pilihan utama selain kendaraan umum agar dapat menghabiskan waktu bersama. Begitu halnya dengan penginapan, tidak ada kategori khusus namun mayoritas memilih *Villa* atau Hotel sebagian lain memilih *homestay* atau rumah kerabat.

Kata Kunci

Mancation, preferensi wisatawan, destinasi wisata, aktivitas wisata, jenis transportasi, akomodasi.

1. PENDAHULUAN

Trend aktivitas wisata yang mulai muncul untuk diteliti dan menarik perhatian kembali adalah wisata ala lelaki (*mancation*). Tahun 2006 [1] istilah ini muncul pertama kali sebagai antithesis dalam film "*The Break-Up*" yang menggambarkan perjalanan kelompok lelaki namun terpisah dan berkumpul kembali. Tahun 2017 Ang [2] mencontohkan aktivitas wisata spa khusus lelaki dalam penelitiannya memahami perbedaan emosional antara perempuan dan lelaki dalam berwisata. Contoh yang diangkat menguatkan bahwa wisata jenis ini memang ada, seperti Four Season Las Vegas menawarkan spa khusus lelaki dan D Hotel Sin City merubah ruangan yang biasa dijadikan konvensi sebagai tempat bermain games yang teramat luas [2].

Dalam penelitian ini istilah *Mancation* digunakan untuk menggambarkan aktivitas wisata untuk para lelaki saja. Bahkan perempuan tidak disarankan untuk mengikutinya [3]. Alasannya bervariasi selain aktivitas wisata yang beresiko, dan bisa

menghabiskan tenaga yang lebih, bahkan melarang perempuan untuk berada dalam kelompok tersebut [3]. Alasan sederhananya juga terkait kenyamanan kelompok lelaki akan berkurang jika ada perempuan di dalamnya. Contoh aktivitas yang dilakukan bisa memancing dengan tombak, memanjat tebing, atau sekedar menghabiskan waktu dengan ngobrol (*nongkrong*) atau bermain *game* bersama kelompok lelaki.

Kenyamanan dalam penelitian ini ditetapkan berdasarkan aktivitas yang kelompok lelaki lakukan. Penelitian Hicks [4] menjelaskan kebanyakan lelaki menyukai hal-hal terkait games, olahraga ekstrim dan perempuan cantik yang mungkin tidak menjadi preferensi jika kegiatan ini dilakukan oleh perempuan. Contoh *mancation* juga ditawarkan oleh pengelola Las Vegas sebagai destinasi pilihan lelaki bahwa mereka bisa melakukan apapun disana [4].

Banyak penelitian yang hanya fokus meneliti perempuan karena dianggap lebih banyak melakukan perjalanan wisata. Seperti,

Gilmour [5] menyatakan bahwa 64% wisatawan global adalah perempuan dan sisanya adalah lelaki. Menurut Gilmour [5] lelaki juga tetap membutuhkan aktivitas wisata walaupun kebanyakan dari mereka fokus untuk bekerja dan lebih banyak dari mereka memiliki stress akibat pekerjaan tersebut. Seperti yang dilihat pada tabel dibawah ini,

Tabel 1. Wisata Berdasarkan Jenis Kelamin [5]

Jenis Kelamin	Persentase
Perempuan di US	63%
Lelaki di US	37%
Perempuan di seluruh dunia	64%
Lelaki di seluruh dunia	36%

Menariknya, data diatas mengungkapkan perempuan lebih banyak berwisata daripada lelaki, padahal pandangan secara tradisional perempuan lebih banyak di rumah. Belum lagi banyaknya resiko dan pelecehan yang bisa dialami perempuan di perjalanan. Hal ini mendorong banyak penelitian terkait perjalanan perempuan, khususnya perjalanan solo. Tidak banyak penelitian terkait perjalanan lelaki apalagi yang hanya bisa dilakukan ala laki-laki (*mancation*). Hal ini juga didorong karena saat perempuan bepergian dengan lelaki, perempuan lain, atau solo, perempuan banyak mendominasi dan mempengaruhi secara kuat nilai-nilai yang dipersiapkan pada industri pariwisata [6].

Selanjutnya APA (*American Psychological Association*) melakukan penelitian terkait stress dalam pekerjaan [7]. Menurut mereka stress tingkat tinggi terjadi karena pekerjaan. Pandangan umum perempuan lebih stress daripada lelaki karena kurangnya upah yang diterima, namun faktor lain akibat pekerjaan seperti keinginan untuk lebih maju, tertahannya motivasi dan penghargaan juga mendorong stress lebih banyak untuk lelaki [7]. Lelaki lebih cenderung untuk kabur dari kenyataan ketika stress atau melawan dengan kekerasan dan memiliki pendekatan berbeda dengan lelaki [8]. Intinya dari survey Taylor [8] lelaki juga membutuhkan *self healing* dari stress pekerjaan mereka dan banyak dilakukan dengan berwisata dalam jangka waktu tertentu.

Fenomena ini menjadi latar belakang bagaimana *mancation* mulai menarik dan muncul sebagai trend berwisata ala lelaki. Belum banyak penelitian yang mengambil topik ini, terutama dilakukan dinegara

berkembang seperti Indonesia. Belum banyak penelitian yang khusus memotret preferensi lelaki terkait komponen inti dari kegiatan perjalanan wisata dalam wisata ala lelaki. Preferensi lelaki dalam menentukan komponen inti perjalanan wisata seperti aktivitas, daya tarik wisata, transportasi dan penginapan menjadi sangat menarik ketika disambungkan dengan konsep *mancation*. Atribut komponen perjalanan inti dalam *mancation* ini akan menjadi pondasi dasar dalam penelitian besar terkait perilaku wisatawan baik lelaki atau perempuan dalam wisata ala lelaki nantinya.

2.KAJIAN TEORI

Pariwisata menggambarkan proses perjalanan yang menghabiskan waktu untuk tujuan rekreasi, relaksasi dan kesenangan dengan memanfaatkan produk/ layanan komersial dalam prosesnya [9]. Artinya pariwisata bukan hanya melakukan perjalanan jauh, tapi bisa juga dekat untuk tujuan rekreasi. Pada penelitian ini wisata yang dilakukan adalah wisata ala laki-laki dan berusaha memahami bagaimana preferensinya.

Preferensi wisata bisa berarti hal-hal yang menjadi poin pertimbangan dalam memilih aktivitas wisata [10]. Menurut Uge [10] preferensi dapat melihat hal-hal ideal yang ingin dialami dari perspektif pelaku dalam hal ini turis. Layanan dan pendamping perjalanan dalam melaksanakan aktivitas wisata, transportasi perjalanan dan akomodasi menjadi bagian dasar dari kebutuhan dasar dari motivasi mereka [11].

Beberapa penelitian juga menggunakan berbagai atribut dalam memahami preferensi, yaitu pilihan akomodasi [12], pengelolaan perjalanan [13], teknologi yang dipergunakan dalam perjalanan [14], dan aktivitas wisata yang dipilih dalam perjalanan wisata [11]. Dalam penelitian ini atribut yang dipilih menjadi empat, yaitu 1) aktivitas wisata, 2) Destinasi wisata, 3) transportasi, 4) akomodasi. Dalam kaitannya dengan wisata ala lelaki (*mancation*) penelitian ini menggunakan konsep dari McNary [3] yang sepakat bahwa peserta dalam wisata ala lelaki ini hanya diperbolehkan lelaki dan perempuan tidak diperkenankan untuk ikut serta.

Dari *Travel Ideas for Men* [15] terdapat berbagai macam contoh kegiatan *mancation*, yaitu mencicipi *whisky*, cerutu, seminar dengan koktail bahkan makan malam dengan pilihan tiga steak khusus. Konsep *mancation*

juga dikuatkan oleh studi yang menunjukkan 42% pria bertunangan menginginkan perjalanan wisata ala lelaki dengan rekan-rekan dalam kelompok lelaki [16]. Dalam Reed [3] menyampaikan istilah lain dari wisata ala lelaki, yaitu "*mancursions*", "*man trips*" atau "*fellas' trips*".

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian awal ini, metode kualitatif dianggap paling representatif untuk menggali preferensi apa saja yang informan sampaikan terkait komponen inti perjalanan wisata dalam *mancation*, yaitu aktivitas, destinasi, transportasi dan penginapan. Penelitian kualitatif dianggap lebih mampu menyelidiki ketidakjelasan social daripada penelitian kuantitatif [17, 18]. Pendekatan analisis deskriptif dianggap mampu menggali dan menemukan atribut penelitian untuk penelitian besar terkait perilaku wisatawan ala lelaki nantinya.

Dalam mendapatkan data penulis melakukan wawancara, observasi dan mempelajari dokumentasi terkait wisata *mancation* yang dilakukan para informan. Wawancara mendalam dilakukan terhadap lima orang informan dengan kriteria utama informan tersebut adalah lelaki dan pernah melakukan aktivitas wisata ala lelaki. Informan terpilih berdasarkan rekomendasi dari informan lain yang juga pernah melakukan wisata *mancation*.

Tabel 2. Profil Informan

Kode Informan	Umur	Pekerjaan/ Aktivitas
1.ATW	29	Pengusaha dan pemilik Travel Agent
2.MRP	22	Pengusaha dan Travel Influencer
3. HM	26	Pengusaha Travel Agent
4. FA	26	Tour Guide
5. AS	22	Travel Influencer

Pada tahapan wawancara penulis meminta izin untuk merekam keseluruhan isi wawancara. Setelah wawancara kemudian seluruhnya dibuat ke dalam transkrip wawancara. Tiga tahapan utama dalam proses mengolah wawancara, yaitu reduksi, tampilan dan rangkuman [18]. Dari transkrip yang ada penulis fokus mencari makna mendalam untuk menemukan jawaban [18]. Setelah data wawancara diolah lalu ditampilkan dengan deskriptif dengan analisis kode satu siklus

untuk memudahkan para pembaca memahami jawaban dari hasil penelitian [17].

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian merangkum beberapa data yang bersifat elaboratif berbentuk teks lisan atau naratif berdasarkan informasi dari narasumber yang sesuai dengan kriteria penelitian [19]. Peneliti menyajikan dan menguraikan hasil penelitian yang sudah diperoleh dari data penelitian. Komponen perjalanan menjadi atribut utama untuk memahami preferensi wisatawan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustini [20]. Dalam beberapa kasus, narasumber atau responden mungkin akan mewawancarai pewawancara. Hal ini mendorong diskusi mendalam tentang topik wawancara [20]. Atribut ini juga digunakan untuk menjabarkan hasil penelitian, yaitu atraksi wisata, daya Tarik wisata, transportasi dan pilihan penginapan. Keempat atribut ini menjadi pondasi utama dalam penelitian ini sehingga bisa mendukung penelitian selanjutnya, yaitu perilaku wisatawan.

Preferensi Aktivitas Wisata

Dari preferensi aktivitas wisata terdapat beberapa jawaban yang beragam dan menjadi penguat dari kajian oleh Kim [11] bahwa aktivitas adalah salah satu penentu dalam preferensi wisata. Walaupun begitu kebanyakan narasumber setuju bahwa aktivitas wisata yang menjadi preferensi lelaki adalah wisata ekstrim dan bertemakan alam seperti yang diungkapkan oleh MRP, HM dan ATW dibawah ini,

"Hmm, oke untuk pertanyaan yang pertama mengenai mancation mungkin bagi saya wisata untuk lelaki mungkin pendakian gunung atau yang lebih ke alam-alam ya karena itu lebih beresiko tinggi jika dibandingkan dengan perempuan" (MRP)

"Kalau menurut saya yaa. Mungkin kalau saat saya masih belum menikah dan berkeluarga, saya memilih wisata yang ekstrim seperti panjat tebing, mendaki gunung yang sangat tinggi, dan wisata alam lainnya, tapi tergantung mood juga sih karena saya juga suka wisata dengan konsep santai dan kalem seperti self-healing melihat pemandangan" (ATW)

Selain informasi diatas, sependapat dengan "*travel ideas for men*" [15] Informan AS dan FA berpendapat bahwa bersantai di tempat

nyaman mengobrol dengan topik ala lelaki seperti di *Cafe* atau bermain game bersama teman-temannya juga merupakan wisata ala lelaki yang sangat menyenangkan. Seperti pada kutipan berikut ini,

“Wisata dengan lelaki yaa kaya hangout dan bermain santai dengan teman-teman seperti nongkrong, lebih menarik lagi kalau aktivitas wisatanya yang menantang-menantang juga seperti arum jeram atau panjat tebing gitu, bisa juga dengan bermain game online agar mendapatkan keseruan saat melakukan kegiatan wisata gitu” (AS)

“Kalau untuk wisata dengan teman lelaki biasanya saya lebih cenderung ke wisata yang alam alam yang self-healing yang kaya gitu dan lain-lain, saya tidak terlalu suka dengan hal-hal yang berbau ekstrim apalagi naik wahana seperti itu, saya lebih menikmati wisata dengan tema alam” (FA)

Preferensi Destinasi Wisata

Preferensi kedua berkaitan dengan destinasi wisata. Kelima narasumber sepakat bahwa destinasi wisata cenderung bertemakan alam seperti gunung, danau, sungai. Seperti yang disampaikan dibawah ini,

“Kalau saya sih lebih suka berwisata ke gunung atau tebing yang tinggi ya kan untuk memancing adrenalin juga” (ATW).

“Hmm kalau saya lebih menyukai wisata alam-alam seperti gunung dan sungai, dan memang wisata yang berbau ekstrim kan lebih ke alam-alam seperti arum jeram dan pendakian gunung, sepertinya memang cocok banget untuk wisata dengan kelompok wisata yang hanya berisi lelaki di dalamnya” (HM)

“Baik, kalau saya lebih prefer untuk ke bukit atau danau-danau seperti itu kalau misalkan berwisata dengan teman lelaki, karena serasa lebih menyenangkan” (FA)

Pemilihan destinasi yang hanya diikuti lelaki menguatkan penelitian dari McNary [3] bahwa peserta perempuan tidak boleh ikut, karena destinasi yang dituju lebih cocok untuk lelaki.

Selain terkait destinasi wisata alam, ada juga preferensi destinasi yang berbeda dan unik seperti situs bersejarah atau horror agar bisa melakukan aktivitas bersama teman-teman

sekelompok, seperti yang disampaikan oleh AS,

“Hmm wisata bertemakan wisata lelaki sepertinya lebih ke gunung, sungai, atau tempat-tempat bersejarah ataupun yang bertemakan horror tourism ya biar keseruannya dapet, dan juga bonding bersama teman-teman juga” (AS)

Dari kelima informasi, pemilihan destinasi wisata ala lelaki mereka lebih menitikberatkan dengan tema lelaki dan bisa dilaksanakan dengan nyaman hanya dengan kelompok lakinya saja. Namun tidak berarti bahwa hanya lelaki yang bisa berkunjung ke destinasi wisata ini.

Preferensi Transportasi

Pada preferensi transportasi sebagian besar informan menyatakan bahwa kendaraan pribadi seperti menggunakan motor bersama-sama menjadi pilihan utama. Seperti yang disampaikan oleh ATW, MRP dan FA dibawah ini,

“Motor sih, kan kalo perempuan lebih suka kalau yang penting cepet sampai ke tujuan wisata, nah kan kalau lelaki biasanya lebih suka saat menikmati perjalanannya, yaa kaya touring lagi lah ya bareng bareng sama temen temen lakinya” (ATW)

“Oke mungkin untuk transportasi darat ya seperti bus dan kereta api karena lebih murah juga dan lebih hemat, dan kalau mungkin jika ingin hemat lagi khusus individu bisa melakukan hitchhiking melalui jalur darat, seperti menggunakan bus, kereta, atau kendaraan umum yang lainnya” (MRP).

“Oh, kalau untuk saya sejauh ini biasanya lebih prefer untuk menggunakan kendaraan pribadi seperti motor atau mobil, seperti itu” (FA)

Namun sebagian juga menjawab kebersamaan menjadi poin utama preferensi penggunaan transportasi seperti disampaikan oleh FA dan AS

“Untuk transportasi sih selama bersama teman-teman ya bebas namun kalau lebih prefer dari saya ya mungkin mobil atau motor untuk kelompok wisata yang berjumlah sedikit, kalau banyak ya bisa pakai bus” (AS)

“Bus, mobil, atau motor sih karena untuk lelaki biasanya kan tidak terlalu memikirkan transportasi dan lebih ke bonding dengan teman-teman pria nya jadi kalau untuk transportasi ya sepertinya lelaki tidak akan terlalu peduli dengan apapun transportasinya” (HM)

Preferensi Akomodasi

Terakhir terkait pilihan penginapan apabila diharuskan menginap, jenis penginapan/akomodasi apa yang menjadi referensi utama informan pada saat di perjalanan atau berada di destinasi wisata dalam kegiatan *mancation*. Pemilihan destinasi merupakan hal yang menjadi pertimbangan ketika memilih kegiatan wisata di alam seperti apa yang disampaikan oleh Baum [12]. Dari hasil wawancara intinya, kelima narasumber memilih akomodasi dan fasilitas menginap yang berbeda. Namun terdapat kesamaan dari jawaban para narasumber, yaitu ketersediaan kapasitas dan privasi. Sebagian besar menyebutkan Villa atau Hotel namun ada juga yang mencari rumah kerabat seperti yang disampaikan berikut ini,

“Kalau dari rekomendasi saya sendiri karena saya backpacker mungkin kalau untuk berkelompok bisa menginap di homestay atau hostel, jika sendirian bisa bermalam di dormitory dan itu harganya jauh sangat murah” (MRP)

“Yaa, untuk lelaki sih biasanya kan lebih memilih fasilitas menginap yang menyatu dengan teman-temannya, kalau kelompok wisatanya sedikit ya mungkin hotel juga bisa tapi kalau yang ikutnya banyak dapat memilih fasilitas menginap yang besar seperti Villa, atau sebagainya” (HM)

“Kalau misalkan memang pada saat berwisata harus menginap, saya lebih prefer untuk menggunakan homestay sih soalnya mungkin karena harganya selain terjangkau juga paling menginapnya hanya satu atau dua hari ini, jadi saya prefer nya lebih ke homestay” (FA)

“Villa sih, tapi kalau dengan budget yang rendah ya mungkin bisa mengambil penginapan atau hotel berbintang rendah, atau juga mungkin bisa menggunakan rumah teman di daerah tujuan wisata untuk lebih menghemat budget saat berwisata” (AS)

Setelah melakukan wawancara tahapan kedua adalah observasi. Observasi yang dilaksanakan oleh penyusun merupakan observasi partisipatif dimana menurut Sugiyono [21] data yang diperoleh dari metode ini akan lebih lengkap menguntungkan penyusun dalam memahami apa yang akan dijawab oleh sumber data yang diperoleh. Observasi yang penyusun lakukan adalah melakukan pencarian informasi di internet, yang dimana menjadi data sekunder setelah memperoleh data-data dari hasil wawancara. Data-data yang penyusun dapatkan dari internet kebanyakan adalah dari jurnal *online* yang didapatkan dari studi pustaka untuk mendukung penyusunan penelitian ini.

Selain menggunakan studi pustaka sebagai penyusunan penelitian ini, penyusun juga melakukan observasi dengan menonton seminar gratis yang membicarakan tentang pariwisata mengenai gender yang berjudul *Transforming Tourism Seminar: Gender, Equality and Tourism* para pembicaranya adalah: Andy Rutherford, Angela Kalisch, Baiq Sri Mulya (Lia), Ernest Cañada, Khawla Zainab, dan Stroma Cole sebagai moderator. Dengan menonton seminar ini penyusun dapat memahami kegiatan wisata yang mempengaruhi suatu gender dan juga dapat memahami kebiasaan lelaki dalam mengetahui preferensi berwisatanya.

Terkait Destinasi wisata guna menambah wawasan penyusun tentang subjek penelitian bisa melakukan observasi partisipatif dalam kegiatan seminar. Observasi partisipatif memungkinkan penulis mendapatkan data-data yang lebih komprehensif, mendalam hingga sampai pada tingkat pemahaman akan makna dari setiap perilaku yang tampak [22]. Menurut seminar yang diambil dari laman YouTube [23], sering diyakini bahwa analisis gender melibatkan penghitungan lelaki dan perempuan tanpa mempertimbangkan perbedaan di antara mereka. Bekerja dalam pariwisata dari perspektif gender memerlukan penggunaan analisis gender dan pentingnya untuk meningkatkan pembangunan berkelanjutan pariwisata itu sendiri [23]. Pengembangan pariwisata dengan perspektif gender menyiratkan analisis bagaimana perempuan dan lelaki berkontribusi, mengalami, dan secara individu atau kolektif dipengaruhi oleh pengembangan pariwisata tersebut. Oleh karena itu, para pembicara kebanyakan membicarakan wisata mengenai kebiasaan pemilihan wisata suatu gender dan

juga bagaimana mereka melakukan wisata [14].

Dari hasil observasi dengan cara menonton seminar ini, penyusun memahami bahwa gender adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi preferensi wisatawan, yang dikarenakan pemikiran serta psikologi dari suatu gender tersebut. Salah satu pembicara dalam seminar tersebut [14] berpendapat bahwa pemerintah perlu menerapkan strategi pariwisata dengan perspektif gender lintas sektoral atau merancang strategi pariwisata dari perspektif gender yang secara *de facto* menjadi bagian dari strategi pariwisata negara dan diprioritaskan dalam anggaran dan sumber dayanya. Hal ini tentu mengungkapkan perbedaan antara perempuan dan lelaki dalam melihat dunia pariwisata.

Setelah observasi kemudian penulis mempelajari dokumentasi dari apa yang informan sampaikan dalam kegiatan *mancation*. Dokumentasi menjadi salah satu bagian dari teknik pengumpulan data dari penelitian, di dalam dokumentasi terdapat: *e-book*, arsip, dokumen, tulisan, gambar, angka, dan laporan atau keterangan pendukung yang digunakan dalam penelitian [22]. Dari dokumentasi yang diperlihatkan penulis meyakini informan yang dijadikan narasumber terkonfirmasi cocok untuk menjadi informan dalam penelitian ini.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan empat hal penting terkait preferensi informan dalam *mancation*. Simpulan terbagi atas preferensi mereka terkait aktivitas wisata, daya tarik wisata pilihan, transportasi dan penginapan yang digunakan. Preferensi yang ditemukan dalam penelitian ini dianggap cukup dan bisa menjadi pondasi dasar dalam penelitian perilaku wisatawan secara lebih menyeluruh untuk wisata ala lelaki.

Aktivitas wisata utama yang dipilih oleh informan adalah wisata alam yang beresiko (ekstrim) dan sebagian lagi hanya menghabiskan waktu untuk *self-healing* mengobrol bersama teman-teman lelaki karena pembicaraan mereka khusus untuk lelaki saja. Pondasi dasar *self-healing* menjadi penentu karena tujuan *mancation* adalah menghilangkan stress. Hal ini senada dengan penelitian dari Andrianto [24] terkait wisata khusus lainnya yaitu halal, bahwa sederhananya pondasi dasar *halal-ness* perlu dipenuhi dulu agar wisata halal bisa dijalankan.

Dari sisi daya Tarik wisata, kebanyakan informan lebih suka dengan wisata alam yang bisa mengakomodir kegiatan beresiko tinggi (ekstrim) atau membutuhkan tenaga ekstra. Disamping wisata alam, juga pilihan situs bersejarah yang memiliki suasana berbeda, termasuk tempat nyaman seperti café bisa menjadi alternatif menghabiskan waktu mengobrol hati ke hati untuk *self-healing* bersama peserta perjalanan yang khusus diikuti dalam wisata ala lelaki.

Dari sisi transportasi dan akomodasi tidak ada preferensi khusus terkait *mancation*. Namun privasi menjadi pertimbangan, sehingga kendaraan pribadi seperti motor dan kamar hotel atau villa untuk berkumpul menjadi preferensi utama mereka. Informan lebih senang proses perjalanan dan menginap dengan budget rendah tapi juga bisa dipakai untuk mengobrol hati ke hati terkait pekerjaan dan topik lelaki lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Politeknik Negeri Bandung yang telah memberikan dana penelitian melalui skema Dana Bantuan TA tahun 2022. Terimakasih juga kepada kedua Orangtua penulis yang selalu mendukung dalam menyelesaikan penelitian ini. Apresiasi tak terhingga juga kepada para Dosen dan mahasiswa D3 - Usaha Perjalanan Wisata angkatan 2019 yang mendorong penelitian ini hingga selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Reed, P. (Director). (2006). *The Break-Up*. Universal Pictures [Motion Picture].
- [2] Ang, Katarina. (2017). *Differences in Emotional Intelligence in Men and Women in Tourism Dept. 1(1)*, 17-20. Predicara.
- [3] McNary & Dave. (April 18, 2007). "New Line, Bush take a 'Mancation'". Daily Variety.
- [4] Hicks, Tyree. (2019). *3 Epic Destinations for You and The Crew*. Journal Staff.
- [5] Gilmour, Mike. (2019). *Travel Statistics by Gender: 19 Facts Trends to Consider (Explained)*. Rvandplaya.
- [6] Gilmour, M. (2019). *The Power of Rapport: A Practical Guide to Build Trust, Increase Productivity and Develop Authentic Connections*. Mike Gilmour.
- [7] American Psychological Association. (2017). *Stress In America: The State of Ours*.
- [8] Taylor, S. E. (2015). *Health Psychology*. New York: McGraw-Hill Education.

- [9] Walton, J. K. (2021, September 28). *tourism*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/tourism>.
- [10] Uge, M. Y. (2012). *Preferensi Wisatawan Terhadap Tempat Wisata Kampung Adat Benda dan Wogo dengan Penggunaan Law of Comparative Judgement*. Malang: Jurusan Perencanaan Wilayah & Kota Fakultas Teknik Universitas Brawijaya.
- [11] Kim, A. &. (2008). *Understanding Preferences and Characteristics of Japanese Tourists to Hawaii*. Cognizant Communication Corporation.
- [12] Baum, C. &. (2007). *Motivation Factors of Ecotourists in Ecotodge Accommodation: The Push and Pull Factors*. Asia Pacific Journal of Tourism Research 12(4):349-364.
- [13] Kwong, W. &. (2004). *Outbound Tourists' Selection Criteria for Choosing All-Inclusive Package Tours*. *Tourism Management*, 25, 581-592. Asia Pacific Journal of Tourism Research 12(4):349-364.
- [14] Cai et al. (2004). *Tourist Purchase Decision Involvement and Information Preferences*. Purdue University Press.
- [15] *Travel Ideas for Men*. (2021, Feb). Retrieved from ManTripping: <https://www.mantripping.com/travel-ideas.html?limit>
- [16] Firm, S. (2008). *Travel patterns on vacation according to gender perspective*. Synovate Firm.
- [17] Saldana, J. (2013). *The Coding Manual for Qualitative Research* (2nd ed.). SAGE Publication.
- [18] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- [19] Nasution, S. (2003). *Metode Research: Penelitian Ilmiah (Ed. 1, Cet.1)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [20] Agustini, (2018). *Preferensi Wisatawan Terhadap Pemilihan Akomodasi di Kabupaten Bangli Bali*. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalis*, 2(1), 22-42.
- [21] George, T. (2022). *Types of Interviews in Research / Guide & Examples*. Scribbr.
- [22] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- [23] Alarcón, D. Moreno. (2021). *Transforming Tourism Seminar: Gender, Equality and Tourism*. <https://www.youtube.com/watch?v=JojtfP22ggU&t=2470s>.
- [24] Andrianto, T. (2017). *The Halal-Ness Hospitality on Halal Tourism, Case Study of Halal Restaurant in Bandung, Indonesia*. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 210–222. <https://doi.org/10.17509/jithor.v2i2.21001>.