



TRAVELER TRIBES 2033

northstar | amadeus

Tujuan Traveler Tribes atau Suku Wisatawan

membantu Anda memahami para wisatawan di 2033 dan perkembangannya

Traveler Tribes 2033 meneliti bagaimana 1,947 miliar wisatawan akan berevolusi selama 10 tahun ke depan¹. Tujuannya sederhana: dengan memahami para wisatawan tahun 2033, kami akan memahami sektor perjalanan di tahun 2033. Ini artinya, kita semua sebagai sektor perjalanan, dapat mempersiapkan diri untuk memberikan pengalaman perjalanan terbaik bagi para wisatawan dalam waktu 10 tahun kedepan.

Memahami sisi humanis dari berwisata

pendekatan penelitian yang mutakhir dan beragam

Kami menekankan masa depan para wisatawan di dalam laporan ini. Hal ini karena perjalanan sesungguhnya adalah tentang manusia, perilaku manusia, dan cara manusia berpikir (inilah mengapa kami menyebutnya suku wisatawan – kumpulan dari berbagai pemikiran dan perilaku). Namun, memahami apa saja suku wisatawan yang ada dan bagaimana cara mereka berpikir dan

berperilaku merupakan hal yang rumit. Dengan alasan tersebut, Traveler Tribes 2033 didasarkan pada penelitian mendalam yang melibatkan diskusi dengan 22 orang pakar dari bidang yang berbeda – di dalam dan luar sektor perjalanan – dan melakukan survei pada 10.345 wisatawan dari 15 negara dan secara keseluruhan berhasil mengumpulkan 5,84 juta titik data.

Pembelajaran utama Suku Wisatawan

kemampuan perubahan masa depan, kebenaran wisatawan, dan empat Suku Wisatawan

Salah satu tujuan kami adalah untuk mengidentifikasi kemampuan perubahan masa depan – disrupsi yang mungkin datang dan mengubah kebiasaan dalam bepergian – di tahun 2033. Hal ini meliputi peran keluarga internasional

(dimana anggota keluarga tinggal di beberapa negara berbeda) hingga mengubah alasan orang berwisata serta bagaimana bentuk-bentuk data yang berbeda akan mempersonalisasi perjalanan yang ditempuh.

Kami lalu mengombinasikan kemampuan perubahan masa depan ini dengan sifat-sifat wisatawan – pengetahuan tentang bagaimana mereka mengambil keputusan dan alasannya – guna memahami apakah kemampuan perubahan masa depan tersebut akan memiliki pengaruh seperti yang diperkirakan oleh para pakar.

Dengan begitu, kami dapat memahami apakah sesungguhnya orang SANGAT menginginkan AI (Artificial Intelligence atau kecerdasan buatan) untuk, misalnya, merencanakan perjalanan mereka. Atau apakah ‘efek IKEA’ – fenomena dimana kita lebih menghargai sesuatu yang kita buat sendiri – berarti bahwa kami terlalu melebih-lebihkan minat terhadap bantuan AI? Lalu, apakah orang akan bepergian secara lebih berkelanjutan? Atau apakah kita semua terprogram untuk lebih menyukai orang lain bertindak lebih berkelanjutan mewakili kita sementara kita tidak mengubah perilaku diri sendiri?

¹Angka ini mencerminkan jumlah wisatawan yang diwakilkan oleh sampel survei kami sebanyak 10.345 wisatawan (1,947 miliar wisatawan)

TRAVELER TRIBES 2033

Di tengah sektor perjalanan di tahun 2033, kami menemukan empat Suku Wisatawan yang berbeda. Hal yang menggembirakan adalah bahwa jenis wisatawan terbanyak, yaitu Pioneering Pathfinder atau para Pelopor Pencari Jalan – mewakili 845 juta orang – bersikap positif terhadap perjalanan di masa depan. Mereka terbuka dengan teknologi baru serta ingin bepergian secara lebih ramah lingkungan.

Namun, tipe wisatawan lainnya tidak begitu yakin dengan cara tersebut. Satu Suku Wisatawan, yaitu Memory Maker atau para Pembuat Kenangan, memiliki ketidakpercayaan yang kuat pada teknologi dan menghindari kebutuhan dalam bepergian secara lebih berkelanjutan. Suku lainnya, yaitu Excited Experientalist atau para Penggemar Pengalaman Baru, bersemangat tentang perjalanan masa depan tapi khawatir bahwa AI akan menjadikannya terlalu mudah ditebak. Terakhir, ada suku yang sulit memilih antara

kegembiraan tentang teknologi di tahun 2033 dan kekhawatiran terkait keamanan siber dan privasi data, suku ini kami sebut Travel Tech-fluencer atau para Pemberi Pengaruh Teknologi Perjalanan.

Setiap Suku Wisatawan memiliki nilai unik tersendiri bagi sektor perjalanan. Dengan memahaminya, kita dapat mempersiapkan diri dan berinvestasi pada teknologi yang meningkatkan cara mereka bepergian di tahun 2033.



FOREWORD

“Dua puluh tahun dari sekarang, Anda akan **lebih kecewa oleh hal-hal yang tidak Anda lakukan** daripada hal yang telah Anda lakukan. Jadi, kembangkan layar dan berlayarlah menjauhi pelabuhan yang aman itu. Biarkan angin berhembus mendorong layar kapal. **Berpetualanglah. Bermimpilah. Temukan banyak hal.**”

Mark Twain

Bepergian membuka peluang tanpa batas untuk petualangan, eksplorasi, dan pertumbuhan. Kegiatan ini menjawab keinginan manusia untuk menemukan hal baru, memperluas cakrawala, dan berhubungan dengan orang lain. Itulah mengapa bekerja di bidang perjalanan sangat memuaskan.

Setiap wisatawan itu berbeda, setiap perjalanan itu unik, tidak ada pengalaman yang persis sama. Inilah alasannya Amadeus meminta agensi pengetahuan independen – Northstar Research Partners – untuk memahami perilaku para wisatawan yang kompleks.

Sebagian dari hal tersebut adalah dengan membagi segmentasi wisatawan menjadi empat Suku Wisatawan. Segmentasi merupakan metode penelitian yang telah banyak digunakan. Namun, pendekatan tradisional untuk segmentasi sifatnya terbatas. Usia, geografis, lokasi, status sosio-ekonomi tidak lagi menjadi indikator akurat dari perilaku, preferensi, dan perkiraan terkait bagaimana kita akan bepergian, jika digunakan secara terpisah. Mungkin semua hal itu tidak pernah akurat.

Itulah mengapa studi kali ini berbeda. Studi ini bermaksud untuk menyederhanakan hal yang

kompleks. Untuk mengeksplorasi kekuatan perubahan. Untuk mengidentifikasi pergeseran yang terjadi di dunia kita. Untuk memahami bagaimana wisatawan berevolusi. Untuk melihat peran teknologi yang semakin berkembang.

Serta untuk memahami apa maknanya bagi bepergian di tahun 2033. Studi ini mengidentifikasi empat Suku Wisatawan yang kemungkinan besar akan muncul sepuluh tahun ke depan. Bukan sebagai kelompok-kelompok yang homogen, namun sebagai acuan tentang bagaimana kita, sebagai wisatawan, mungkin berpikir dan berperilaku.

Dengan melakukan hal tersebut, kami dapat mendukung industri untuk beradaptasi dengan cara yang menempatkan ‘manusia’ sebagai inti dari segalanya. Kita dapat bersama-sama berinovasi, menghadirkan pemikiran segar, dan dapat lebih baik memenuhi kebutuhan para wisatawan di tahun-tahun ke depan.

Kami telah lama menggunakan pendekatan Suku Wisatawan sebagai cara mengantisipasi masa depan. Dua laporan kami sebelumnya, yang dipublikasikan tahun 2006 dan 2015, fokus pada ‘humanisasi teknologi’ dalam bepergian. Keduanya

mengidentifikasi identifikasi wisatawan elektronik, biometrik, ‘aplikasi super’, media sosial dan teknologi pintar sebagai pendorong utama transformasi – yang semuanya telah hadir di kehidupan kita sekarang – yang mempengaruhi cara kita berbelanja, mengakses hiburan, berhubungan dengan orang lain dan bepergian.

Apa selanjutnya? Kami harap Anda akan menikmati pandangan sekilas tentang masa depan kita di halaman-halaman berikutnya.



**Decius
Valmorbidia**

Presiden, Travel, Amadeus &



**Paco
Pérez-Lozao Rüter**

Presiden, Hospitality, Amadeus

INTRODUCTION

Selama tiga tahun ke depan, hampir dua miliar orang akan melakukan perjalanan setidaknya satu kali dalam setahun². Hal ini menjadikan pemahaman tentang wisatawan tahun 2033 menarik secara ekonomi—dan juga penting secara lingkungan, karena berbagai moda bepergian seperti penerbangan bermaksud untuk mengurangi jejak karbon, yang kini berkisar di 2% dari keseluruhan emisi global yang disebabkan oleh aktivitas manusia.³ Hal ini memunculkan pertanyaan: bagaimana kita sebaiknya mempersiapkan diri untuk wisatawan 2033?

Bagaimana kami memulai

Psikologi

Kami mulai dengan satu pertanyaan sederhana: “Mengapa kita suka bepergian?” Ini juga merupakan pertanyaan yang luas. Kita tahu bahwa bepergian dapat membuka pikiran dan menjembatani berbagai budaya. Namun, ada aspek psikologis di balik hal itu.

Desainer industri Raymond Loewy percaya bahwa keputusan seringkali terpecah antara neofilia (keingintahuan akan hal-hal baru) dan neofobia (ketakutan akan hal baru)⁴. Perjalanan adalah contoh langka dari fenomena yang memuaskan neofilia sekaligus meringankan neofobia kita. Bepergian dapat memenuhi rasa haus kita akan hal-hal baru dengan cara membawa kita ke berbagai tempat baru. Kegiatan ini juga menenangkan rasa takut yang kita miliki: kita dapat meneliti tempat yang kita tuju, dan perjalanan kita tidak permanen.

² Angka ini mencerminkan jumlah wisatawan yang diwakili oleh sampel survei kami sebanyak 10.345 wisatawan (1,947 miliar wisatawan)

³ Peta Jalan Nol Karbon WTTG; Rangkuman tentang Penerbangan UNFCCC & Kesepakatan Paris)

⁴ www.theatlantic.com

Kami percaya bahwa perspektif Loewy menjadikan perjalanan sesuatu yang benar-benar manusiawi. Tentu saja, ada hal-hal lain dalam bepergian selain dimensi psikologis, seperti:

Teknik (teknologi & transportasi)

jika tidak, bagaimana kita bisa bepergian?

Tempat tujuan

tanpa tujuan, ke mana kita akan berkunjung?

Ekonomi

kita tidak dapat mengabaikan bahwa perjalanan sebelum COVID-19 telah membuka satu dari empat lapangan kerja baru secara global⁵

Meskipun demikian, kami yakin bahwa dengan memahami wisatawan sebagai manusia, kita dapat memahami perilaku mereka di tahun 2033. Hal ini berarti mempelajari tentang psikologis mereka yang kompleks, bagaimana mereka mengambil keputusan,

dan—yang paling kompleks—MENGAPA mereka mengambil keputusan tersebut.

Akan tetapi, memahami manusia adalah hal yang sulit. Untuk melakukannya, kami seringkali berbicara pada para pakar. Tapi ada tiga kelemahan dari bergantung pada opini pakar:

1. Efek konsensus palsu yang artinya kita menganggap bahwa pandangan kita lebih umum daripada sebenarnya. Realitanya adalah: opini dari para pakar hanya milik beberapa orang. Bukan orang banyak. Para pakar, sesuai definisinya, membutuhkan opini unik untuk mencapai kesuksesan secara profesional.

2. Para pakar adalah orang yang selalu mencari hasil maksimal. Jika menyangkut bidang keahliannya, mereka ingin membuat keputusan terbaik. Hal yang sebaliknya terjadi pada yang bukan pakar, yang cenderung mudah puas: mereka hanya ingin “cukup baik.”

3. Mengabaikan para pakar juga bukan jawaban yang tepat. Pola pikir mudah puas pada orang yang bukan pakar berarti bahwa mereka tidak dapat berpikir cukup luas tentang masa depan untuk memahami evolusi. Seperti kutipan dari Henry Ford yang terkenal: “Jika saya bertanya pada pelanggan tentang apa yang mereka inginkan, mereka akan menjawab mereka ingin kuda yang lebih cepat.”

Hal ini berarti bahwa kita memerlukan perspektif yang beragam untuk memahami wisatawan tahun 2033. Untuk mendapatkannya, kami menggunakan beberapa titik sentuh penelitian.

⁵ www.wttc.org

⁶ Shahram Heshmat Ph.D, Satisficing vs. Maximizing, Psychology Today, 2015

Titik sentuh kami

Menggunakan keragaman kognitif

Suku Wisatawan 2033 didasarkan pada tiga bentuk keragaman kognitif, pola pemikiran, ide-ide, dan cara penyelesaian masalah yang berbeda-beda.

Keragaman metodologis

berbicara dengan para pakar dan juga wisatawan. Hal ini artinya pandangan kami tentang perjalanan di tahun 2033 tidak terdistorsi oleh optimisme (yang umumnya ditunjukkan oleh para pakar) dan skeptisisme (yang umumnya ditunjukkan oleh non-pakar)

Keragaman pakar

berbicara dengan para pakar dari 11 bidang keahlian, sehingga membatasi jumlah titik buta intelektual kami. Bidang-bidang tersebut meliputi industri perjalanan (asosiasi perjalanan dan penyedia hotel). Para pakar di bidang yang mempengaruhi industri perjalanan (keberlanjutan dan ritel). Serta para pakar di ilmu perilaku dan psikologi

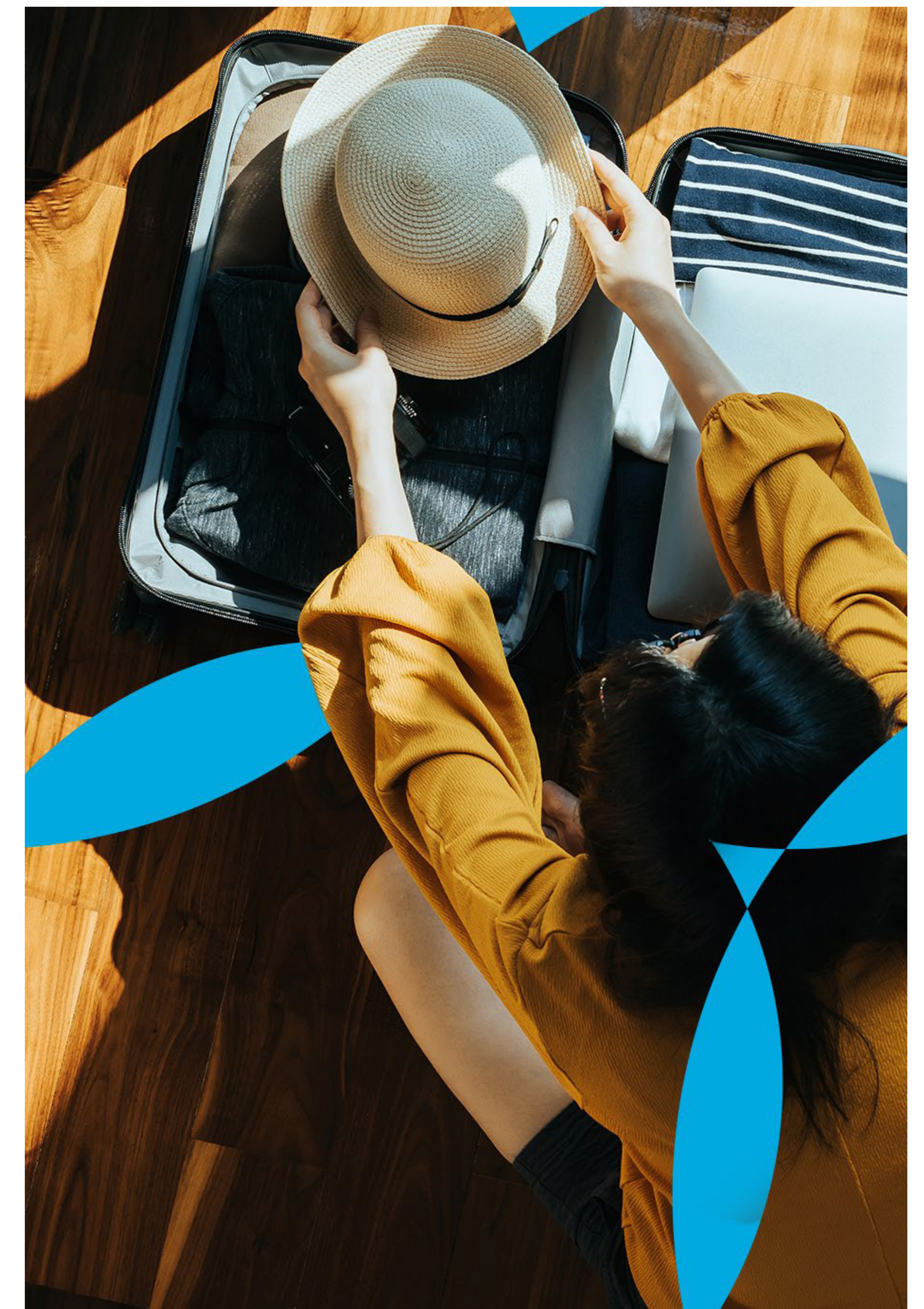
Keragaman budaya

berbicara dengan 10.345 wisatawan
dari 15 negara

Salah satu tantangan terbesar Suku Wisatawan adalah membuat pandangan masa depan ke 2033. Ini adalah hal yang sulit. Namun, pendekatan kami yang beragam memungkinkan kami untuk melakukannya dengan:

- Berangkat dari karya Philip Tetlock, seorang forecaster atau peramal, yang menyatakan bahwa peramalan harus menghargai pandangan yang beragam dan bahwa tim forecaster terbaik adalah yang beragam secara intelektual⁷
- Menggunakan teknik penelitian yang dibuat oleh Institute for the Future dalam survei kami sebelum mengajukan pertanyaan kepada para wisatawan tentang 2033. Hal ini termasuk bertanya pada wisatawan tentang usia, penghasilan, dan status keluarga mereka di tahun 2033, menggunakan kegiatan menulis untuk membuka pemikiran mereka tentang seperti apa 2033 dan membekali mereka dengan deskripsi tertulis tentang apa yang akan mempengaruhi perjalanan di tahun 2033⁸
- Menanyakan kepada wisatawan bagaimana menurut mereka orang lain akan berperilaku di tahun 2033 (bukan bagaimana mereka akan berperilaku). Teknik yang oleh

University of Chicago's Centre for Decision Research telah dibuktikan lebih akurat daripada memahami perilaku orang yang sesungguhnya.



Sudut pandang kami

Terbuka pada berita negatif

Prediksi tentang masa depan cenderung sangat positif atau sangat negatif.

Kita mencari berita positif karena kita terbiasa berangan-angan. Kita melihat apa yang ingin kita lihat. Kita juga lebih jelas mengingat berita negatif daripada berita positif, karena bias negatif membuat kata-kata negatif lebih mudah diingat. Psikolog Berkeley, Felicia Pratto, menunjukkan bahwa kita dua kali lipat lebih mungkin mengingat informasi negatif daripada informasi positif.⁹

Traveler Tribes 2033 menerima dan mempertimbangkan kedua kecenderungan manusia tersebut sebagai pendekatan penelitian kami. Kami berusaha untuk menyajikan sudut pandang yang seimbang tentang bepergian di tahun 2033.

⁷ Philip Tetlock, *Superforecasting: The Art and Science of Prediction*, 2015

⁸ Jane McGonigal, *Imaginable*, 2022

⁹ Felicia Pratto, *Automatic vigilance: The attention-grabbing power of negative social information*, 1991



Pendekatan secara kognitif yang beragam pada Suku Wisatawan untuk memahami wisatawan tahun 2033.

Tahap 1

Kami berbicara dengan 22 pakar dari berbagai bidang dalam urutan yang terhitung

Melihat ke dalam	Melihat ke luar	Memahami kemungkinan yang ada
<p>Perbincangan dengan para pakar untuk memahami pandangan mereka terhadap pariwisata tahun di 2033</p> <ul style="list-style-type: none">• Natalia Bayona, Director of Innovation, Education and Investments, UNWTO• Christophe Bousquet, CTO (Retired), Amadeus• Andy Hamer, Managing Director, CLIA UK and Ireland• Wolfgang Krips, SVP Corporate Strategy, Amadeus• Liz Ortiguera, CEO, Pacific Asia Travel Association• Paco Pérez-Lozao Rüter, President, Hospitality, Amadeus• Decius Valmorbidia, President, Travel, Amadeus• Monika Wiederhold, EVP, Marketing & Digital Transformation, Travel Unit, Amadeus• Catherine Willis, Head of Guest Insights, IHG	<p>Perbincangan dengan para pakar industri yang berdampak pada pariwisata untuk melihat bagaimana kinerja mereka akan merubah pariwisata di tahun 2033</p> <ul style="list-style-type: none">• Dr Susanne Becken, Professor of Sustainable Tourism, Griffith University• Alana Dillette, Associate Professor, School of Hospitality and Tourism, San Diego State University, Co-Director, Tourism RESET• Futurist in Technology• Olivier Hours, Head of Distribution Strategy, IATA• Devin Liddel, Futurist, Teague Institute• Ed Salvato, New York University, Tisch Center for Hospitality• Frank Schirrmeister, VP, Solutions and Business Development, Arteris IP• Matthias Schmeer, Strategic Partnerships Lead, Microsoft• Nick Turner, Founder, Stratforma• Paul Wilkinson, Product Lead, Deliveroo• Professor James Woudhuysen, Forecaster, Southbank University	<p>Berbicara dengan pakar ilmu perilaku untuk melihat kemungkinan prediksi pakar ke dalam/ke luar yang menghasilkan perubahan perilaku pada tahun 2033</p> <ul style="list-style-type: none">• Richard Chataway, Director of Behavioural Science at Gobeyond Partners, author of 'The Behaviour Business'• Richard Shotton, Founder, Astroten. Author of 'The Choice Factory'

Pendekatan secara kognitif yang beragam pada Suku Wisatawan untuk memahami wisatawan tahun 2033.

Tahap 2

Kami telah melakukan survei pada 10,345 wisatawan dari



Kami telah paham siapa mereka hari ini

Demografis, komposisi rumah, produk, dan teknologi yang telah mereka ketahui maupun miliki

Kami telah mempelajari tentang bagaimana mereka berwisata saat ini

Frekuensi pariwisata, prioritas, tipe perjalanan, dan kebiasaan perencanaan mereka

Kami telah mempersiapkan mereka untuk berpikir yang akan terjadi pada tahun 2033

Kami melakukan ini dengan menanyakan tentang umur, komposisi rumah, dan penghasilan mereka di 2033. Kami menggunakan pertanyaan tertulis untuk membuka pikiran mereka terkait bayangan mereka di tahun 2033. Kemudian, kami memperlihatkan mereka konsep tertulis terkait pariwisata di 2033

Kami memahami pariwisata di 2033 secara protektif

Kami bertanya pendapat para wisatawan terkait bagaimana orang akan melakukan perjalanan di 2033. Hal ini dikarenakan kita dapat memprediksi perilaku orang lain secara lebih baik dibandingkan perilaku kita sendiri

- Konten kami berdasarkan masukan para pakar
- Sejauh ini kami menggunakan eksperimen pemikiran secara halus untuk memahami psikologi wisatawan

Ini setara dengan 2.586 jam dalam melakukan survei pada para wisatawan

Dalam kurun waktu tersebut, kami mengajukan 248.323 pertanyaan

Dan menciptakan 5,84 juta titik data

Tahap 3

Kami berbicara kepada 16 wisatawan dari IN, UK dan US. Sebanyak 4 dari masing-masing Suku Wisatawan yang telah dibuat, agar dapat memahami – dan Suku Wisatawan secara luas - kehidupan mereka saat ini maupun pemikiran mereka akan masa depan secara lebih rinci

Traveler Tribes 2033 menerima dan mempertimbangkan kedua kecenderungan manusia tersebut sebagai pendekatan penelitian kami. Kami berusaha untuk menyajikan sudut pandang yang seimbang tentang bepergian di tahun 2033.

Titik akhir kami

Mampu menjawab lima pertanyaan besar yang kami yakin penting bagi masa depan industri perjalanan

Fokus kami pada pemahaman manusia, pertimbangan keragaman kognitif, dan perspektif seimbang kami artinya kami dapat menjawab kelima pertanyaan tersebut untuk Anda dan sektor perjalanan:



1. Trayektori perjalanan

Seperti apa perjalanan di tahun 2033?

Page 13

2. Kebenaran perjalanan

Bagaimana para wisatawan akan bereaksi terhadap perkembangan di masa depan?

Page 20

3. Tegangan wisatawan

Apakah reaksi manusia tersebut akan bersifat universal dan konsisten?

Page 34

4. Suku Wisatawan

Siapa saja Suku Wisatawan 2033?

Page 35

5. Suku Wisatawan esok hari

Ke mana kita menuju dari sini?

Page 36

Trayektori perjalanan

Seperti apa perjalanan **di tahun 2033?**

Kesamaan yang mengejutkan vs. perbedaan yang pasti

Mari kita mengingat seperti apa perjalanan di tahun 2013. Beberapa maskapai berbiaya rendah tidak memiliki tiket mobile. Hanya ada 1.100 gerbang elektronik secara global. Airbnb baru saja membentuk kantor pusat Eropa. Sejarah memperlihatkan bahwa perjalanan di tahun 2033 akan sangat berbeda dari perjalanan saat ini. Tapi, apakah pendapat wisatawan mendukung hal tersebut?

Untuk mengetahuinya, kami bertanya pada para wisatawan akan seberapa berbeda mereka pikir bepergian di 2023. Kami melakukannya tanpa memberikan mereka petunjuk tentang seperti apa kemungkinan perjalanan di 2023. Bagaimana respon mereka?

34% wisatawan berpikir bahwa bepergian di tahun 2033 akan berkebalikan atau sangat berbeda dengan perjalanan saat ini. 26% berpikir


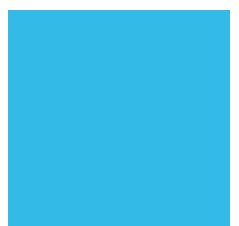

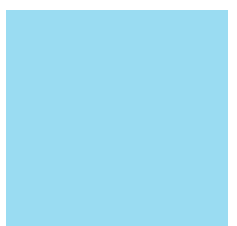
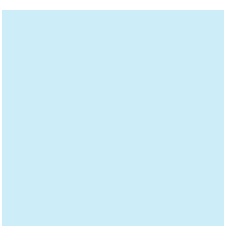
bahwa bepergian di tahun 2033 akan terlihat berbeda.

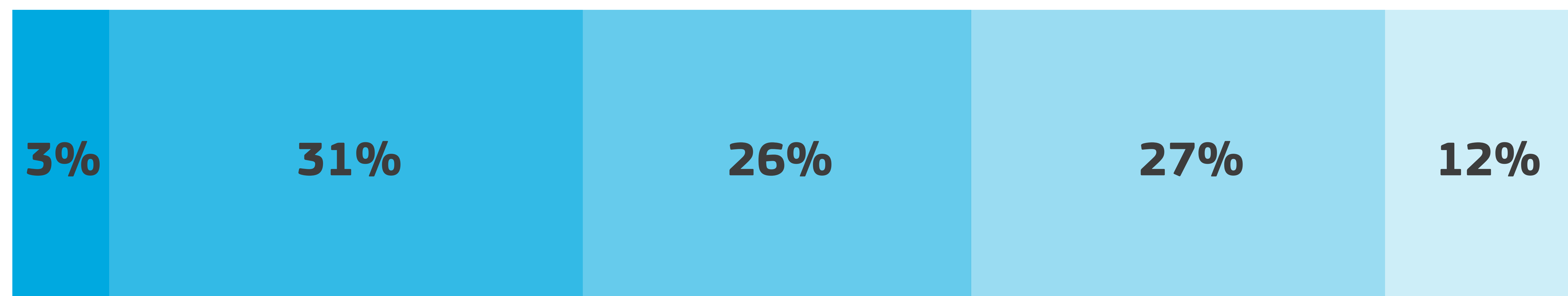
Tapi, hal yang akan menjadikan bepergian di tahun 2033 berbeda bukanlah tren: yang hanya mewakili arah umum perkembangan. Hal yang membedakan adalah kemampuan perubahan di masa depan: disrupsi atau transformasi signifikan yang berujung pada dampak sosial. Lalu muncul pertanyaan...



Apakah perjalanan di tahun 2033 akan **mirip** atau **sangat berbeda**?

% wisatawan yang menyatakan pariwisata pada tahun 2033 akan...

-  **Sangat bertolak belakang dengan apa yang ada saat ini. Hampir tidak ada kesamaan**
-  **Sangat berbeda dengan yang ada saat ini. Lebih banyak perbedaan daripada persamaan**
-  **Sangat berbeda dengan yang ada saat ini. Jumlah perbedaan dan kesamaan sama banyaknya**
-  **Seperti yang ada saat ini, tetapi terdapat beberapa perbedaan. Lebih banyak kesamaan daripada perbedaan**
-  **Sama seperti saat ini. Hampir tidak ada perbedaan**



...Kemampuan perubahan masa depan apa yang akan membentuk perjalanan di tahun 2033?

Para pakar yang kami temui memprediksi bahwa ada tujuh kemampuan perubahan masa depan yang dapat mengubah cara kita bepergian di tahun 2033:

Kemampuan perubahan masa depan

Tekanan politik

Perubahan yang dihasilkan: Ketidakstabilan politik dapat mengancam gerakan bebas, mendorong terjadinya hal-hal seperti pembatasan dalam kebijakan perjalanan dan imigrasi.

“Politik memegang kendali, dan hal tersebut akan menghalangi orang-orang untuk berlibur. Liburan akan menjadi mahal, merepotkan, dan mungkin tidak sepenuhnya aman.”

Profesor James Woudhyusen, Forecaster,
Southbank University

Kemampuan perubahan masa depan

Perkembangan demografis

Perubahan yang dihasilkan: Wisatawan muda akan memiliki ekspektasi lebih tinggi bahwa perjalanan harusnya lancar dan lebih mudah terhubung. Wisatawan yang lebih tua akan memerlukan solusi mobilitas yang lebih baik.

Kemudian, keluarga internasional yang semakin banyak (di mana anggota keluarga, misalnya orang tua dan anak-anaknya, tinggal di beberapa negara berbeda) artinya kita akan lebih sering bepergian.

“Keterhubungan adalah satu hal besar lainnya, menghargai dan mengakui adanya kebutuhan untuk terhubung dengan teman, keluarga, atau bahkan pengalaman baru. Perusahaan harus memenuhi semua itu sehingga orang-orang dapat mencapai keterhubungan yang akan semakin menjadi tuntutan mereka.”

Catherine Willis, Ketua Guest Insights, IHG



Kemampuan perubahan masa depan Inovasi teknologi

Perubahan yang dihasilkan: Teknologi akan menjadikan perjalanan lebih lancar melalui aplikasi super, biometrik, teknologi tanpa sentuh, realita virtual (VR), dan peningkatan automasi di seluruh pengalaman perjalanan, dari awal sampai akhir.

“Teknologi akan terus menjadi pendorong kuat pengalaman bepergian yang sangat berbeda – di seluruh tahap perjalanan.”

Nick Turner, Pendiri, Stratforma Strategic Advisory

Kemampuan perubahan masa depan Kemajuan Kecerdasan Buatan atau Artificial Intelligence (AI)

Perubahan yang dihasilkan: AI akan mendorong kemajuan pada proses pemeliharaan dan automasi transportasi. Pesawat akan dapat lebih baik memprediksi kapan pemeliharaan dibutuhkan menggunakan AI, sehingga penerbangan tidak akan dihentikan sementara. Kebutuhan akan anggota staf keamanan akan berkurang. Antrean makanan dan toko bebas bea (duty-free) akan lebih pendek.

“Dampak AI terhadap perjalanan sangatlah besar. Baik terhadap perilaku konsumen dan prediksi teknologi, sebagian besar menjadikan pengalaman pelanggan lebih menyenangkan.”

Frank Schirrmeister, Direktur Grup Senior, Solution and Ecosystem,
Cadence Design Systems



Kemampuan perubahan masa depan Perkembangan data

Perubahan yang dihasilkan: Aktivitas berbagi bermacam bentuk data akan berujung pada pengalaman bepergian yang lebih personal dan sesuai konteks.

“Mengetahui konteks terkait mengapa orang bepergian artinya kita dapat menjadikan perjalanan lebih baik bagi mereka. Jadi, jika kita tahu bahwa orang-orang bepergian untuk bekerja, kita akan tahu kita dapat membebaskan biaya pada kartu perusahaan mereka bukan kartu pribadi.

Namun, kita perlu mereka untuk memberikan data mereka, sehingga kita mengetahui konteks perjalanan mereka. Orang akan cenderung membagikan data seperti itu kepada kita jika mereka tahu mereka akan mendapatkan sesuatu yang bermanfaat sebagai timbal baliknya.”

Paul Wilkinson, Pimpinan Produk, Deliveroo

Kemampuan perubahan masa depan

Sensitivitas keberlanjutan

Perubahan yang dihasilkan: Keberlanjutan merupakan upaya kolaboratif yang ditujukan untuk menciptakan dampak jangka panjang. Hal ini artinya wisatawan, pemerintah, bisnis, dan organisasi lain bertujuan untuk mengurangi dampak negatif dari perjalanan mereka di planet bumi. Hasilnya adalah peningkatan permintaan untuk perjalanan yang berkelanjutan dan lebih efisien dan moda transportasi yang berkelanjutan.

“Kita perlu menyertakan keberlanjutan sebagai bagian dari DNA kita, dan bertindak sebagai turis yang bertanggungjawab. Ini bukan hanya permasalahan sektor swasta, atau pemerintah, tapi juga kita sebagai turis.”

Natalie Bayona, Direktur Inovasi, Education and Investment, UNWTO

Kemampuan perubahan masa depan

Preferensi pasca pandemi

Perubahan yang dihasilkan: Pandemi COVID-19

menciptakan permintaan untuk perjalanan yang autentik dan bermakna, yang meningkatkan kesejahteraan diri. Permintaan ini akan terus bertumbuh.

“Terdapat minat untuk pariwisata yang lebih berbasis masyarakat, yang pada dasarnya lebih autentik, lebih didorong dan diciptakan oleh masyarakat setempat.”

Liz Oritguera, CEO, Pacific Asia Travel Association

Bepergian di tahun 2033

menarik & memberdayakan vs. mengkhawatirkan & mengendalikan

Kami memperlihatkan deskripsi tertulis pada wisatawan tentang akan seperti apa perjalanan di tahun 2033 jika kemampuan perubahan masa depan ini menciptakan perubahan yang telah diprediksi para pakar.¹⁰ Kami lalu bertanya bagaimana perasaan mereka akan hal ini.

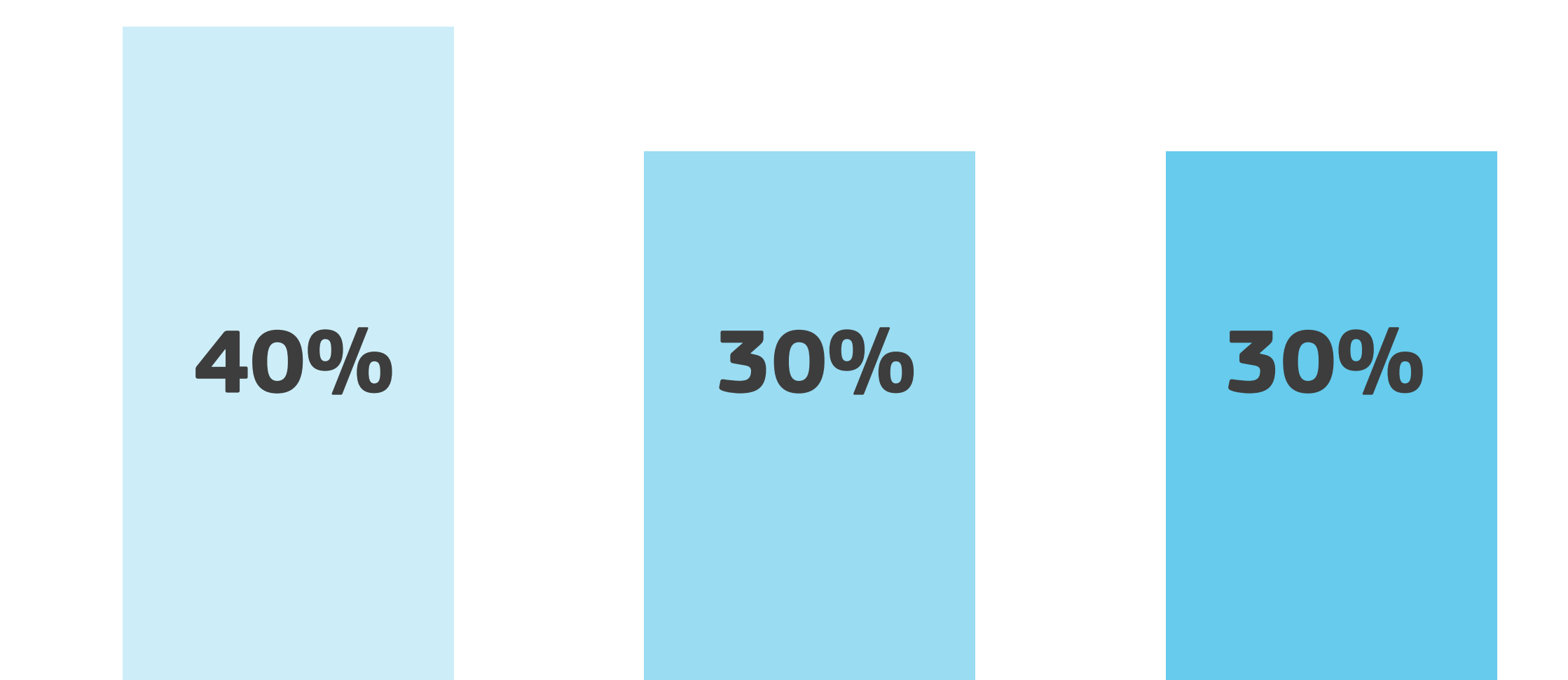
Dari semua wisatawan tersebut, 40% merasa positif tentang 2033 dimana bepergian mencerminkan prediksi pakar. Mereka merasa bersemangat, diberdayakan, dan bahkan nyaman. Namun, 30% wisatawan mengemukakan reaksi negatif. Mereka hanya merasa takut, khawatir, frustrasi, dan/atau dikendalikan.

¹⁰Deskripsi tertulis tersedia di Lampiran 1. Deskripsi perjalanan di tahun 2033

Bagaimana perasaan para wisatawan tentang perjalanan pada tahun 2033?

% wisatawan yang menyatakan pariwisata pada tahun 2033 akan...

- Hanya perpaduan antara: bersemangat, berdaya, dan nyaman**
- Perpaduan antara rasa senang, diberdayakan, nyaman DAN takut, khawatir, frustrasi, dan terkendali**
- Hanya perpaduan antara: takut, prihatin, frustrasi, dan terkendali**



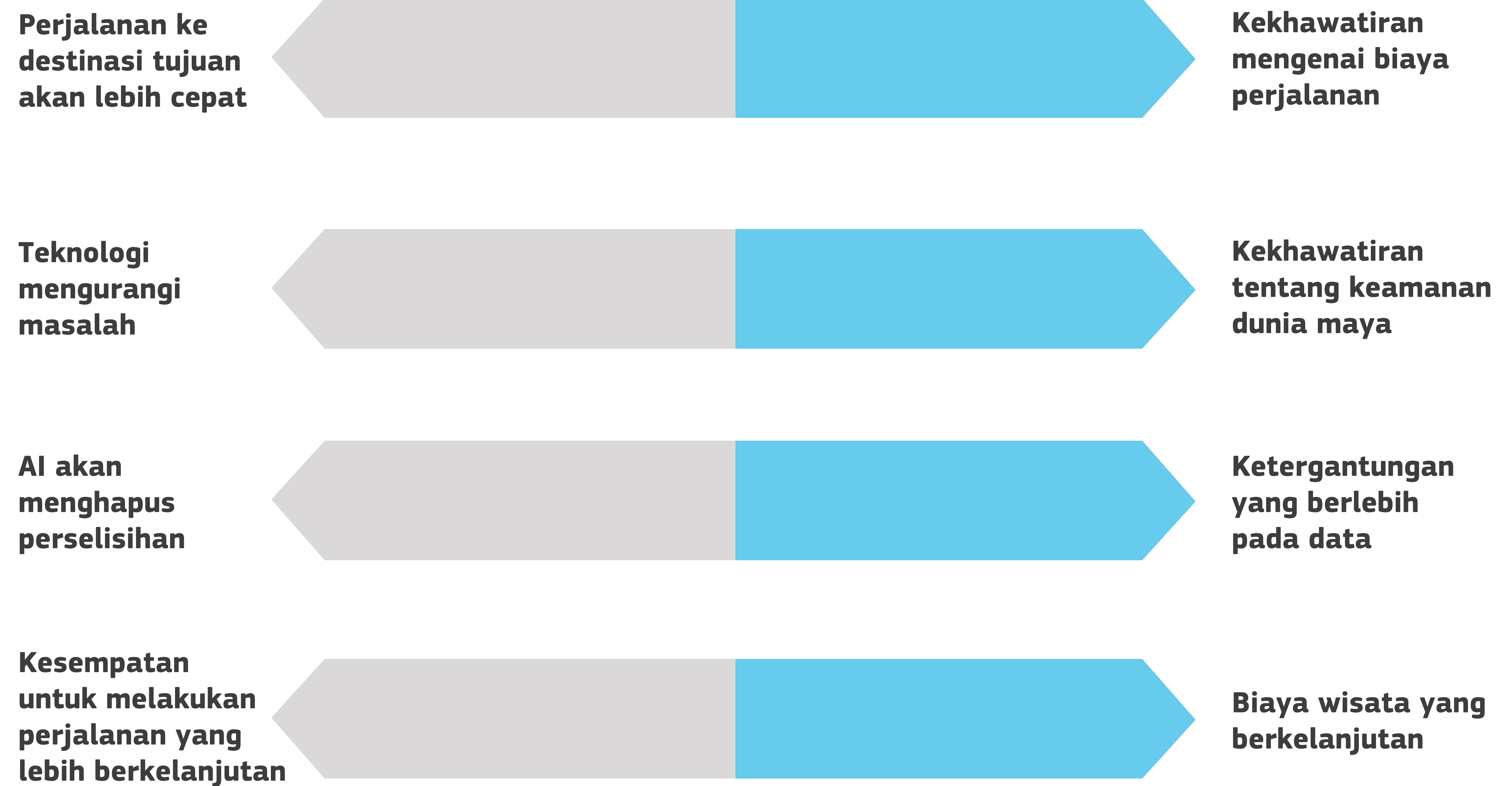
*Setelah pemaparan terhadap deskripsi seperti apa pariwisata pada tahun 2033 (berdasarkan wawasan wawancara para pakar & persiapan masa depan)

Hal apa yang menyebabkan perjalanan di tahun 2033 dapat memicu sentimen yang berbeda tersebut? Jawabannya ada pada pertukaran antara apa yang membuat mereka merasa bersemangat tentang bepergian di tahun 2033 dengan apa yang membuat mereka khawatir. Kami mengeksplorasi hal ini dengan meminta wisatawan untuk mengidentifikasi:

Tiga aspek positif perjalanan di tahun 2033 (dari sembilan) yang paling membuat mereka bersemangat.

Tiga aspek negatif perjalanan di tahun 2033 (dari sembilan) yang paling membuat mereka khawatir.

Apa yang akan menjadi trade-offs bagi para wisatawan pada tahun 2033?



Pertukaran 1 cepat vs. hemat

Perjalanan yang lebih cepat ke tempat tujuan adalah yang paling membuat wisatawan bersemangat tentang bepergian di tahun 2033. Namun, perjalanan yang lebih cepat juga menimbulkan peningkatan biaya: kekhawatiran terbesar ketiga bagi wisatawan tentang bepergian di tahun 2033.

Pertukaran 2 mengurangi masalah vs. satu masalah besar

Wisatawan bersemangat bahwa teknologi dapat mengurangi masalah ketika mereka bepergian di tahun 2033. Namun, ini juga menimbulkan kekhawatiran tentang serangan siber dan keamanan data: kekhawatiran utama wisatawan tentang bepergian di tahun 2033.

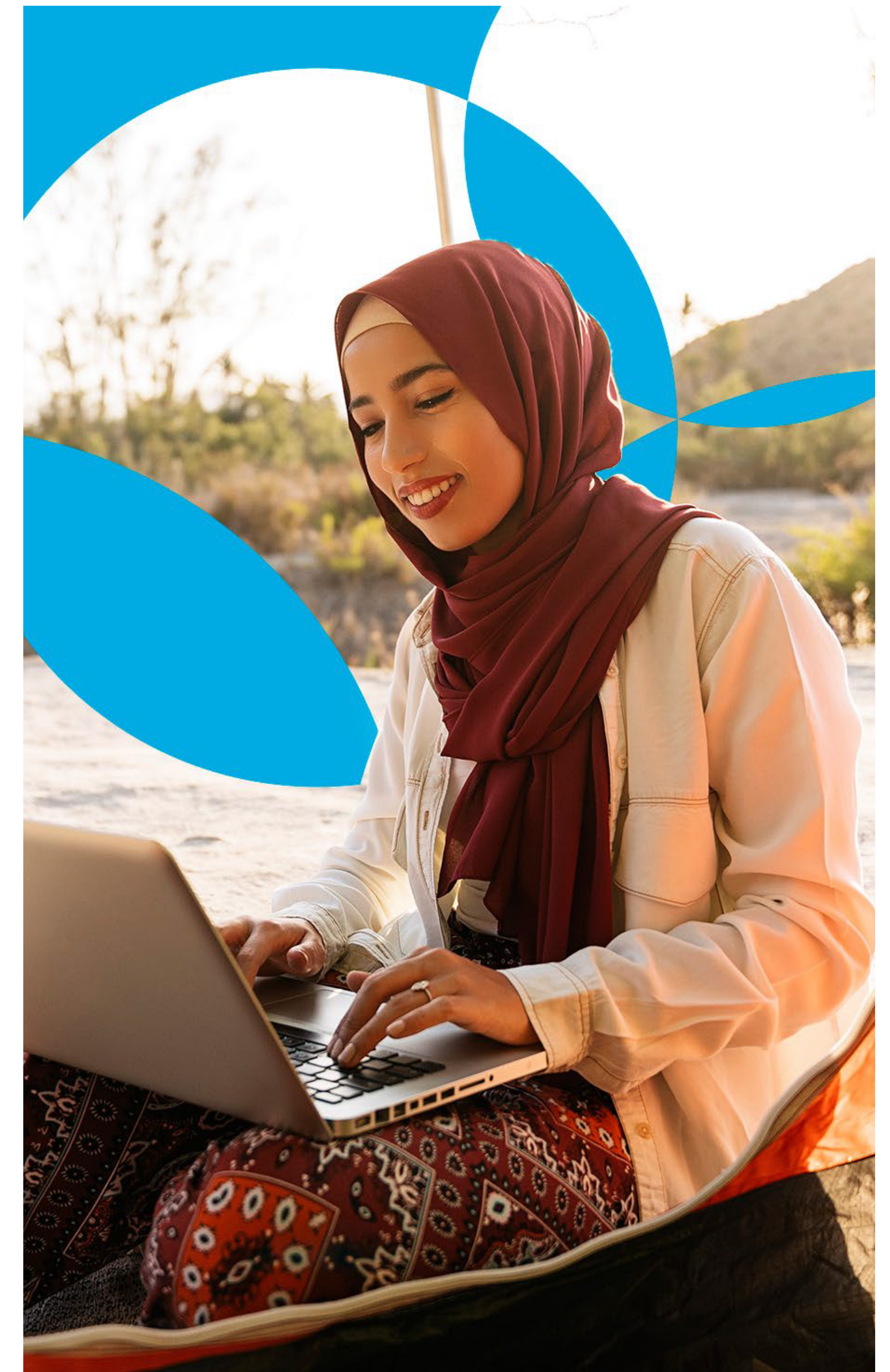
Pertukaran 3 sangat lancar vs. bergantung pada data

Wisatawan tahu bahwa AI dapat membantu mempersonalisasi perjalanan dan mengurangi waktu perencanaan. Namun, semua ini membutuhkan data. Ketergantungan pada data—bersamaan dengan ketakutan tentang seberapa aman data ditangani—menyebabkan wisatawan khawatir.

Pertukaran 4 berkelanjutan vs. tidak terjangkau

Peluang untuk bepergian secara lebih berkelanjutan merupakan 35% sumber ketertarikan utama wisatawan terhadap perjalanan di tahun 2033. Namun, 34% wisatawan khawatir bahwa perjalanan yang lebih berkelanjutan akan lebih mahal.

Kekuatan masa depan penting dalam menentukan masa depan perjalanan. Namun ada lebih banyak hal untuk dipertimbangkan.



Kebenaran Wisatawan

Bagaimana para wisatawan akan bereaksi terhadap perkembangan di masa depan?

Kemampuan perubahan masa depan akan penting dalam menentukan perjalanan di tahun 2033. Tetapi bagaimana reaksi orang-orang terhadap kemampuan perubahan ini lebih penting. Apakah kemampuan perubahan masa depan akan mengubah perilaku wisatawan atau memicu penolakan?

Apakah kemampuan perubahan masa depan akan memunculkan kebiasaan baru atau memperkuat kebiasaan yang sudah ada?

Jawaban untuk pertanyaan tersebut ada pada pemahaman tentang cara berpikir dan berperilaku manusia—ciri-ciri wisatawan—dan

mengaitkan pemahaman ini ke kemampuan perubahan masa depan. Melakukan hal tersebut akan menciptakan 'kebenaran wisatawan', dan kami perlu memahami pentingnya kebenaran ini serta bagaimana ini akan berdampak pada perjalanan wisatawan tahun 2033.



Kebenaran perjalanan

Reaksi wisatawan terhadap kemampuan perubahan masa depan

Kebenaran wisatawan itu penting, karena mengombinasikan dua area yang menjadi kunci untuk memahami wisatawan tahun 2033.

Kemampuan perubahan masa depan

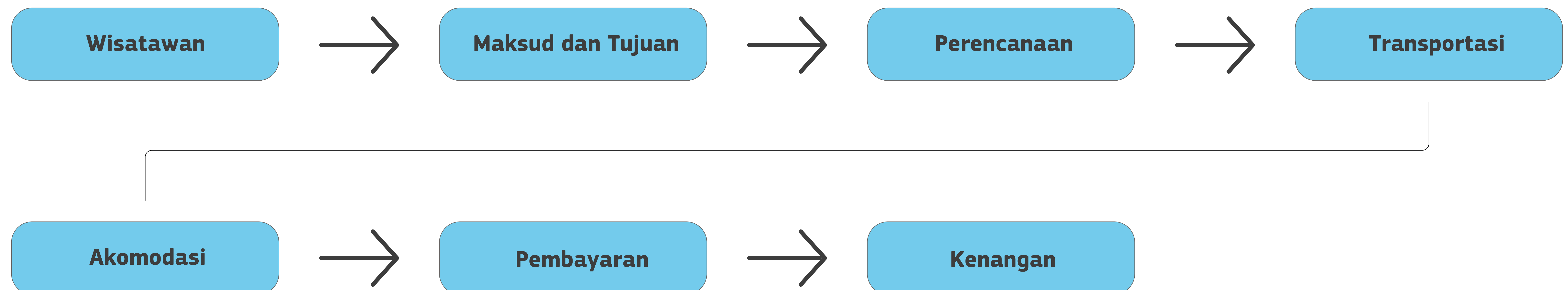
hal ini akan membentuk lingkungan dimana perjalanan akan terjadi di tahun 2033.

Sifat wisatawan

mengetahui cara wisatawan berpikir dan mengambil keputusan dalam lingkungan yang diciptakan oleh kemampuan perubahan masa depan.

Untuk mengungkap kebenaran wisatawan tahun 2033, mari mulai dengan memahami pengalaman wisatawan tahun 2033 dari awal hingga akhir.

Pengalaman wisatawan



Wisatawan

Demografi vs. psikografi

Demografi yang lebih muda dan berpola pikir internasional akan menjadi wisatawan yang paling sering ditemukan dan paling antusias di tahun 2033. Hal ini sebagian disebabkan adanya peluang lebih besar bahwa mereka akan memiliki keluarga global, sehingga berujung pada lebih banyak bepergian. Ini alasan mengapa 48% wisatawan mengatakan bahwa “perjalanan untuk bertemu keluarga/teman” akan lebih sering dilakukan di tahun 2033.

“**Keluarga lebih tersebar di seluruh dunia, dan itu adalah hal yang mendorong orang – berusaha untuk terhubung kembali.**”

Monika Wiederhold, Wakil Presiden Eksekutif,
Marketing & Digital Transformation, Travel
Unit, Amadeus

Para pakar memprediksi bahwa wisatawan 2033 akan lebih kaya informasi tentang rencana, risiko, dan hasil yang diinginkan tentang perjalanan mereka. Pemahaman manusia menunjukkan bahwa ini akan berevolusi menjadi kebenaran wisatawan. Hal ini karena 68% wisatawan cenderung menghindari ambiguitas.¹¹ Sebagai hasilnya, mereka lebih menyukai hasil yang pasti dan berusaha menghindari risiko. Membekali diri dengan informasi akan menjaga wisatawan dari risiko yang tidak perlu dan tidak diketahui.

Kemampuan perubahan masa depan menentukan siapa yang akan bepergian di 2033 berpadu dengan baik dengan pemahaman manusia dan menunjukkan bahwa keduanya adalah kebenaran wisatawan. Kecuali satu hal.

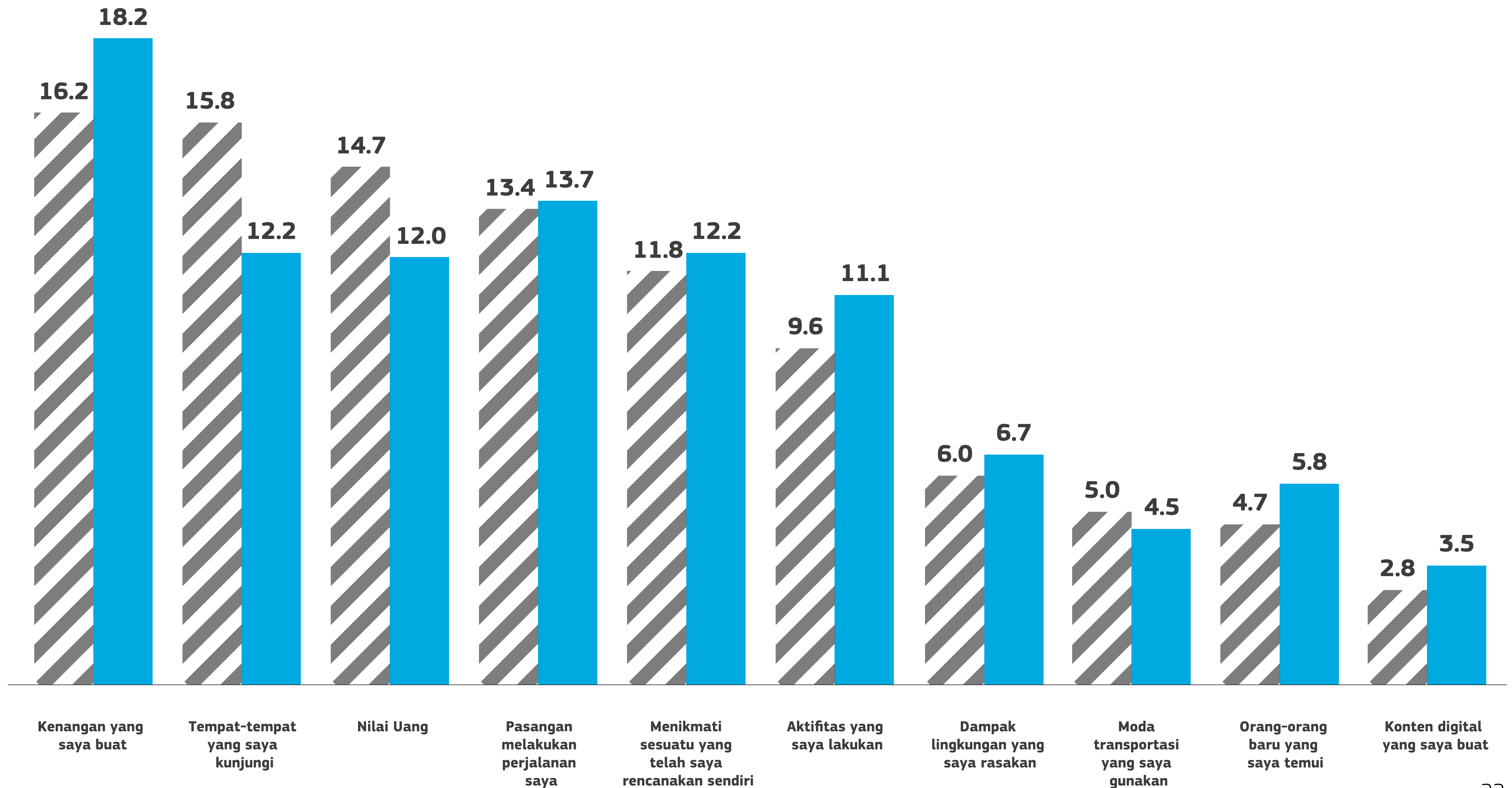
Yaitu asumsi bahwa wisatawan Gen Z akan memiliki ekspektasi yang berbeda dengan wisatawan lainnya. Namun, kebenarannya adalah Gen Z menyukai hal-hal yang sama terkait perjalanan seperti kelompok usia lainnya.



¹¹Ketidaksukaan pada ambiguitas diukur dengan memahami apakah wisatawan lebih memilih menyewa jeep selama dua hari untuk perjalanan 150-200 mil seharga £150/setara mata uang lokal, atau harga per mil sebesar £1.60/setara mata uang lokal per mil. Wisatawan yang memilih harga tetap adalah yang tidak menyukai ambiguitas.

Apakah prioritas wisatawan antar generasi berbeda?

Prioritas perjalanan untuk **wisatawan non-Gen Z** dan **wisatawan Gen Z** diberi skor antara 0-100. 0 = Sangat kurang signifikan.



Ini bukan berarti bahwa Gen Z tidak unik jika dilihat dari sisi lain. Buku David Halpern, 'Inside the Nudge Unit' menunjukkan bagaimana kebiasaan terbentuk seiring waktu. Dan anak muda dikenal lebih mudah dipengaruhi oleh orang lain.¹² Namun, kebenaran wisatawan tahun 2033 adalah bahwa Gen Z saat ini tidak akan berevolusi menjadi seunik yang kita kira.

Tujuan

Konsekuensi COVID-19 dan campuran kontekstualisasi

Pandemi COVID-19 memicu kemampuan perubahan masa depan yang akan terus mengubah cara dan alasan orang bepergian di tahun 2033. Perubahan yang terjadi akan meliputi lebih banyak bepergian untuk terhubung dengan alam dan orang-orang tercinta, serta perjalanan yang fokus pada peningkatan kesehatan dan kesejahteraan. Hal ini karena pandemi COVID-19 telah menjadikan perjalanan dan interaksi manusia suatu hal yang langka. Tapi bagaimana pengamatan ini diselaraskan dengan sifat-sifat yang mempengaruhi cara wisatawan mengambil keputusan?

“Alih-alih ‘Saya harus pergi, jadi saya akan pergi ke pantai,’ kita melihat orang berkata, ‘**Saya ingin terhubung kembali,**’ karena, selama COVID-19, kita terpaksa menjauhkan diri. Orang-orang mendambakan komunitas.”

Alana Dillette, Asisten Profesor,
Sekolah Manajemen Perhotelan dan Pariwisata,
University of San Diego

Ketika suatu hal sulit ditemukan, kita menganggapnya lebih berharga. COVID-19 telah menyebabkan hilangnya peluang bepergian dan kesempatan untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan, yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan. Dengan penyesuaian antara kekuatan masa depan dan sifat manusia, tidak mengejutkan bahwa 60% wisatawan percaya akan ada lebih banyak bepergian untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan di 2033.

Bentuk perjalanan lain yang diharapkan akan berkembang di 2033 adalah perjalanan yang menawarkan pengalaman unik. Perusahaan MAMAA (Meta, Alphabet, Microsoft, Amazon, dan Apple) telah lama berkontribusi pada kemampuan perubahan masa depan ini dengan menggunakan data untuk menentukan apa yang dilihat dan dipercaya para penggunanya. Penggunaan data tersasar untuk membentuk pengalaman pengguna juga memicu sifat manusia yang dikenal sebagai 'cocktail party effect' atau efek pesta koktail: kita menyaring banyak hal yang kita lihat dan alami, tapi hal-hal yang relevan dengan

diri kita akan menarik perhatian kita. Keselarasan yang hampir sempurna antara kemampuan perubahan masa depan dan sifat wisatawan ini artinya bahwa di tahun 2033, 60% wisatawan akan lebih sering melakukan perjalanan dibandingkan sekarang demi mencari pengalaman yang unik dan autentik.

Perencanaan

Teknologi harus mempertimbangkan psikologi

Cara wisatawan merencanakan perjalanan di 2033 menjadi titik dimana kemampuan perubahan masa depan berupa inovasi teknologi dan kemajuan AI bertemu dengan sifat psikologis wisatawan. Kemampuan perubahan masa depan ini harus selaras dengan sifat psikologis wisatawan guna menyempurnakan pengadopsian teknologi.

Pertimbangkan peran teknologi dan AI dalam merencanakan perjalanan. Hal ini dapat bermanfaat dalam menyajikan inspirasi perjalanan dan mendukung perencanaan perjalanan. Tetapi tidak berarti bahwa wisatawan ingin seluruhnya menyerahkan perencanaan perjalanan kepada teknologi. Ini merupakan cerminan bias "Efek IKEA": orang lebih menghargai sesuai yang ia buat sendiri. Sentimen wisatawan mendukung hal tersebut: 83% wisatawan mengatakan mereka ingin berkontribusi dalam merencanakan perjalanan mereka di 2033.

¹² Jennifer Wosmek, Bethany's Elevator Experiment, 2011



Ada alasan lain mengapa wisatawan tidak membiarkan teknologi mengambil alih proses perencanaan perjalanan di 2033. Alasannya adalah kendali. Kita ingin memegang kendali. Kita tidak suka menyerahkannya. Terutama tidak kepada algoritma di dunia dimana interaksi manusia menandakan keamanan dan keyakinan. Inilah mengapa para wisatawan menyatakan bahwa AI, agar dapat dipercaya untuk merencanakan perjalanan mereka, harus 61% mirip manusia. Namun, wisatawan merasa khawatir dengan AI yang 51% mirip manusia.

Paradoks perencanaan AI

100 - AI yang persis seperti manusia

	Masyarakat akan yakin bahwa AI dapat merencanakan perjalanan mereka	60.6
	Masyarakat khawatir AI terlalu mirip dengan manusia	50.7

0-AI tidak seperti manusia

Kenyatannya: wisatawan senang merencanakan perjalanan mereka. Mereka tidak akan menyerahkan seluruhnya kepada AI. Teknologi harus menghargai keinginan ini jika ingin berperan dalam membentuk perjalanan di tahun 2033. Tapi bagaimana dengan teknologi spesifik yang sedang berkembang?

Aplikasi super (aplikasi yang menggabungkan alat dan konten dari semua aplikasi besar) akan memungkinkan wisatawan untuk bepergian lebih lancar dengan mengumpulkan segala hal yang diperlukan di satu tempat. Aplikasi super merupakan hal yang menarik karena manusia adalah makhluk yang malas secara kognitif: artinya, kita selalu memilih opsi yang paling mudah. Namun, aplikasi super harus menanggulangi efek dilusi tujuan. Yaitu, semakin tujuannya bersifat tunggal, kita akan semakin yakin bahwa hal tersebut efektif. Sebaliknya, semakin luas klaim, kita cenderung kurang percaya. Mengingat hal-hal yang dijanjikan oleh aplikasi super bersifat luas dan umum, efek dilusi tujuan menjadi rintangan yang signifikan, terutama karena 72% wisatawan rentan terpengaruh.¹³

¹³ Wisatawan dikatakan rentan terhadap efek dilusi tujuan jika mereka lebih memilih untuk menggunakan aplikasi yang berbeda dengan satu kemampuan untuk merencanakan bagian tertentu dari perjalanan, dibandingkan satu aplikasi umum yang dapat melakukan semuanya untuk merencanakan setiap bagian perjalanan.

Di 2033, Realita Virtual atau Virtual Reality (VR) dan Metaverse akan memungkinkan wisatawan mencoba perjalanan secara virtual sebelum mendaftar untuk melakukannya. Pratinjau VR sangat cocok dengan sifat manusia yang tidak suka kehilangan; kami percaya bahwa pratinjau VR akan membuat kita terhindar dari membuat keputusan yang kita sesali. Karena itu, di 2033, 51% wisatawan ingin menggunakan pratinjau VR sebagai bagian dari proses perencanaan mereka.



Transportasi

Menjembatani kesenjangan antara perkataan dan tindakan wisatawan terkait bepergian secara berkelanjutan

Dengan upaya bisnis, pembuat kebijakan dan pemerintah dalam menciptakan opsi-opsi untuk bepergian secara berkelanjutan, kekuatan keberlanjutan di masa depan akan cenderung mempertahankan momentumnya hingga 2033. Tapi kemampuan perubahan masa depan ini bertabrakan dengan tiga sifat wisatawan yang signifikan:

1. Kesenjangan antara perkataan dan perbuatan - diskrepansi antara apa yang kita katakan akan lakukan dan apa yang sebenarnya kita lakukan.

Apakah ini artinya orang yang menyatakan niat untuk bepergian secara lebih berkelanjutan di 2033 tidak akan mewujudkannya melalui perilaku baru?

2. Efek pengamat (bystander effect)

- kita seringkali tidak bertindak dalam menghadapi suatu masalah ketika kita berharap orang lain akan bertindak.

Mungkinkah para wisatawan berpikir bahwa menggunakan metode perjalanan yang berkelanjutan di tahun 2033 adalah tanggung jawab orang lain?

3. Bias terhadap perjalanan yang

“lancar” - wisatawan memiliki keinginan yang jelas untuk melakukan proses perjalanan yang paling efisien. Apakah mereka akan menerima perjalanan yang dianggap lebih lambat (meskipun beberapa bentuk perjalanan berkelanjutan lebih lancar dari opsi tradisional) atau memerlukan langkah tambahan?

“Jika Anda memikirkan perilaku spesifik terkait keberlanjutan, hal-hal yang orang bersedia lakukan adalah hal-hal yang sudah mereka lakukan di rumah seperti mendaur ulang, berhenti menggunakan plastik sekali pakai, atau menggunakan seprai yang sama selama seminggu.”

Richard Chataway, BVA Nudge Unit, Penulis Behavior Business



Singkatnya – dan mengesampingkan peran legislasi untuk membatasi dampak negatif emisi karbon dari penerbangan – apakah sifat wisatawan akan berperan dalam mencegah mereka berbagi tanggung jawab atas perjalanan yang lebih berkelanjutan dengan bagian lain di sektor perjalanan di 2033?



Siaga untuk menjadi lebih berkelanjutan? Atau hanya berdiam diri melihat orang lain bertindak?

% wisatawan yang menyatakan bahwa ini adalah cara yang paling memungkinkan untuk melakukan perjalanan yang lebih berkelanjutan pada tahun 2033

Bepergian dengan pesawat yang menggunakan bahan bakar nabati

34%

Secara teratur melakukan rapat untuk bekerja secara virtual daripada bepergian untuk rapat tatap muka

28%

Menggunakan penghitung jejak karbon untuk mengukur dampak perjalanan saya terhadap planet ini

19%

Mendukung batasan jumlah miles perjalanan internasional yang diperbolehkan bagi orang-orang

11%

Terkadang mengunjungi destinasi secara virtual, bukan secara fisik

8%

Ketergantungan pada orang lain untuk bertindak/berdampak lebih kecil dari pengalaman perjalanan kita sendiri

1. Meskipun 35% wisatawan menyatakan tertarik dengan kesempatan untuk bepergian secara lebih ramah lingkungan di 2033, 63% lainnya tidak bersedia membayar lebih untuk penerbangan yang menggunakan biofuel.

2. Ketika diperlihatkan lima pilihan transportasi berkelanjutan tahun 2033, hanya 19% wisatawan yang mengatakan sangat mungkin bagi mereka untuk menggunakan transportasi yang mengharuskan mereka untuk bertindak atau membuat pengorbanan (dengan mendukung pembatasan mil perjalanan internasional yang diperbolehkan atau terkadang berkunjung secara virtual dan bukan secara fisik). Apakah sebenarnya para wisatawan mencari orang lain untuk memimpin mereka melindungi planet bumi? Potensi itu ada. Akan tetapi, wisatawan tidak mengharapkan banyak bantuan dari AI untuk hal ini. Hanya 29% wisatawan yang sepenuhnya percaya pada AI untuk merencanakan dampak lingkungan dari perjalanan mereka.

3. Jika perjalanan yang lambat (layanan semalam, mobil otonom, perjalanan naik kereta, dsb.) dapat menciptakan pengalaman positif, hal itu akan disambut oleh 25% wisatawan yang terbuka dengan gesekan positif (dimana pengalaman diperlambat dan tidak memicu reaksi negatif). Namun, bagi 44% wisatawan, tiba di tujuan dengan lebih cepat adalah hal yang paling menarik dalam bepergian di 2033.

Akomodasi

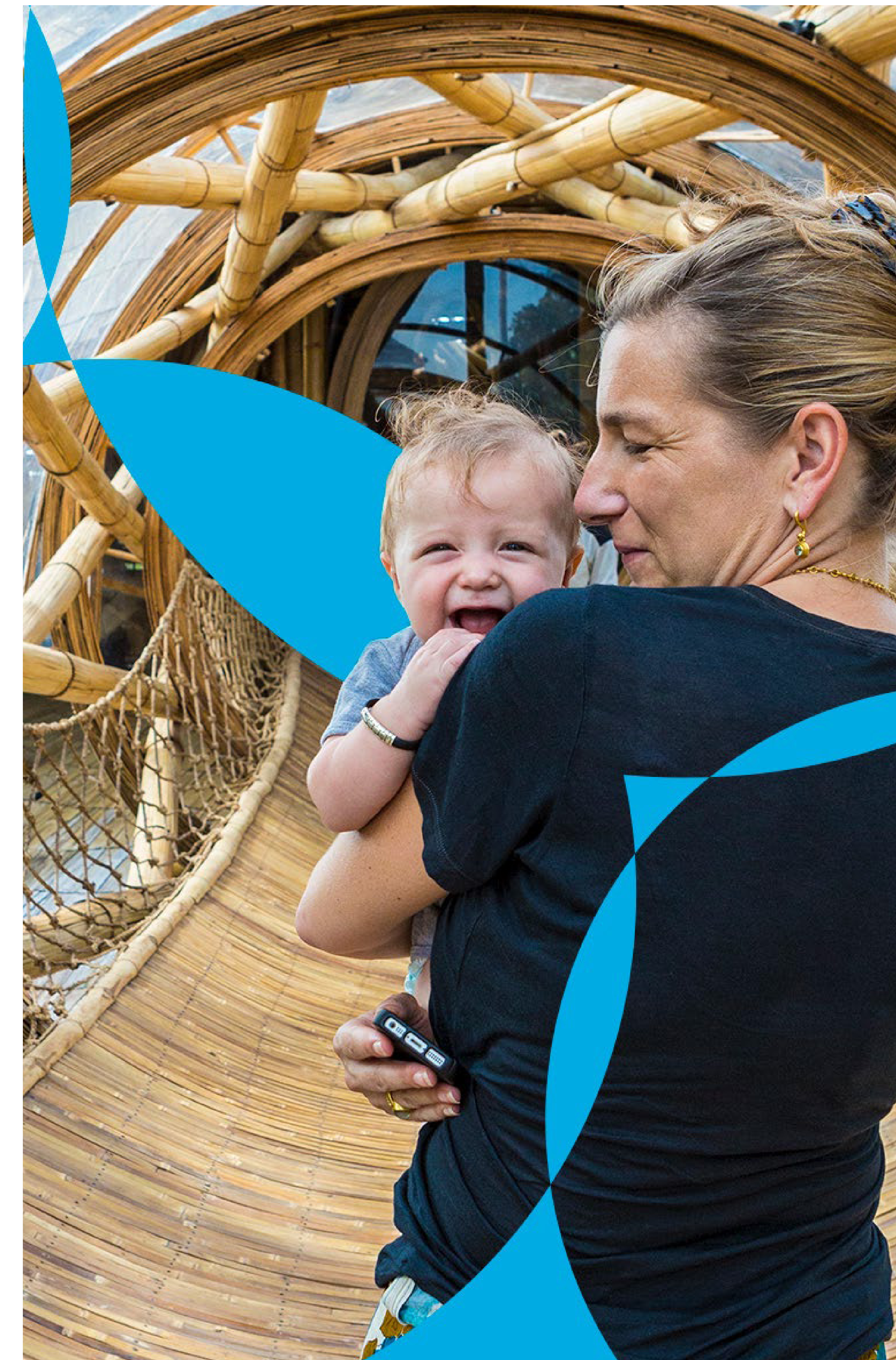
Akomodasi baru untuk menggoyahkan status quo

Kemampuan perubahan masa depan dalam bentuk perjalanan autentik dan sadar lingkungan akan menentukan pilihan akomodasi di tahun 2033. Di 2033, rumah akan lebih banyak tersedia sebagai akomodasi wisatawan, dan hotel ramah lingkungan akan lebih mudah diakses.

Tapi wisatawan hanya akan memanfaatkan bentuk akomodasi baru tersebut jika mereka berhasil melewati rintangan psikologis: status quo. Keberadaan bias status quo artinya 62% wisatawan lebih menyukai merek besar yang sudah banyak dikenal dibandingkan merek kecil yang independen. Penelitian menunjukkan bahwa untuk membujuk orang agar memilih hal baru, hal tersebut harus menawarkan 2,6 lebih banyak dari nilai yang dimiliki status quo¹⁴.

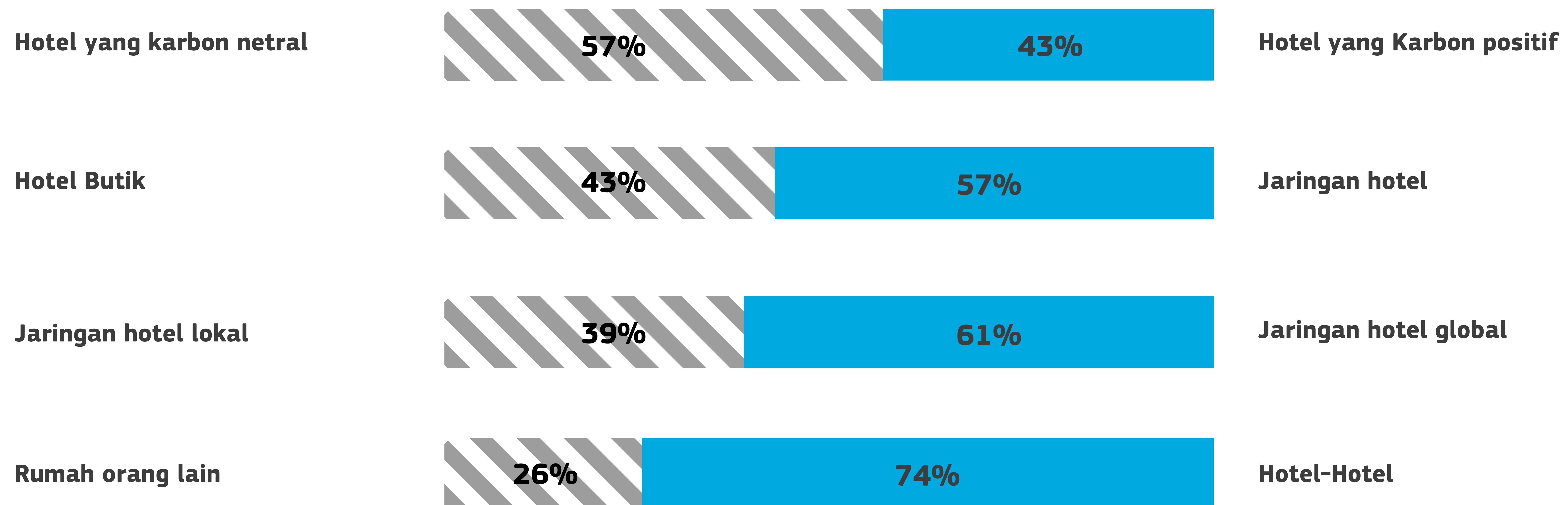
Hal ini menciptakan kebenaran wisatawan berikut ini: Di 2033, status quo akomodasi akan bertahan. Tapi, berbagai bentuk akomodasi baru akan mendapatkan momentum yang cukup baik.

¹⁴ Diana Britton, The Loss Aversion Coefficient, 2015



Akomodasi pada tahun 2033: status quo vs bentuk-bentuk baru

% wisatawan yang menyatakan bahwa mereka lebih memilih untuk tinggal di **sebuah bentuk akomodasi yang sedang berkembang** atau **bentuk akomodasi status quo** pada tahun 2033



Pembayaran

Melawan bias familiaritas

Kemampuan perubahan masa depan terkait metode pembayaran berpusat pada hal-hal yang ada saat ini. Mata uang kripto.

Model berlangganan. Sistem pembayaran pengenalan wajah. Akan tetapi, metode-metode pembayaran tersebut harus mempertimbangkan sifat manusia yaitu bias familiaritas (kecenderungan untuk berpegang pada apa yang telah diketahui) agar orang-orang mau menggunakannya.

Fakta bahwa di tahun 2033 hanya 41% wisatawan yang akan merasa 'sangat nyaman' membayar perjalanan menggunakan Paypal (diluncurkan tahun 2000), mengungkapkan relevansi bias familiaritas terhadap metode pembayaran.

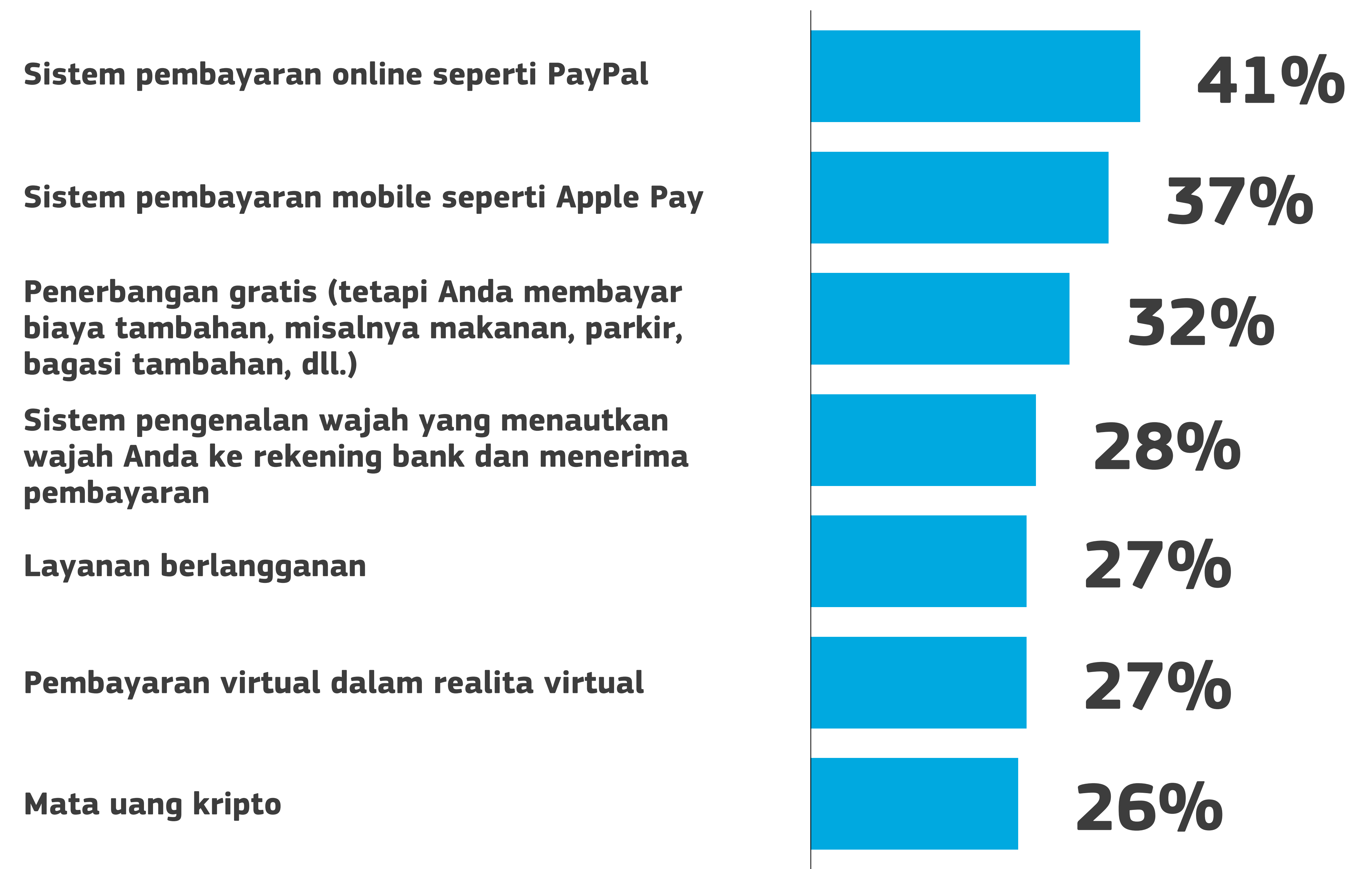
Bentuk-bentuk pembayaran yang baru akan perlu waktu untuk membangun familiaritas sebelum para wisatawan akhirnya nyaman menggunakannya.

Hal ini karena familiaritas akan berujung pada kepercayaan. Dan kepercayaan akan menimbulkan rasa nyaman untuk secara terbuka menggunakan metode pembayaran baru yang dapat dilihat orang lain.

Ketika orang melihat orang lain berperilaku dengan cara tertentu, mereka cenderung berperilaku yang sama (bukti sosial).

Metode pembayaran untuk bepergian pada tahun 2033

% wisatawan yang menyatakan bahwa mereka akan sangat nyaman menggunakan metode pembayaran untuk membayar perjalanan pada tahun 2033





Kenangan

Metaverse = dunia kenangan

Kemampuan perubahan masa depan dalam hal inovasi VR, AR (Augmented Reality), dan Metaverse berarti bahwa wisatawan akan dapat menciptakan kenangan yang lebih nyata di tahun 2033. Hal ini sangat sesuai dengan sifat wisatawan yang ingin menciptakan kenangan. Dari berbagai motivasi bepergian, “membuat kenangan” tiga kali lebih penting bagi wisatawan daripada orang yang mereka temui atau moda transportasi yang digunakan. Oleh karena itu, di tahun 2033, AR dan VR akan menjadi cara pilihan wisatawan untuk mengingat perjalanan: 54% menyatakan bahwa mereka akan lebih suka menggunakan teknologi baru ini untuk membantu menyimpan kenangan dibandingkan foto atau konten media sosial.

Tegangan wisatawan

Apakah reaksi manusia ini akan bersifat universal dan konsisten?

Tidak benar jika kita berasumsi bahwa hampir dua miliar wisatawan akan bereaksi sama terhadap

kekuatan masa depan di tahun 2033. Kita juga tidak dapat berasumsi bahwa kekuatan ini akan memicu dua miliar reaksi yang berbeda¹⁵. Inilah mengapa sektor perjalanan mengelompokkan wisatawan sejak lama. Namun, tiba saatnya untuk mengubah cara kita melakukannya.

Metode pengelompokkan historis

Alasan orang bepergian untuk "bisnis atau liburan" tidak mendefinisikan siapa mereka atau apa yang mereka lakukan dalam perjalanan mereka. Ya, tujuan utama perjalanan mereka mungkin kurang lebih menjelaskan perilaku bepergian mereka. Namun hal itu tidak sepenuhnya menjelaskan mengapa mereka mengambil keputusan terkait perjalanan yang dilakukan. Atau bagaimana mereka memikirkan masa depan.

Pengelompokkan secara demografis memiliki keterbatasan yang sama, seperti yang kita lihat pada perbandingan motivasi bepergian untuk kelompok usia yang berbeda.

Tempat di mana orang tinggal—konteks budayanya—dapat lebih jauh menjelaskan perilaku mereka. Indeks budaya Hofstede menunjukkan seberapa beragam nilai budaya (misalnya, bahwa Inggris dua kali lebih mungkin memberikan imbalan jangka panjang – dibandingkan keuntungan jangka pendek – dibandingkan Amerika Serikat).

¹⁵ Angka ini mencerminkan jumlah wisatawan yang diwakilkan oleh sampel survei kami sebanyak 10.345 wisatawan (1,947 miliar wisatawan)

Metode pengelompokkan yang berevolusi tahun 2033

Guna memahami bepergian di 2033, kita harus menghindari pembentukan kelompok berdasarkan beberapa parameter paling sederhana. Kita harus menggunakan Suku Wisatawan dibandingkan segmen pelanggan umum, atau pemisahan demografis. Kami telah melakukan hal ini sebelumnya di tahun 2006 dan 2015. Dalam melakukannya, kami mengidentifikasi identifikasi wisatawan elektronik, biometrik, ‘aplikasi super’, media sosial, dan teknologi cerdas sebagai pendorong utama transformasi.

Tapi, apa itu Suku? Suku mendefinisikan dirinya berdasarkan ideologi yang sama. Cara berpikir yang terhubung. Sikap yang sama. Dan dengan mengidentifikasi Suku Wisatawan, kita dapat lebih baik memahami perjalanan di tahun 2033 dan mempersiapkan diri untuk saat itu.

Namun bagaimana kita menentukan ideologi, cara berpikir, dan sikap seperti apa yang akan membentuk Suku Wisatawan di tahun 2033? Usulan kami adalah untuk menciptakan Suku Wisatawan berdasarkan kesamaan sikap terhadap kemampuan perubahan masa depan yang akan mempengaruhi perjalanan di tahun 2033, dan berdasarkan sifat-sifat yang sama, yang akan mendorong

perilaku mereka. Sikap dan sifat yang sama memiliki nilai unik dalam memahami perilaku wisatawan di masa depan. Sikap yang sama terhadap masa depan akan memprediksikan bagaimana mereka akan bereaksi terhadap realita tahun 2033. Sifat yang sama, yang mempengaruhi cara kita mengambil keputusan, tidak lekang waktu. Sebagai contoh, Muzafer Sherif menciptakan konsep bukti sosial—suatu ide bahwa kita meniru tindakan orang lain—di tahun 1935.

¹⁶ Kini, e-commerce didominasi oleh konsep ulasan bintang 5, yang menggunakan pemikiran yang sama.

Suku Wisatawan

Siapa saja Suku Wisatawan 2033?

Guna membuat Suku Wisatawan 2033, kami mengukur 215 sikap dan sifat yang dapat menjadi dasar untuk Suku Wisatawan. Kemudian, setelah menganalisis 1,15 juta titik data, kami membuat 43 set potensial Suku Wisatawan.

Dari semuanya, kami menemukan empat Suku Wisatawan yang paling berbeda: yang keunikannya sebagian besar adalah pada sikap mereka terhadap kemampuan perubahan masa depan dan sifat-sifat manusia di tahun 2033, bukan karena faktor perbedaan budaya dan usia.

Mari kita pahami lebih dalam tentang Suku Wisatawan 2033. Kita akan melakukannya dengan mempelajari:

Siapa mereka saat ini – agar kita dapat mengenali mereka dan melihat evolusinya antara 2023 dan 2033.

Cara mereka berpikir – guna mengetahui alasan di balik perilaku mereka di masa depan.

Pandangan mereka tentang perjalanan di tahun 2033 – guna mengetahui bagaimana kita memenuhi aspirasi mereka dan mengurangi kekhawatiran mereka.

Cara mereka bepergian di tahun 2033 – guna mengungkap perjalanan mereka yang unik.

Bertemu dengan para anggotanya – guna memahami kehidupan mereka yang menjadi bagian Suku Wisatawan 2033 dan bagaimana Suku Wisatawan muncul di berbagai belahan dunia.



Memahami Suku Wisatawan dalam hal-hal tersebut akan membantu kita untuk tidak hanya memahami apa yang menarik atau mengkhawatirkan bagi mereka, tapi juga seperti apa seharusnya hubungan mereka dengan sektor perjalanan di tahun 2033. Apakah harus berupa hubungan yang suportif, membantu mereka menavigasi realita baru perjalanan?

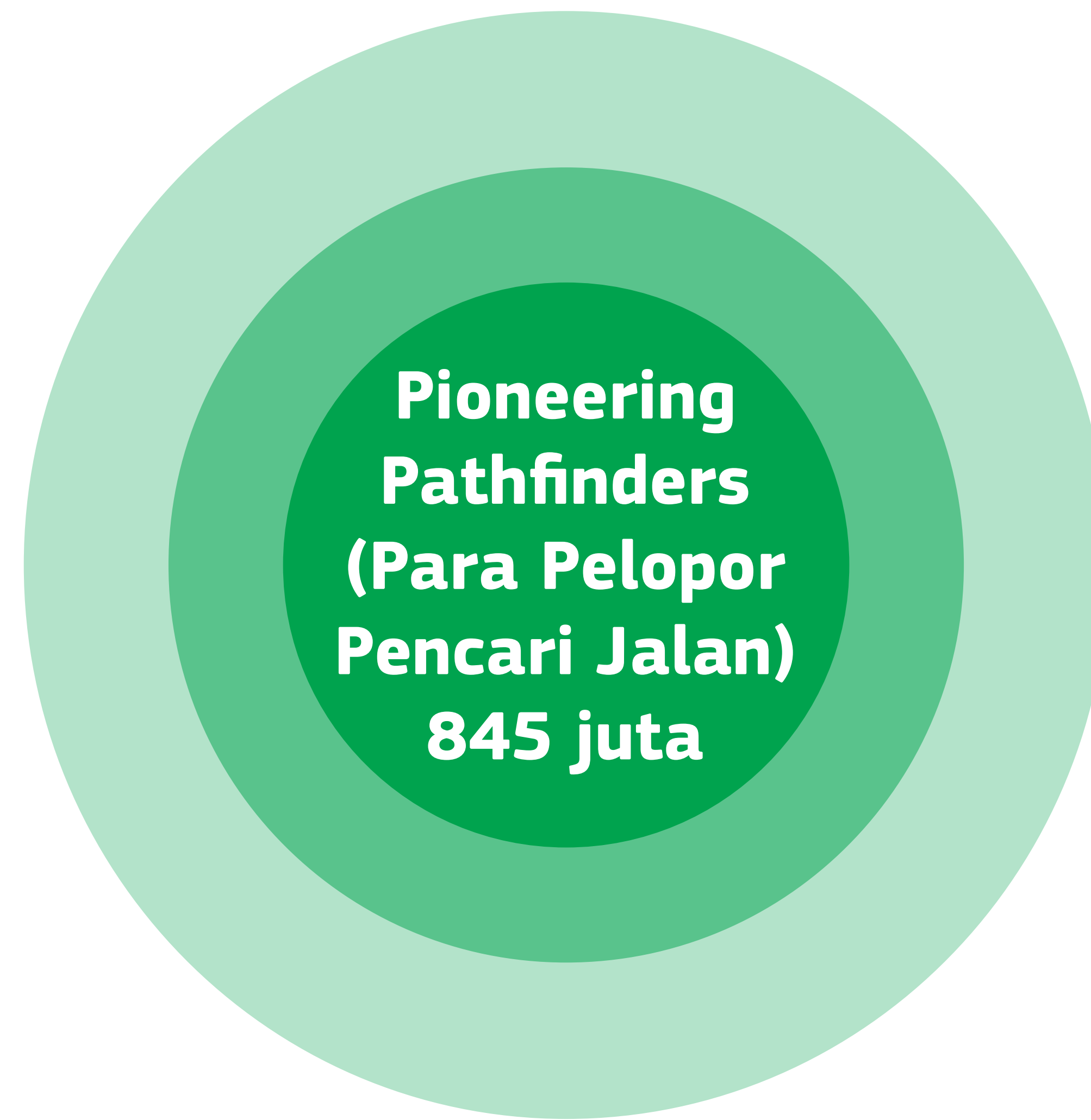
Atau harus berupa kemitraan, bertindak sebagai pengantar pesan untuk mendukung cara kerja baru dalam sektor perjalanan? Mari kita lihat dan pahami Suku Wisatawan satu per satu, lalu evaluasi hubungan yang seharusnya terbentuk di antara keduanya.

¹⁶ Muzafer Sherif, A Study in Some Factors of Social Perception, 1935

Pemandangan

Suku Wisatawan 2033

Sektor perjalanan
membutuhkan dukungan
mereka di tahun 2033
(sebagai penyampai pesan
untuk mendukung realitas
perjalanan baru)



Bersemangat
untuk
bepergian pada
tahun 2033



Membutuhkan
dukungan sektor
perjalanan pada tahun
2033 (untuk membantu
menavigasi realitas
perjalanan baru)



Khawatir dengan
perjalanan pada
tahun 2033

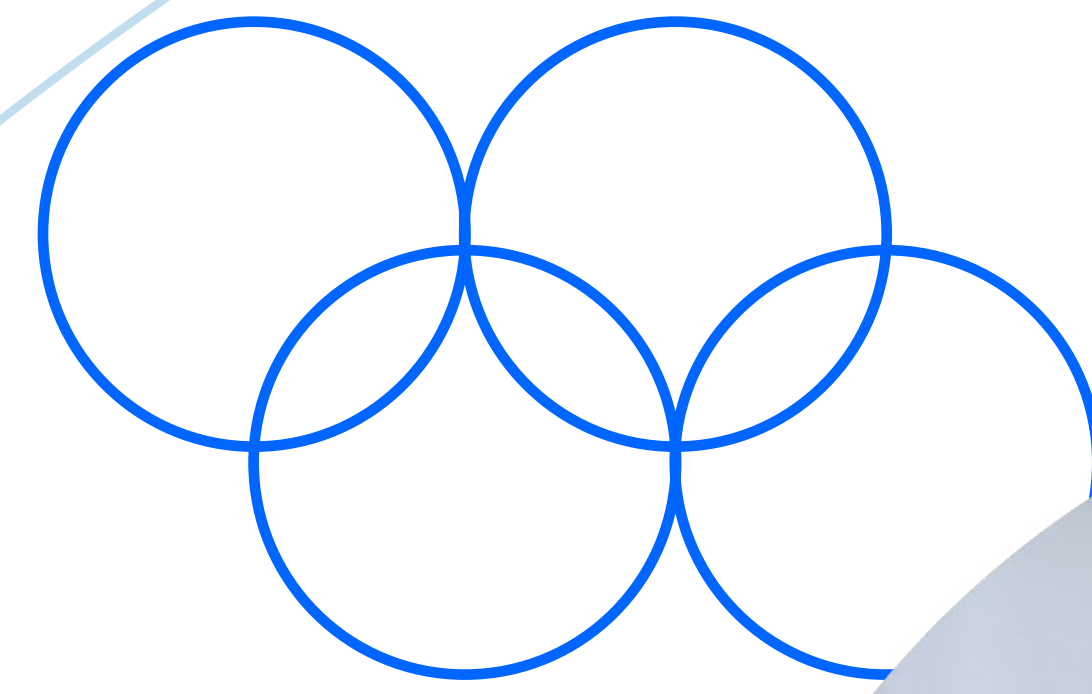


amadeus

TRAVELER TRIBES 2033

The % of travelers
that are in each
Traveler Tribe

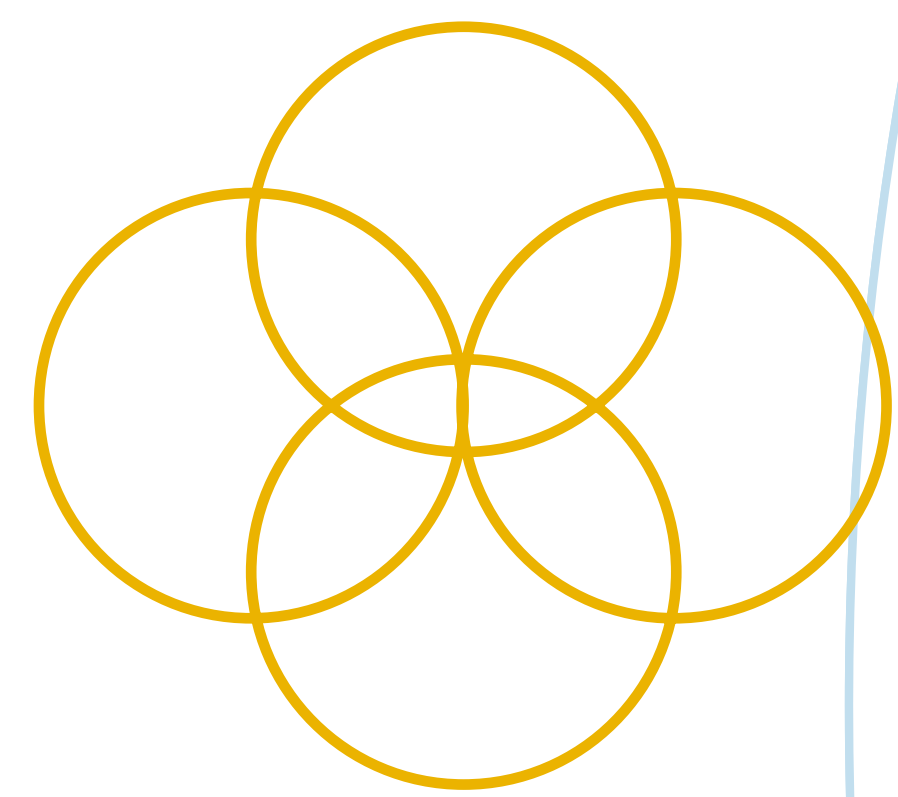
15%
Travel
Tech-fluencers



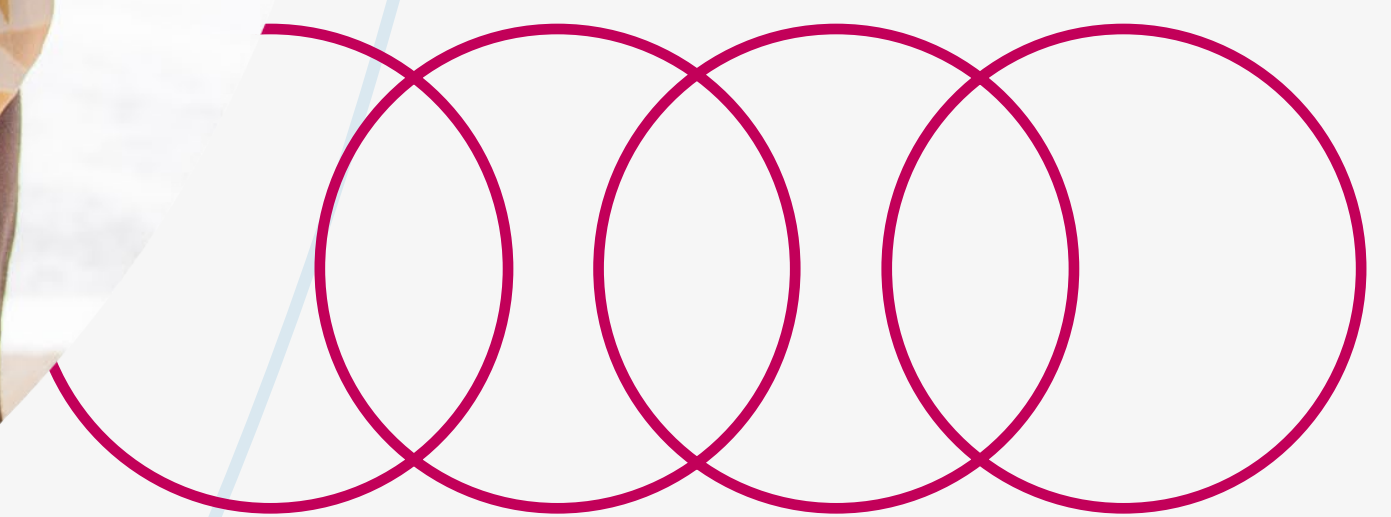
43%
Pioneering
Pathfinders



25%
Excited
Experientialists

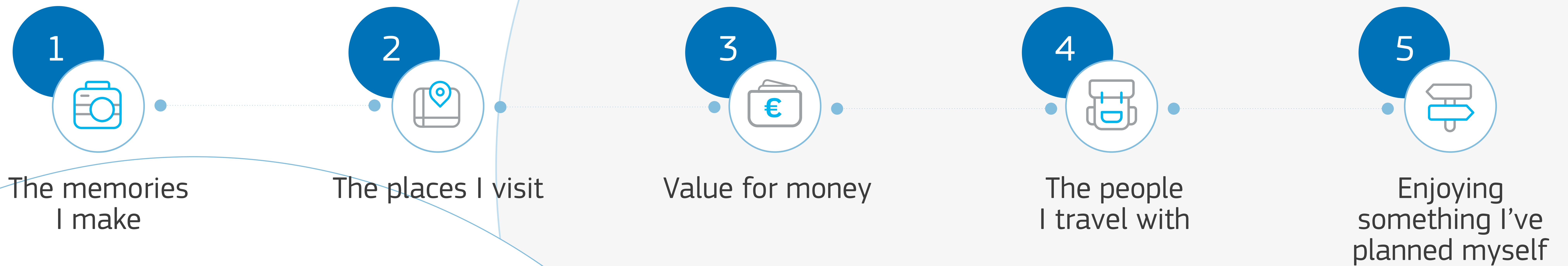


17%
Memory
Makers



The 5 most important considerations for travelers

(from a list of 10)



The 5 things that excite travelers most about trips in 2033

(% listing as one of the top three things which excite them most about trips in 2033, from a list of 9)

- 44%** That traveling to trip destinations will be quicker
- 36%** To be able to remember trips in more vivid ways
- 35%** The chance to travel in more environmentally friendly ways
- 34%** That technology could reduce problems during trips
- 34%** Different ways of paying for trips will make trips more affordable



The technologies which will most interest travelers in 2033

- 1 Being able to pay for trips by cryptocurrency, in a virtual reality or via facial recognition
- 2 Using data to create relevant trips
- 3 Biometric data - to allow you quick access through passport control
- 4 Apps which have everything I need to plan my travel
- 5 Virtual reality preview tours

The 5 things that concern travelers most about trips in 2033

(% listing as one of the top three things which concern them most about trips in 2033, from a list of 9)

- 44%** Cybersecurity attacks will be more frequent in 2033
- 41%** How safe the data people share will be
- 36%** Travel in 2033 will be unaffordable
- 36%** Political instability will mean it's not possible to travel to some destinations
- 34%** That my travel trips will be more expensive if I want to be more environmentally conscious

METHODOLOGY

Data is based on an online survey conducted by Northstar Research Partners in August 2022 with 10,345 travelers from 15 countries (Australia, China, France, Germany, India, Indonesia, Japan, Mexico, New Zealand, Singapore, Spain, Thailand, UAE, UK and US) who are likely to travel internationally in the next 3 years and have traveled internationally at least once in the last year





Temui Suku
Excited Experientialist
atau Penggemar
Pengalaman Baru

Saat ini

bebas & penuh pengalaman di tahun 2023

Excited Experientialist atau para penggemar pengalaman baru memiliki pendekatan “coba dan lihat” dalam hidup. 44% dari Suku Wisatawan ini tidak tinggal bersama anak-anak. Tidak adanya komitmen memungkinkan mereka untuk mengeksplorasi dunia. Mereka mampu melakukannya karena 45% memiliki penghasilan menengah atas dan seringkali memiliki pekerjaan yang memberikan opsi bekerja secara fleksibel.

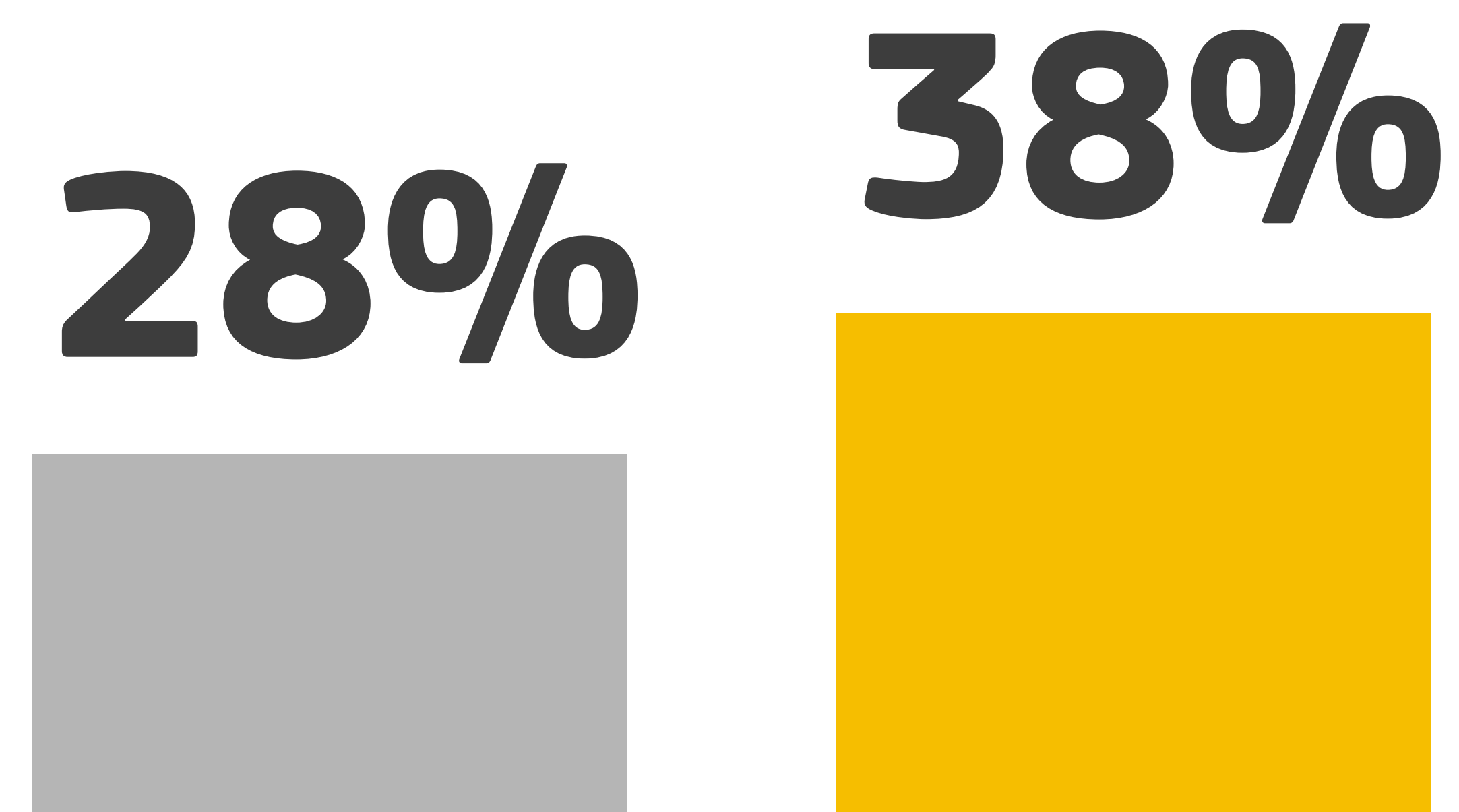
Hal ini memungkinkan Excited Experientialist untuk mencoba pengalaman baru. Sebagai contoh, di tahun 2022, 23% pindah kerja, 29% mulai mempelajari bahasa baru dan 34% menjadi sukarelawan. Ini mencerminkan preferensi terhadap pengalaman dibandingkan materialisme. Karena itu, kesadaran mereka akan teknologi modern tidak serta merta berarti mereka memiliki perangkat seperti headset VR (dibandingkan Suku Wisatawan lain). Hal itu juga yang menjadi alasan mereka bepergian 38% lebih sering dibandingkan wisatawan lain tahun lalu.

Pemikiran mereka

hidup hanya satu kali, atau Anda akan menyesal

Pola pikir yang naluriah & impulsif

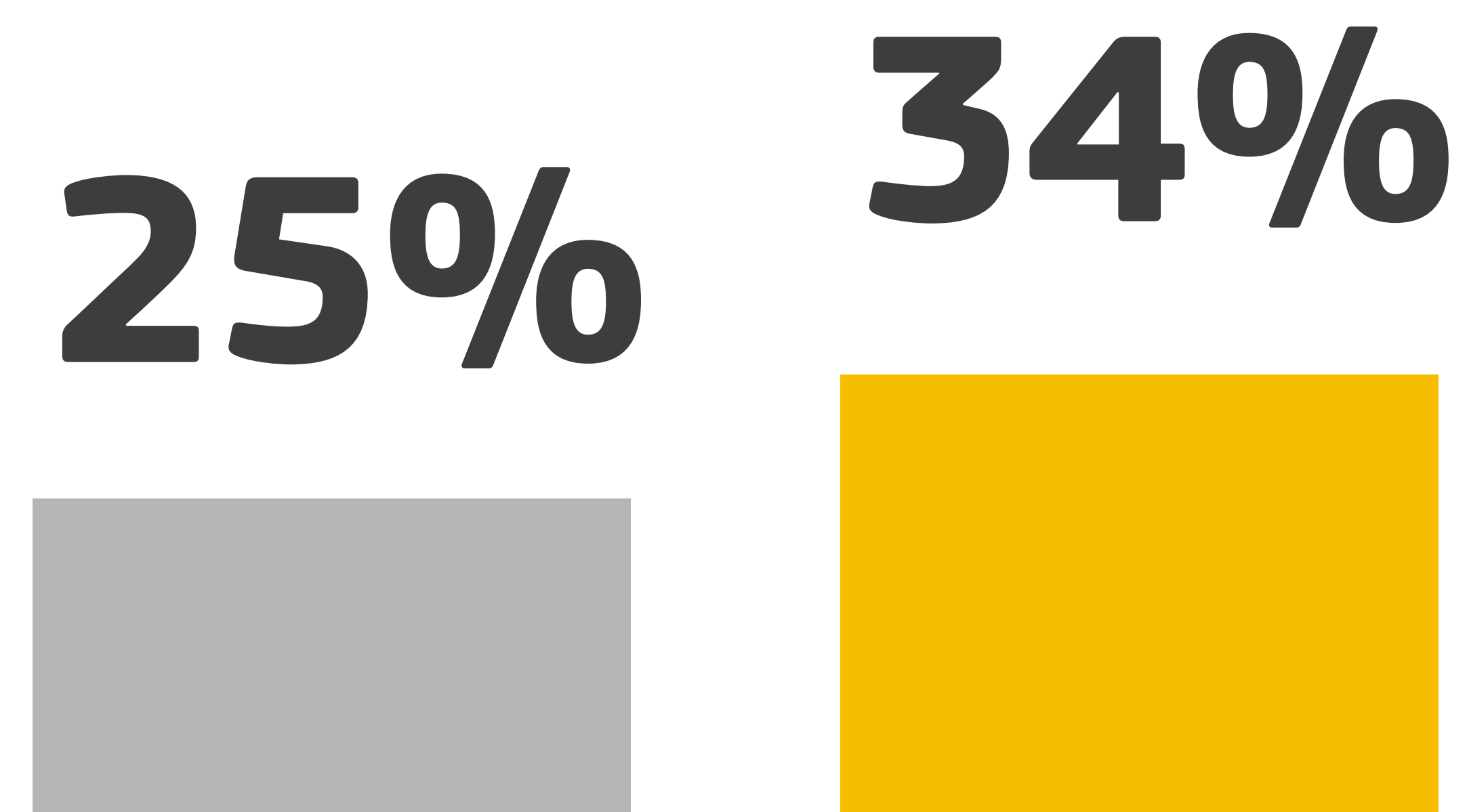
% yang menyatakan bahwa mereka mengambil keputusan berdasarkan naluri, bukan informasi



Semua wisatawan

Excited Experientialist (Penggemar Pengalaman Baru)

% yang menyatakan bahwa mereka suka bersikap impulsif daripada selalu memiliki perencanaan



Semua wisatawan

Excited Experientialist (Penggemar Pengalaman Baru)

Excited Experientialist adalah bagian dari gerakan YOLO (you only live once) atau hidup hanya satu kali. Menikmati hidup adalah bagian dari diri mereka. Itulah mengapa mereka lebih cenderung bertindak berdasarkan naluri daripada melakukan riset sebelum mengambil keputusan.

Kenapa? Karena informasi membatasi pemikiran mereka. Sebaliknya, 46% terbuka pada ambiguitas, yang 44% lebih banyak daripada Suku Wisatawan lainnya. Hal ini karena ambiguitas dan hal-hal yang tidak diketahui membuat mereka bersemangat. Dibandingkan wisatawan lain, mereka 45% lebih mungkin untuk menjadikan dampak negatif bagi kesehatan dan kesejahteraan hidup sebagai faktor sekunder dalam mengambil keputusan.

Perjalanan bagi Excited Experientialist terpusat pada mengejar kebebasan dari hal-hal monoton. Mereka adalah pencari sensasi yang menolak rutinitas.

“Saya tahu ini terdengar klise, tapi kita hanya hidup satu kali. YOLO.”

Excited Experientialist



Pandangan mereka

tidak yakin tapi bersemangat

Excited Experientialist tidak memiliki cara bepergian tertentu yang diinginkan di tahun 2033. Mereka terbuka terhadap kesempatan tidak terbatas yang setidaknya akan menarik, atau mengasyikkan!

“Saya tidak akan mengklasifikasikannya sebagai ‘Oh ini pasti bagus; ini tidak bagus.’ Tapi pasti akan menarik.”

Excited Experientialist

Karena mereka tidak berfokus pada masa depan, Excited Experientialist tidak yakin tentang apa yang akan terjadi di masa depan dan seberapa berbeda keadaan nantinya. 23% berpikir bahwa perjalanan di tahun 2033 akan sangat berbeda dari saat ini, sementara 51% berpikir akan mirip. Ketika diperlihatkan seperti apa kemungkinan perjalanan di tahun 2033, 51% bersemangat tentang berbagai kemungkinan yang bisa terjadi.

Pengalaman bepergian Excited Experientialists di tahun 2033

Tujuan
Berpikiran terbuka dan eksploratif

Excited Experientialists akan membiarkan opsi perjalanan mereka di tahun 2033 tetap terbuka. Mereka lebih menyukai kebebasan yang ditawarkan daripada rencana perjalanan yang mengikat. Bagi mereka, komitmen tidak menghasilkan kegembiraan.

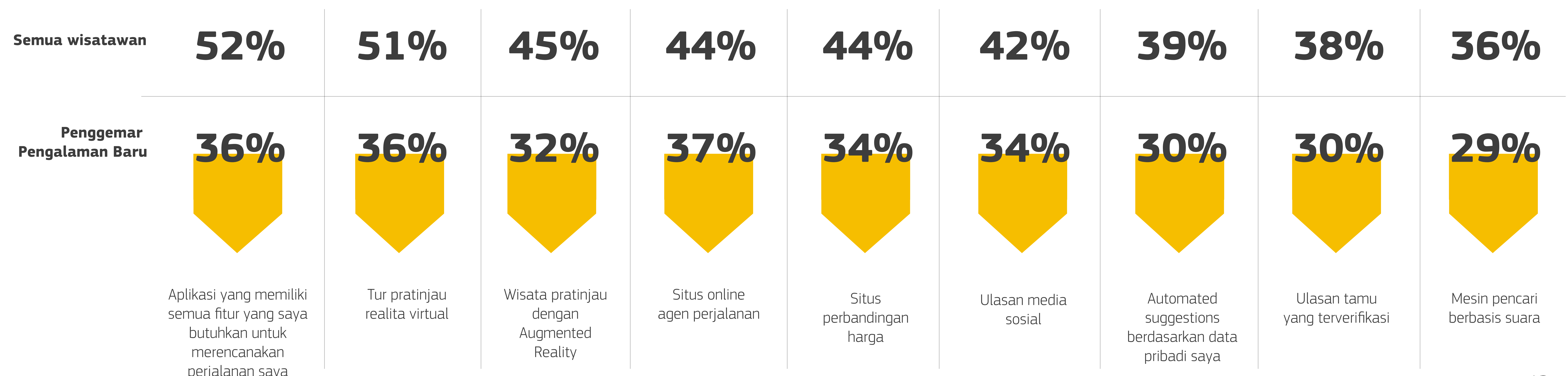
Dibandingkan wisatawan lain, mereka kurang terbuka untuk mengeksplorasi perjalanan di tahun 2033 menggunakan pihak ketiga seperti agen perjalanan

online. Hal ini karena mereka mengatakan bahwa kemudahan untuk ditebak menghilangkan rasa semangat. Hanya 50% yang akan berbagi data pribadi dengan agen perjalanan online, yang dapat merencanakan perjalanan mereka berdasarkan pengalaman terdahulu atau mencari yang baru. Hal ini berbeda dari wisatawan lain yang kurang nyaman dengan ambiguitas. Excited Experientialists lebih mengandalkan insting.

Perencanaan

Si anti perencana di 2033

% kemungkinan alat perencanaan akan digunakan oleh semua wisatawan dan Excited Experientialist (Para Penggemar Pengalaman Baru) pada tahun 2033 dibandingkan dengan wisatawan lainnya



Rasa haus Excited Experientialist akan ketidakpastian menjadikan mereka sebagai anti perencana di tahun 2033. Mereka akan memiliki 25% lebih sedikit titik sentuh perencanaan dibandingkan wisatawan lainnya. Beberapa bahkan lebih suka tidak melakukan proses perencanaan sama sekali.

Meskipun mereka cenderung tidak percaya pada teknologi untuk merencanakan perjalanan dibandingkan wisatawan lain, mereka yakin bahwa teknologi dapat menghemat waktu mereka. Mereka tahu bahwa perjalanan yang sempurna memerlukan cukup waktu untuk mengatur berbagai hal, dan memanfaatkan bantuan AI akan memungkinkan mereka segera merasakan bagian yang seru dari perjalanan.

Namun, ada kelemahan di sini. Menggunakan AI untuk merencanakan perjalanan memiliki risiko perjalanan akan menjadi lebih mudah ditebak. Hal ini menghilangkan kesempatan terjadinya hal mendadak dan mengurangi keasyikan!

Transportasi

Kebutuhan akan kecepatan

Pola pikir eksperimental berarti bahwa Excited Experientialist terbuka terhadap moda transportasi baru apa saja. Tapi pendapat mereka tentang pengalaman layanan lebih terfokus. Di 2033, mereka berharap waktu transit dapat menjadi pengalaman yang seru dan tidak sekadar menjadi proses logistik. Setiap bagian dari

transit harus dapat dinikmati dan nyaman. Inilah mengapa moda transportasi menjadi 21% lebih penting bagi mereka dibandingkan bagi wisatawan lain.

Artinya, pertanyaan terpenting tentang transportasi di 2033 adalah: apa yang dapat membawa saya ke tempat tujuan secepat dan senyaman mungkin? Sehingga prospek perjalanan yang lebih cepat ke tempat tujuan menjadi hal yang paling membuat mereka bersemangat tentang bepergian di 2033. Mereka ingin berada di tempat yang menyenangkan – secepat mungkin. Di sinilah mereka menginginkan bantuan AI.

Excited Experimentalist skeptis terhadap AI sebagai alat perencanaan. Tapi mereka tahu potensinya untuk dapat mempercepat pengalaman di bandara. Di 2033, Excited Experimentalist berharap bandara dapat menggunakan AI untuk membantu mereka dengan cepat melewati gerbang bandara hingga sampai ke tempat tujuan. Bagaimana caranya? Keamanan yang cepat. Navigasi yang baik. Dimana bantuan manusia hanya digunakan sebagai cadangan.

“Apa hal yang paling menghabiskan waktu di bandara?”

Anda mencoba mencari jalan ke gerbang, lalu berakhir terjebak di antrean panjang pos keamanan.”

Excited Experientialist

Meskipun kecepatan penting, keberlanjutan dianggap tidak begitu penting. 33% Excited Experientialist (yang menganggap bahwa penerbangan berbahan bakar biofuel akan menjadi cara terbaik untuk bepergian secara berkelanjutan di 2033) percaya bahwa penerbangan berbahan bakar biofuel harus lebih murah daripada penerbangan jet. Tapi itu bukan berarti mereka sepenuhnya tidak peduli terhadap keberlanjutan dalam bepergian. 39% berpikir cara terbaik untuk bepergian secara berkelanjutan adalah dengan mendukung pembatasan jumlah mil yang diperbolehkan untuk perjalanan internasional. Excited Experimentalist lebih terbuka terhadap ide ini daripada Suku Wisatawan lain. Hal ini mencerminkan kesadaran mereka bahwa mereka terlalu sering bepergian. Atau apakah ini artinya bahwa jika mereka bepergian, mereka ingin melakukannya tanpa beban?

Akomodasi

Ekonomi kegembiraan

Di 2033, Excited Experimentalist akan mencari pengalaman akomodasi yang tidak terprediksi dan lebih menyenangkan. Mereka adalah Suku Wisatawan yang paling tidak mungkin memilih rangkaian hotel global dan lebih menyukai hotel lokal, akomodasi tanpa makan daripada akomodasi lengkap, serta rumah pribadi daripada hotel ketika mencari pengalaman yang tidak dapat diprediksi.

Hal ini juga tercermin dalam hal ekspektasi mereka tentang hotel ramah lingkungan. Excited Experimentalist adalah Suku Wisatawan yang paling nyaman jika hotel ramah lingkungan tidak menyediakan perlengkapan menginap, karena mereka ingin mencoba hal baru. 30% akan menggunakan handuk/seprai yang sama dalam waktu kurang dari seminggu, 27% akan membatasi waktu mandi hingga 5 menit, dan 17% tidak keberatan tanpa lift.

Pembayaran

Kebutuhan pengganti metode berlangganan

Pola pikir “di sini dan saat ini” yang dimiliki Excited Experientialist berarti bahwa 31% khawatir akan layanan berlangganan yang harus dibayar untuk bepergian di 2033. Namun, ini bukan karena tidak terbiasa mengingat 41% dari kelompok ini menggunakan layanan berlangganan saat ini. Tapi karena langganan memberikan suatu kepastian, yang dapat mengikat dan membatasi kemampuan untuk bertindak naluriah.

Bagi Excited Experientialist, bentuk pembayaran baru harus mengurangi waktu administrasi dan memungkinkan mereka segera melanjutkan keseruan bepergian. Apapun yang menghalangi mereka menikmati pengalaman perjalanan mereka harus sedapat mungkin dihindari.

Jadi, itulah Excited Experientialist. Instingtif. Impulsif. Mereka tahu mereka hanya hidup satu kali, jadi kenapa harus menghabiskan waktu untuk membuat rencana? Mari kita cari tahu lebih banyak dengan mendengarkan dua orang diantaranya.



Excited Experientialists Temui anggotanya

Excited Experimentalist ingin mencari pengalaman baru. Mereka didorong oleh insting. Dan memiliki filosofi hidup hanya satu kali, atau YOLO. Tetapi, perwujudan dari hal tersebut berbeda-beda tergantung dari tempat tinggal dan tahapan hidup mereka. Guna memahaminya lebih lanjut, mari kita temui dua orang diantaranya untuk lebih mengenal mereka.

Hanna, 22, Jerman

bersemangat tapi pendiam

Saya merasa nyaman dengan bepergian di masa depan tapi tidak begitu bersemangat. Hal ini karena budaya Eropa menjadikan saya lebih pendiam dibandingkan wisatawan dari budaya lain. Saya merasa nyaman karena tahu bahwa bepergian di masa depan artinya saya akan mendapatkan pengalaman perjalanan yang lebih baik. Saya hanya tinggal melihat bagaimana perjalanan telah menjadi lebih baik selama saya hidup untuk menyaksikannya.

Saya ingat saat dulu bepergian bersama keluarga ketika berusia 12 tahun, saat itu tidak ada yang namanya tiket mobile. Sekarang tiket seperti itu sudah biasa. Di 2033, saya membayangkan 'terbang' melewati beberapa bandara tanpa harus mengantre. Tanpa penundaan. Dan langsung duduk di pesawat menuju tempat dimana keseruan bepergian BENAR-BENAR terjadi, SECEPATNYA.

Bukan berarti transit itu tidak menyenangkan. Maksudnya adalah bepergian dalam lingkungan yang nyaman dan seru. Dari awal sampai akhir. Saya sangat menghargai kenyamanan ini karena kehidupan sehari-hari saya sangat sibuk, jarang sekali saya mendapatkan ruang untuk bernapas. Mencari hal besar berikutnya itu melelahkan!



Ricardo, 31, Meksiko

sangat bersemangat

Saya adalah yang paling bersemangat di antara para Experientalist. Saya hanya punya satu kesempatan untuk melihat dunia. Dan saya senang bahwa teknologi akan mengurangi waktu perjalanan dan memaksimalkan waktu yang saya miliki untuk melakukan apa yang saya mau. Saya menekankan "saya" karena di tahun 2033 saya akan melakukan apa yang saya mau, bukan apa yang disarankan oleh algoritme.

Saya menyambut apa saja yang dapat membantu dari segi administrasi sehingga saya dapat langsung melakukan petualangan, selama hal itu tidak membatasi saya. Bagaimanapun juga, saya adalah Excited Experientalist. Saya suka memiliki opsi. Karena itu, saya akan pergi kemana saja dari Kroasia sampai India. Perjalanan bagi saya adalah keluar dan bertemu orang-orang baru. Serta membuat kenangan satu kali seumur hidup untuk dibagikan bersama teman-teman dan keluarga.

Bukan berarti saya suka menceburkan diri ke hal-hal yang sama sekali tidak diketahui. Saya masih suka memiliki rencana yang longgar sehingga saya dapat memanfaatkan perjalanan sebaik-baiknya, tapi tetap harus ada kebebasan. Itulah alasannya saya bepergian setidaknya empat kali dalam setahun: rutinitas membuat saya jengkel – #YOLO.



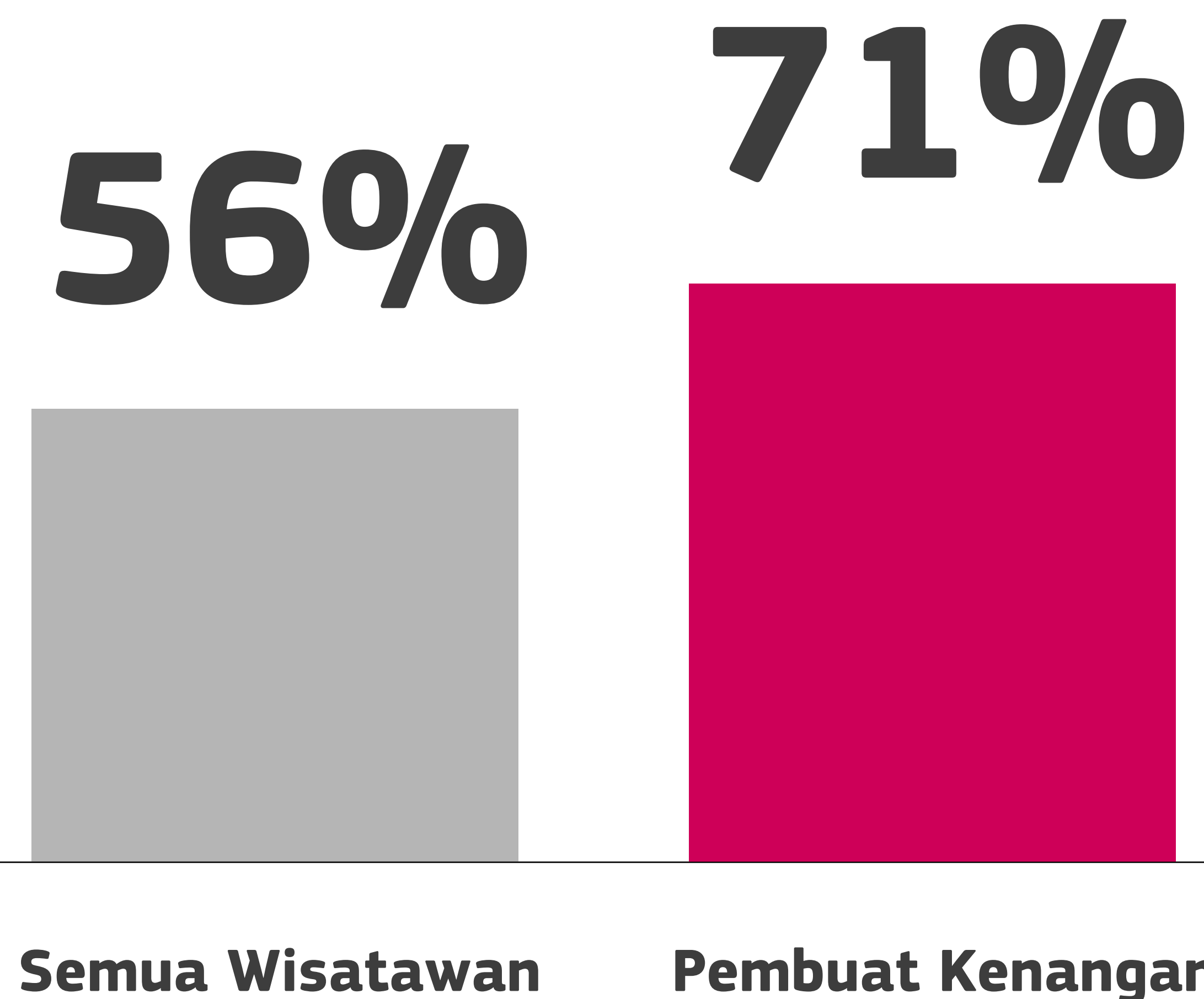
Saat ini

Terbiasa dan bahagia di 2023

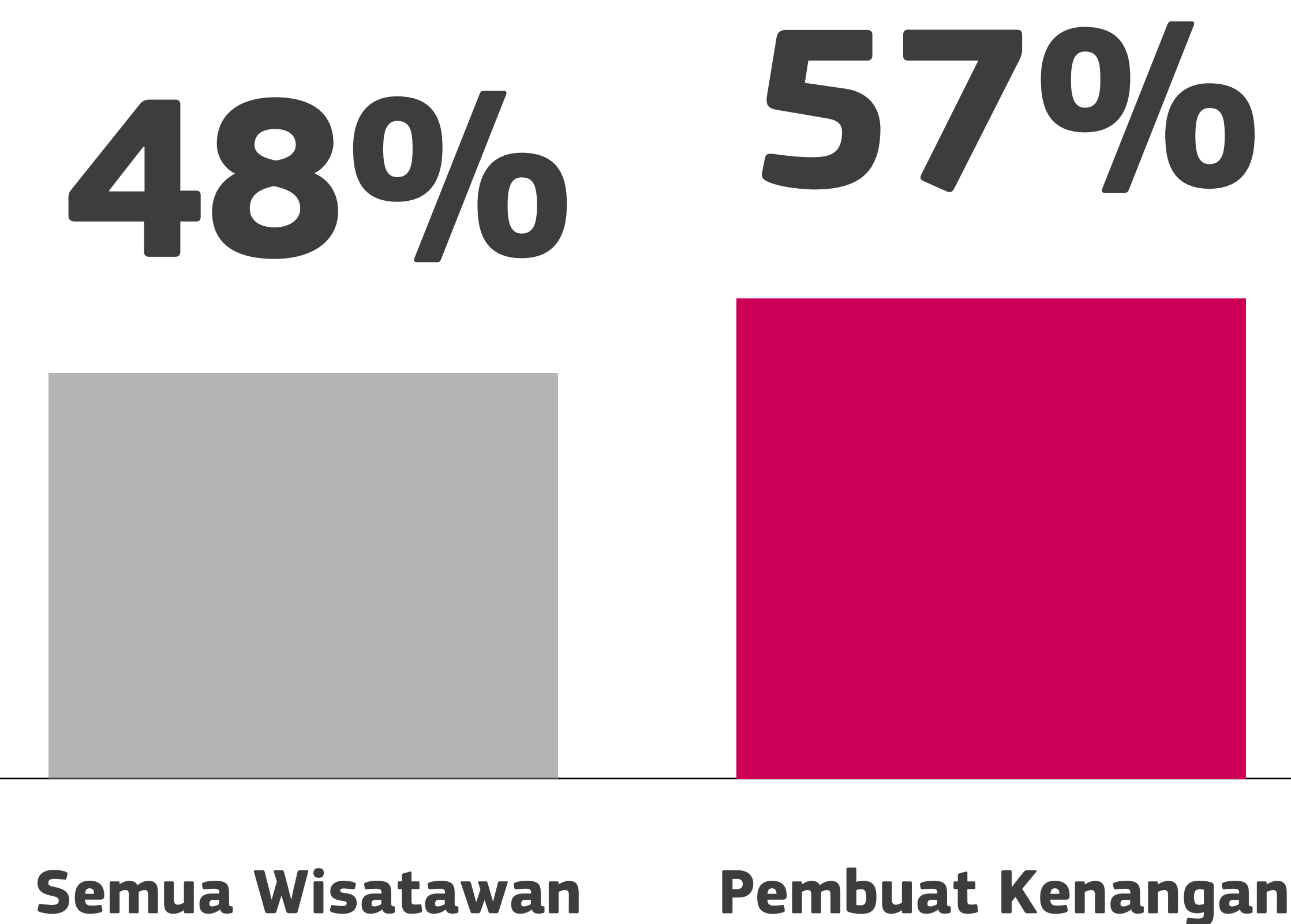
44% Memory Maker atau pembuat kenangan berusia 42 tahun atau lebih. Hal ini artinya mereka sudah terbiasa, diindikasikan oleh 70% preferensi untuk teknologi yang familiar dan 30% preferensi untuk teknologi baru. Keterbiasaan ini juga berlaku pada pengalaman mereka. Mereka cenderung tidak berganti pekerjaan atau mencari keterampilan kerja baru dalam satu tahun terakhir (dibandingkan Suku Wisatawan lainnya) dan memiliki tingkat pendapatan rendah hingga menengah. Ini juga memperkuat preferensi mereka terhadap kebiasaan, dan mereka 24% lebih menghindari kerugian dibandingkan wisatawan lain. Artinya, masa depan adalah prospek yang menakutkan bagi mereka.

Psikologi Memory Maker (Para Membuat Kenangan)

% yang menyatakan bahwa mereka merasa nyaman saat sendirian daripada bersama orang lain



% yang menyatakan bahwa mereka lebih suka membeli barang secara langsung daripada membeli secara online



“Saya tidak terlalu suka teknologi dan gadget. Tapi saya punya yang penting-penting saja, yang saya perlukan untuk diri sendiri.”

Memory Maker

Pola pikir mereka

Mendahulukan orang Menomorduakan planet. Teknologi???

Memory Maker nyaman dengan diri sendiri, dan 71% merasa nyaman sendirian. Tapi bukan berarti mereka tidak suka bersama orang lain. Bagi mereka, teman bepergian 16% lebih penting dibandingkan bagi Suku Wisatawan lainnya.

Memory Maker menjadikan orang nomor satu, dan tidak terlalu mementingkan planet dan teknologi. 57% dari mereka mengatakan bahwa keberlanjutan tidak menentukan keputusan yang mereka ambil (dibandingkan 43% lainnya yang mengatakan sebaliknya).

“Saya tidak merasa pernah merepotkan diri sendiri demi bumi.”

Memory Maker

Mereka juga merasa tidak nyaman dengan teknologi yang mengganggu kehidupan mereka. Teknologi dianggap sebagai pengganti pikiran manusia dan hal yang tidak menghargai hubungan manusia.

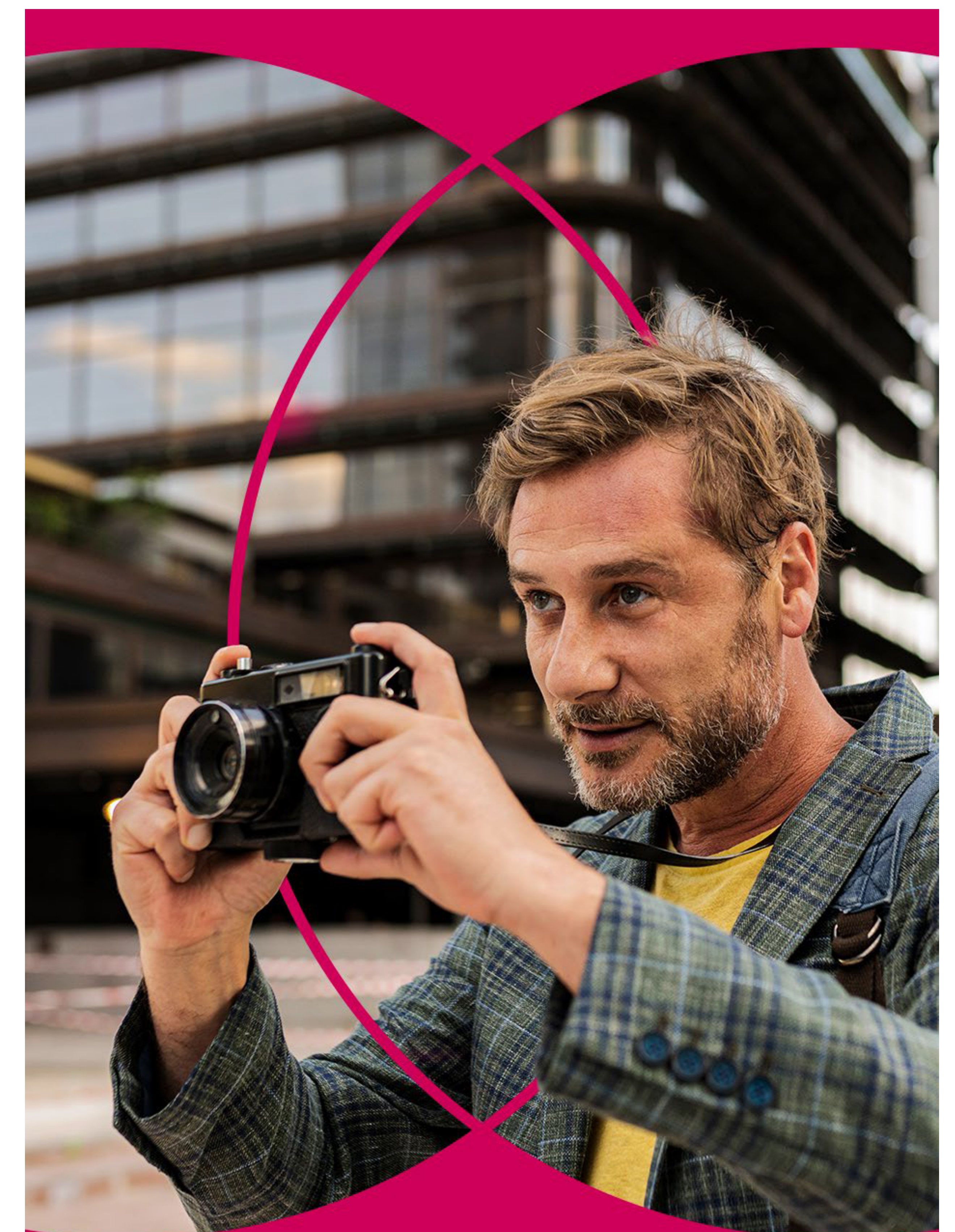
“Saya merasa bahwa teknologi menggantikan umat manusia. Awalnya, pekerjaan fisik yang digantikan teknologi, sekarang teknologi menggantikan pikiran kita dan bahkan hubungan interpersonal, ini menyedihkan.”

Memory Maker

Pandangan mereka

hidup untuk hari ini atau terjebak di hari ini?

Memory Maker hidup untuk hari ini. Tapi dengan cara yang berbeda dari Excited Experientialist. Mereka secara aktif menghindari perubahan, dan 41% berpikir bahwa perjalanan di tahun 2033 akan mirip atau sama seperti sekarang. Ketika diperlihatkan seberapa banyak perjalanan dapat berubah, mereka sangat terkejut. Meskipun 58% tidak menunjukkan emosi positif terhadap perjalanan di tahun 2033, 56% lainnya khawatir. Dan walaupun mereka masih akan melakukan perjalanan di tahun 2033, mereka mungkin melakukannya lebih sedikit daripada saat ini jika kekhawatiran mereka tidak ditangani.



“Kecerdasan buatan dan realita virtual. Keduanya akan muncul di perjalanan masa depan. Saya tidak tahu apakah itu hal yang lebih baik.”

Memory Maker

Apa alasan dari penolakan ini? Kebutuhan perjalanan mereka sesederhana mengunjungi tempat-tempat indah dan membuat kenangan. Kurangnya keterlibatan dengan teknologi dan ketidakpedulian terhadap keberlanjutan membuat Memory Maker merasa terintimidasi oleh masa depan perjalanan.

Pengalaman perjalanan Memory Maker di tahun 2033

Tujuan

Sederhana & berharga

Motivasi Memory Maker untuk bepergian akan sesederhana membuat kenangan dan mengunjungi berbagai tempat. Membuat kenangan 15% lebih penting

bagi mereka dibandingkan bagi wisatawan lain, dan tempat-tempat yang mereka kunjungi 16% lebih penting bagi mereka dibandingkan bagi wisatawan lain. Inilah mengapa 40% Memory Maker paling tertarik dengan prospek kemampuan untuk mengenang perjalanan mereka secara lebih nyata di tahun 2033.

Tujuan mereka yang sederhana, bersamaan dengan tingkat penghasilan mereka, berarti bahwa harga yang sepadan akan 13% lebih penting bagi mereka dibandingkan bagi Suku Wisatawan lain. Ini juga berarti 38% paling tertarik dengan prospek bahwa perjalanan akan lebih terjangkau di tahun 2033.

Perencanaan

kerumitan teknologi

Memory Maker tidak mempercayai teknologi dan cenderung tidak mempercayai AI untuk merencanakan perjalanan mereka, dibandingkan wisatawan lain. Hal ini disebabkan karena, dibandingkan wisatawan lain, mereka kurang percaya pada organisasi yang menggunakan data pribadi mereka. Sehingga, hanya 35% yang menginginkan perjalanan tamasya untuk direncanakan oleh AI di tahun 2033.

“Saya rasa kami terus berjuang, memberikan lebih banyak informasi. Dan saya rasa ini adalah persoalan satu pihak yang tidak kami pahami.”

Memory Maker

Mereka terutama tidak percaya terhadap berbagai bentuk data yang muncul dan cara baru dalam menggunakan informasi pribadi. Hanya 36% yang akan memberikan data pengenalan wajah kepada penyedia transportasi, dan hanya 36% yang akan membagikan kalender mereka dengan Agen Perjalanan Online untuk menyarankan perjalanan.

Namun, mereka menghargai adanya rekomendasi. Inti dari perjalanan bagi kelompok ini adalah membuat kenangan, jadi mereka akan menyambut baik hal apa pun yang memandu mereka ke tujuan dimana mereka dapat membuat kenangan baru.

“Jika AI mengetahui suatu hal yang mungkin saya sukai, saya akan melihatnya, tapi jika tidak, saya hanya ingin menyusuri jalan dan mencari toko antik kecil.”

Memory Maker

Meskipun skeptis terhadap teknologi, Memory Maker tertarik akan tur pratinjau menggunakan VR dan AR. 57% akan menggunakan tur VR sebelum membeli paket perjalanan. Mengingat pendapatan yang rendah dan enggan rugi, kuncinya adalah mendapatkan nilai yang pantas untuk uang yang dibayarkan. Kesempatan untuk menenggelamkan diri juga menjadi keuntungan lainnya.

Mereka juga ingin melihat situs web – bukan aplikasi – yang memungkinkan mereka untuk memesan semuanya di satu tempat. Mereka menghindari berganti platform yang berbeda atau tidak dikenali karena mereka tidak pandai menggunakan teknologi.

Transportasi

AI tidak dapat dihindari. Tapi tidak hebat.

Memory Maker menganggap transportasi sebagai cara untuk mencapai tujuan. Cara bepergian 33% lebih tidak penting bagi kelompok ini dibandingkan dengan wisatawan lain. Di 2033, prospek tiba di tujuan lebih cepat menjadi bagian paling menarik bagi 53% di antara mereka. Hal ini membuat mereka lebih bersemangat daripada wisatawan lain dan mencerminkan keinginan untuk menikmati kesederhanaan dan pergi ke tempat-tempat di mana kenangan dibuat.

Rencana perjalanan mereka tidak secara signifikan dipengaruhi oleh keberlanjutan. Mereka menempatkan tanggung jawab mengelola perubahan iklim kepada perusahaan-perusahaan besar, dan bukan pada individu. Dan tentunya bukan diri mereka.

Memory Maker akan mempertanyakan peran teknologi di bandara pada tahun 2033. Tapi mereka akan menerima automasi. Dan tahu bahwa proses digital dan AI akan menjadikan berbagai hal lebih efisien. Akan tetapi, mereka tidak tahu bagaimana hal tersebut akan mengubah pengalaman mereka. Pengalaman perjalanan yang lebih terautomasi dianggap sebagai hal yang tak terelakkan, bukan sebagai inovasi yang luar biasa.

“Bahkan sekarang ketika sudah ada bilik-bilik pemeriksaan di bandara, tapi ada juga tempat dimana kita tinggal memindai paspor kita. Kami tidak pernah menggunakannya walau kami penasaran, kami biasanya mendatangi petugas. Memang bagus, mudah digunakan, tapi kami tidak memilihnya.”

Memory Maker

Akomodasi

lebih memilih pembuat kenangan daripada permintaan data

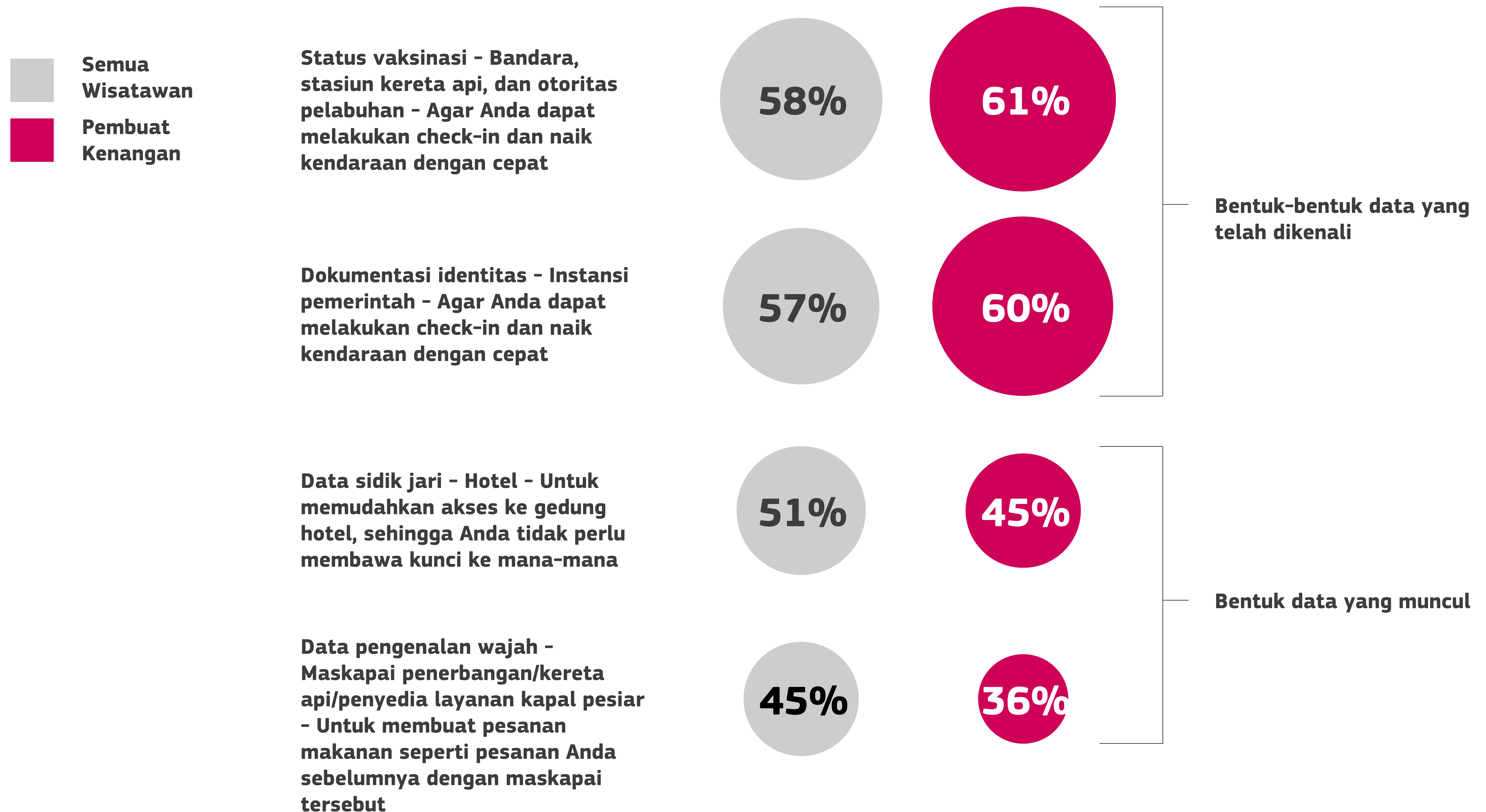
Di tahun 2033, Memory Maker cenderung bepergian untuk meningkatkan kesejahteraan hidup sambil bekerja dari jarak jauh. Artinya, mereka cenderung lebih memilih: 1) akomodasi pinggir kota daripada perkotaan dan 2) jaringan hotel lokal daripada hotel global dibandingkan dengan Suku Wisatawan lainnya.

Preferensi ini akan muncul karena Memory Maker tahu bahwa akomodasi yang kurang dikenal dapat membuat kenangan yang lebih bagus. Sebaliknya, mereka tahu bahwa jaringan hotel besar akan bergantung pada teknologi. Hal ini kurang beresonansi dengan mereka,

karena hanya kurang dari sebagian di antara mereka yang bersedia berbagi data sidik jari untuk mendapatkan akses ke akomodasi mereka atau untuk mempersonalisasi masa inap mereka. Mereka juga akan enggan membagikan data yang lebih intrusif (seperti informasi biometrik dan pengenalan wajah), meskipun mereka mungkin membagikan bentuk data yang sudah mereka kenal, sama seperti wisatawan lain.

Pandangan Memory Maker (Pembuat Kenangan) berdasarkan data

% menyatakan bahwa mereka bersedia berbagi data dalam konteks tertentu pada tahun 2033



Pembayaran Masalah privasi & janji potensial

Rendahnya penggunaan teknologi oleh Memory Maker berarti bahwa mereka akan lebih tidak nyaman dibandingkan Suku Wisatawan lain untuk menggunakan pembayaran mata uang kripto dan pengenalan wajah di tahun 2033. Mereka tetap tidak akan terbiasa dengan teknologi dan khawatir adanya pelanggaran privasi dan terlalu banyak berbagi data pribadi.

“Ada batas sejauh mana privasi yang ingin saya buka dan **data apa yang saya bersedia bagikan.**”

Memory Maker

Namun, semuanya belum berakhir. Metode pembayaran baru akan menarik bagi Memory Maker yang ingin membuat perjalanan lebih terjangkau. Hal ini beresonansi dengan mereka karena mereka menganggap harga itu penting.

Tapi kombinasi janji harga yang lebih murah dan teknologi yang tidak familiar akan menciptakan kekhawatiran tentang kemungkinan untuk pembayaran seperti itu. Itulah Memory Maker: berhati-hati dan

konservatif, tapi dengan harapan bahwa mereka akan lebih terbuka terhadap perubahan di masa depan pada sektor perjalanan. Secercah harapan ini dapat dilihat dengan melihat dua orang dari kelompok ini.



Memory Maker

Temui anggotanya

Memory Maker ingin membuat kenangan dan mengunjungi berbagai tempat. Mereka ragu bahwa masa depan perjalanan di 2033 membuat mereka bersemangat. Namun, dengan melihat dua ujung spektrum suku mereka - mereka yang paling positif dan yang tidak positif terhadap perjalanan di tahun 2033, kita bisa melihat secercah harapan.

Nick, 27, Thailand

tidak nyaman tetapi tidak menutup diri dari perubahan

Saya tahu perubahan akan terjadi. Dan saya tahu perubahan itu tidak nyaman – terlalu banyak hal yang tidak diketahui akan membuat bingung. Saya pada dasarnya menolak perubahan. Tapi saya tidak menganggap bahwa perubahan tidak bisa menjadi suatu hal baik. Terutama dalam hal perjalanan. Misalnya, meskipun saya jauh lebih suka hal-hal yang sudah terbiasa, saya tidak akan melewati kesempatan untuk membuat kenangan perjalanan yang lebih baik menggunakan, misalnya, teknologi VR, jika hal itu mungkin terjadi. Saya hidup untuk hari ini, bukan masa depan.

Tapi faktanya, di tahun 2033, teknologi akan menjadi realita saya. Contoh lainnya yaitu cara baru untuk membayar. Saya sekarang tidak terlalu tertarik menggunakan hal-hal seperti mata uang kripto. Tapi jika di 2033 nanti semua orang menggunakannya, saya mungkin akan ikut serta. Terutama jika menggunakan

cara pembayaran baru untuk perjalanan menjadikannya lebih terjangkau. Karena, sejujurnya, saat ini biaya perjalanan menjadi kekhawatiran besar bagi saya, dan sebagai pekerja lepas saya tidak memiliki banyak cadangan uang. Jadi, bisa dikatakan kalau saya cukup pragmatis. Meskipun secara naluri, memikirkan teknologi yang tidak dikenal ini cukup menakutkan, tapi jika teknologi ini dapat menghilangkan hambatan dalam membuat kenangan indah, saya setuju.



Antoine, 47, Prancis

senang menyendiri dan sedikit pesimistis

Menurut saya, teknologi telah menjadi sangat intrusif. Kenapa kita ingin membuatnya memainkan peran lebih besar dalam kehidupan kita? Terutama dalam hal perjalanan. Bagi saya, perjalanan adalah tentang orang-orang yang bepergian bersama kita dan tempat-tempat yang kita kunjungi. Saya bukanlah seorang pengambil risiko, tapi saya suka mempelajari sejarah dan budaya.

Saya jarang bepergian sendirian (tapi cukup nyaman untuk bepergian sendirian). Dan saya menyukai perjalanan dimana saya dapat melihat empat atau lima tempat sekaligus – banyak kenangan dan hemat biaya! Kombinasi antara orang dan tempat ini yang membantu kita menciptakan kenangan jangka panjang yang dapat dikenang kembali untuk merasakan kegembiraan instan.

Tapi saya paham bahwa ada beberapa teknologi yang dapat menjadikan pengalaman perjalanan lebih baik bagi saya.

Saya yakin teknologi dapat mengurangi penundaan dan memotret momen-momen spesial ketika saya bepergian. Apakah itu artinya saya nyaman menggunakannya? Belum tentu. Ingatan saya lebih dapat diandalkan daripada VR. Dan kenapa saya harus percaya pada AI untuk merencanakan perjalanan yang berkesan dan memberikan apa yang saya mau? Tetapi, meskipun membuat frustrasi dan khawatir, sebagian dari diri saya tahu bahwa saya harus menerima bahwa campur tangan teknologi dalam hal perjalanan SEDANG terjadi. Baik atau buruk.



Temui Suku
Travel Tech-fluencer atau
para Pemberi Pengaruh
Teknologi Perjalanan

Saat ini

Dari pelancong bisnis di 2023 **menjadi** **penyeimbang penuh perhatian di masa depan**

Travel Tech-fluencer adalah para pelancong bisnis muda saat ini. Dari kelompok ini, 48% berusia kurang dari 32 tahun, dan tiga perempatnya bepergian untuk pertemuan bisnis. Mereka memiliki pendapatan sedang tapi yakin bahwa pendapatan mereka akan meningkat. Kenapa?

Karena mereka selalu mencari peluang, dan mereka memiliki perspektif yang fokus ke masa

depan tentang kehidupan. Mereka berharap hal ini akan mendorong karir dan meningkatkan pendapatan mereka.

Perspektif progresif mereka terhadap kehidupan dicirikan dengan seberapa banyak teknologi yang mereka miliki (seperti headset VR) hingga penggunaan mata uang kripto. Namun, para Travel Tech-fluencer tidak membeli teknologi hanya untuk ikut-ikutan. 73% memiliki aplikasi

kesehatan, yang mencerminkan perubahan gaya hidup mereka dalam satu tahun terakhir (2022). Perubahan ini termasuk memulai olahraga baru (56%) dan berdonasi untuk amal (57%).

Hal ini menunjukkan bahwa perspektif progresif para Travel Tech-fluencer membuat mereka mulai berpikir tentang cara terbaik untuk merawat diri sendiri dan orang lain mulai dari sekarang.

Pola pikir mereka

Dua sisi Travel Tech-fluencer

Di permukaan, para Travel Tech-fluencer adalah orang-orang yang percaya diri, tetapi di balik itu ada cerita yang berbeda dengan dua sisi:

Ketidakpastian yang tidak perlu dikhawatirkan

40% mengatakan bahwa mereka tidak takut akan risiko. Penggunaan teknologi baru oleh suku ini menunjukkan hal tersebut, tetapi dibandingkan dengan wisatawan lain, mereka kurang terbuka terhadap imbalan yang bervariasi¹⁷. Dari keseluruhan suku ini, 70% tidak menyukai ambiguitas. Selain itu, 81% senang memiliki rencana (dibandingkan mengandalkan naluri) sampai-sampai mereka mengatakan bahwa "kita harus memegang kendali", yang merupakan tanda umum dari rasa cemas dan ketidakpastian.

Mengutamakan keberlanjutan

82% Travel Tech-fluencer menyatakan bahwa keberlanjutan menentukan keputusan mereka. Hingga keberlanjutan membuat mereka merasa tidak nyaman karena harus mengorbankan banyak waktu dan/atau uang untuk menjadi berkelanjutan. Mereka bahkan mengatakan:

"karbon semakin meningkat dan merusak lingkungan. Lingkungan yang buruk akan berdampak buruk bagi kita."

¹⁷ Wisatawan dikatakan terbuka terhadap imbalan yang bervariasi jika mereka lebih cenderung mendaftar ke skema hadiah hotel yang memberi mereka gratis menginap satu malam di hotel bintang 2 atau bintang 4 (dipilih secara acak) untuk setiap 10 malam yang mereka pesan daripada skema hadiah hotel yang memberi mereka satu malam gratis di hotel bintang 3 untuk setiap 10 malam yang mereka pesan.

Kedua sisi Travel Tech-fluencer ini terlihat jelas dalam pandangan mereka tentang perjalanan di tahun 2033.

Pandangan mereka

Berbeda pendapat tentang teknologi

"Kami melihat adanya perombakan total di sektor perjalanan pada tahun 2033. Dan teknologi akan membantu hal tersebut."

Travel Tech-fluencer

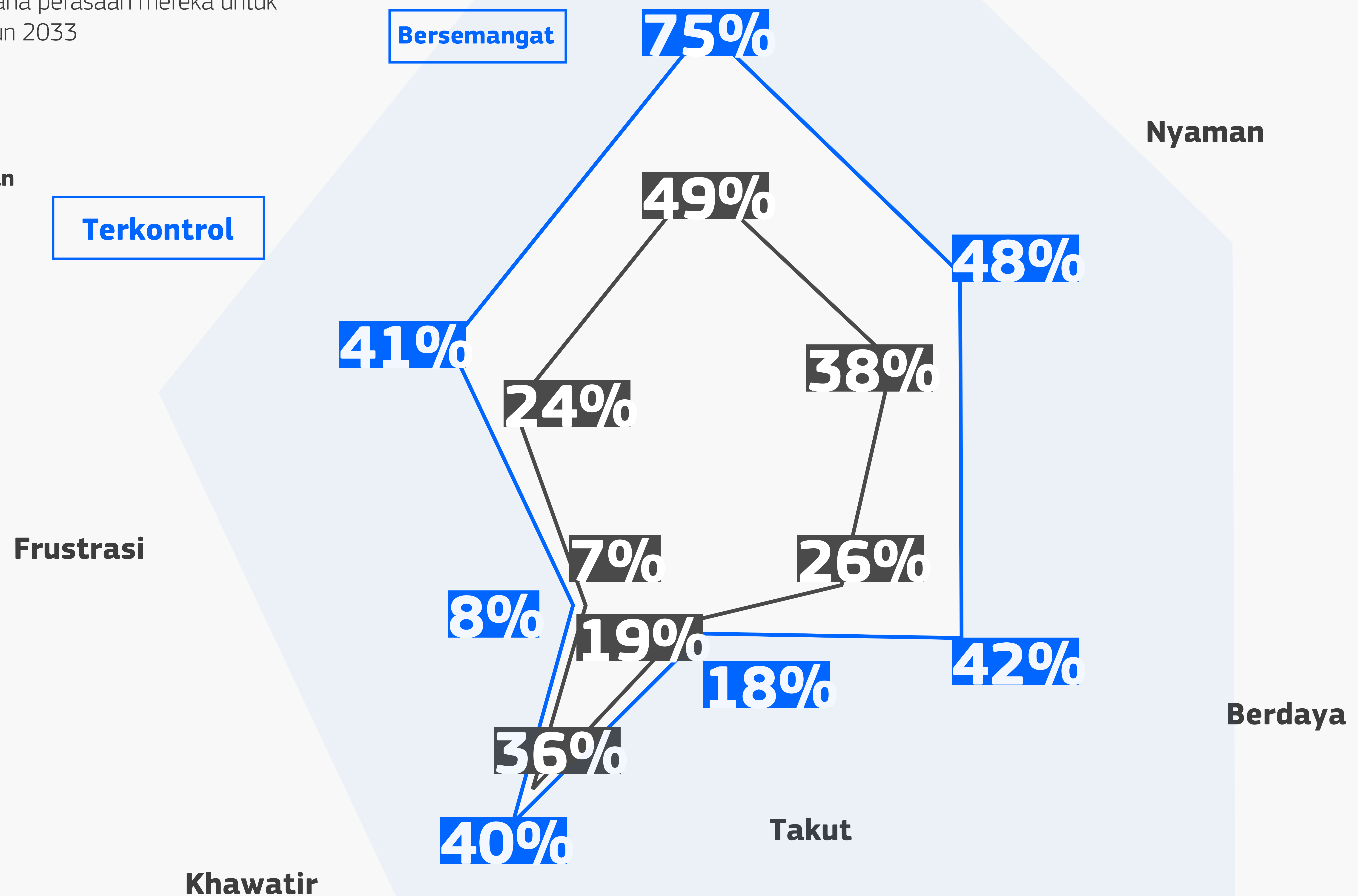
53% Travel Tech-fluencer berpendapat bahwa perjalanan di tahun 2033 akan berbeda dari sekarang. Hal ini menimbulkan dua perasaan berbeda. Kata hati mereka yang penuh percaya diri merasa bersemangat. Namun, berbagai ketidakpastian yang menjadi perhatian para Travel Tech-fluencer berarti bahwa 54% dari mereka memiliki emosi positif dan negatif tentang perjalanan di tahun 2033. Kegelisahan ini disebabkan oleh perasaan campur aduk mereka tentang teknologi tahun 2033, seperti yang ditunjukkan oleh hal-hal yang dianggap paling menarik sekaligus mengkhawatirkan tentang perjalanan di tahun 2033.



Pandangan dua sisi dari Travel Tech-fluencers (Pemberi Pengaruh Teknologi Perjalanan di tahun 2033)

% yang menyatakan bagaimana perasaan mereka untuk melakukan perjalanan di tahun 2033

- Semua Wisatawan
- Pemberi Pengaruh Teknologi Perjalanan



Travel Tech-fluencer yang rajin merencanakan perjalanan sangat antusias bahwa AI akan menjadikan perencanaan perjalanan di 2033 lebih cepat dan mengurangi masalah. Akan tetapi, – lebih daripada wisatawan lainnya – mereka takut akan risiko serangan siber dan khawatir atas keamanan data mereka.

Pengamanan peerjalanan Travel Tech-fluencer di 2033

Tujuan mereka

hal-hal baru yang sudah teruji coba

Di tahun 2033, Travel Tech-fluencer akan mendefinisikan diri berdasarkan apa yang cenderung tidak mereka lakukan. Mereka cenderung tidak melakukan perjalanan untuk bisnis atau bertemu teman (dibandingkan dengan jenis perjalanan lain yang mereka lakukan). Sebaliknya, mereka cenderung mengikuti berbagai bentuk perjalanan baru, yang akan mencakup melakukan hal-hal yang berbeda dan menjalani pengalaman yang unik. Hal ini mencerminkan preferensi mereka terhadap sesuatu yang baru dibandingkan dengan sesuatu yang sudah teruji.

Perencanaan

Terjadi polarisasi

Dua sisi pada Travel Tech-fluencer yang gemar merencanakan perjalanan muncul kembali dalam cara mereka merencanakan perjalanan di tahun 2033. Di satu sisi, 87% akan mempercayai AI untuk merencanakan

semua elemen perjalanan mereka. 75% akan menggunakan tur pratinjau VR, dan 75% akan menggunakan aplikasi super. Namun, Travel Tech-fluencer juga memiliki kekhawatiran dan keraguan tentang mengalami realita perjalanan yang berbeda.

Mengapa mereka akan menjadi Suku Wisatawan yang paling mungkin masih menggunakan agen perjalanan di tahun 2033? Mengapa 68% dari mereka masih memanfaatkan ulasan di media sosial? Dan kenapa mereka lebih suka menggunakan AI untuk merencanakan perjalanan kerja daripada perjalanan pribadi mereka? Karena sebagai perencana yang handal, mereka sangat membutuhkan kendali. Dan mereka tidak ingin menyerahkan kendali kepada teknologi, sebagaimana ditunjukkan oleh penampilan luarnya yang penuh percaya diri.

Transportasi

Diperlukan bandara yang terautomasi. Kemunculan kembali keberlanjutan yang secukupnya.

Travel Tech-fluencer – seperti wisatawan lainnya – akan tetap menjadi pengguna setia pesawat terbang di tahun 2033. Tapi ekspektasi mereka tentang perjalanan udara akan meningkat. Mereka mengharapkan bantuan navigasi VR atau AR di bandara sebagai bagian dari pengalaman perjalanan yang efisien. Mereka ingin bandara diautomasi, dan keberadaan staf bandara dalam jumlah besar akan menjadi sinyal bahwa perkembangan teknologi terhambat.

Namun, penggunaan perjalanan udara mereka menyoroti kembali bagaimana mereka memandang keberlanjutan. Sebagai contoh, Travel Tech-fluencer siap membayar lebih mahal untuk penerbangan berbahan bakar biofuel. Tapi sering kali itu tidak merugikan diri mereka sendiri mengingat tingginya kemungkinan bahwa mereka akan bepergian untuk bisnis (dibandingkan dengan Suku Wisatawan lainnya). Dan meskipun 25% dari Travel Tech-fluencer berpikir bahwa rapat virtual akan menjadi metode terbaik untuk keberlanjutan di tahun 2033 daripada melakukan perjalanan untuk pertemuan tatap muka, 72% dari Travel Tech-fluencer ini akan beralih ke pertemuan tatap muka jika kehadiran virtual memperlambat karier mereka, 71% akan berubah pikiran jika hal tersebut dapat meningkatkan produktivitas. Selain itu, 59% akan memilih pertemuan tatap muka jika manajer mereka hadir.



Akomodasi

Akomodasi status quo dan personalisasi

Travel Tech-fluencer mengklaim bahwa mereka menginginkan pilihan akomodasi yang autentik, dimana mereka dapat menikmati keseharian "layaknya penduduk lokal." Namun, lagi-lagi, kepercayaan diri mereka tidak akan terwujud menjadi suatu perilaku baru. Di tahun 2033, kebiasaan akomodasi para Travel Tech-fluencer akan tetap sama.

Meskipun mereka akan terus bermalam di jaringan hotel global, mereka berharap jaringan hotel tersebut juga memiliki pola pikir progresif yang sama dengan mereka. 68% bersedia memberikan data sidik jari untuk memudahkan akses kamar dan mengatur kamar mereka agar lebih personal.

Travel Tech-fluencer menunjukkan sensitivitas keberlanjutan dalam hal metode perjalanan mereka. Tapi tidak terlalu jika berkaitan dengan tempat mereka bermalam. Mereka tidak lebih memilih hotel yang netral karbon daripada hotel yang positif karbon. Dan mereka cenderung tidak mementingkan elemen-elemen hotel ramah lingkungan yang melibatkan pengorbanan diri, seperti menggunakan kembali handuk dan seprai untuk masa inap singkat dan membatasi waktu mandi selama lima menit.



Pembayaran

Mata uang, keyakinan, dan ketidaknyamanan

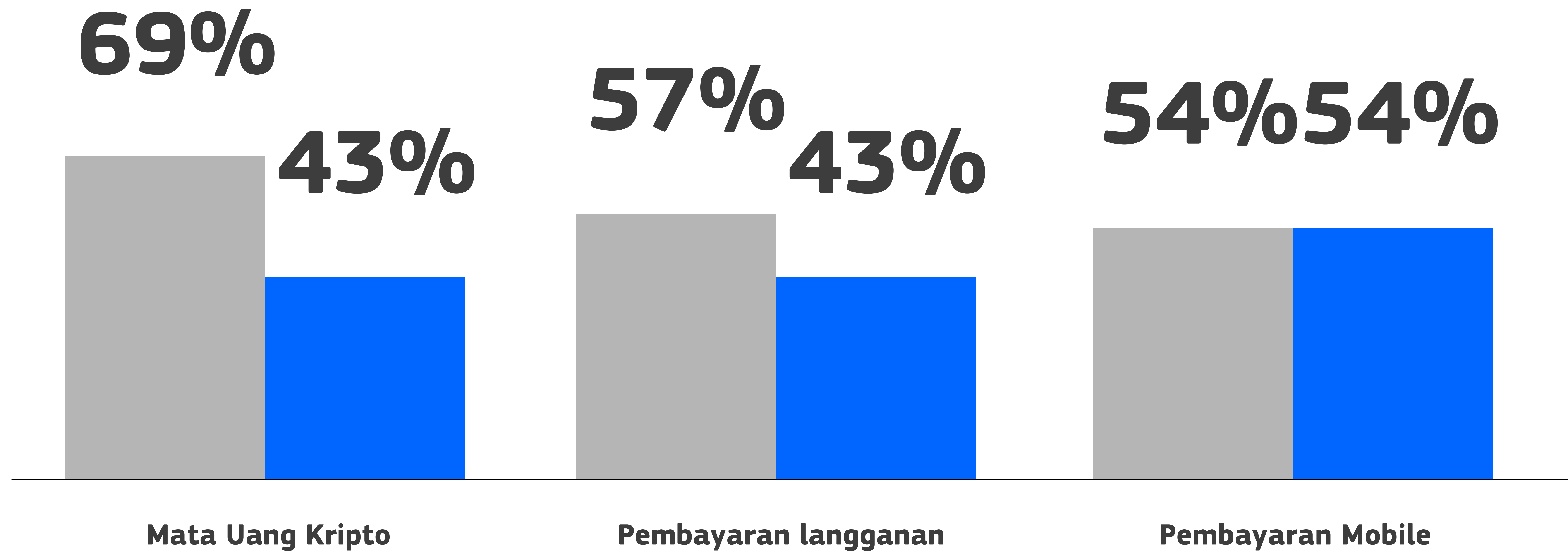
Travel Tech-fluencer lebih maju dalam penggunaan mata uang kripto (69% saat ini memiliki mata uang kripto) dan pembayaran berlangganan (57% saat ini menggunakan). Artinya, mereka akan lebih nyaman membayar perjalanan dengan menggunakan metode ini di tahun 2033 dibandingkan yang lain. Namun, keyakinan ini kembali dipertanyakan.

Di tahun 2033, para Travel Tech-fluencer masih akan menggunakan PayPal dan Apple Pay, bukan metode pembayaran lain yang baru. Kenapa? Kekhawatiran akan keamanan data berperan dalam hal ini. Atau apakah mereka hanya khawatir untuk menggunakan teknologi dalam melakukan pembayaran dalam jumlah besar? Hal ini dapat menjelaskan mengapa 54% telah menggunakan sistem pembayaran mobile di tahun 2022, namun hanya 54% yang akan merasa sangat nyaman membayar perjalanan menggunakan metode yang sama di tahun 2033.

Itulah para Travel Tech-fluencer: progresif dan terlihat percaya diri di permukaan. Tapi berhati-hati di dalam. Dengan selalu memikirkan teknologi. Pelancong bisnis dan tamasya dalam Suku Wisatawan memiliki keinginan dan ketakutan psikologis yang sama tentang perjalanan di tahun 2033. Namun, mereka memiliki pandangan yang berbeda terkait peran teknologi di dalamnya. Untuk mengetahui lebih lanjut, mari kita dengarkan pendapat dari dua di antaranya.

Travel Tech-fluencer (Pemberi Pengaruh Teknologi Perjalanan & pembayaran yang terpolarisasi

- 69%** % Pemberi Pengaruh Teknologi Perjalanan yang menyatakan memiliki/menggunakannya pada tahun 2022
- 43%** % Pemberi Pengaruh Teknologi Perjalanan yang mengatakan bahwa mereka merasa sangat nyaman menggunakan teknologi untuk membayar perjalanan pada tahun 2033



TRAVEL TECH-FLUENCER

Temui anggotanya

Priya, 29, India,

pelancong bisnis

MENGGUNAKAN AI UNTUK MERENCAKAN PERJALANAN BISNIS.

Saya bermotivasi tinggi dan ambisius. Bagi saya, bepergian adalah perpanjangan dari sifat itu. Ini merupakan cara untuk menemukan peluang bisnis baru atau menghadiri seminar. Atau – jika saya beruntung(!) – menjadi imbalan kerja keras saya.

Sebagai seorang yang berkepribadian Tipe A, perencanaan adalah hal yang penting bagi saya. Walaupun saya tidak menganggap itu merepotkan, saya percaya pada AI untuk menjadikan bagian dari kegiatan bepergian saya lebih mudah. Bahkan, itu akan menjadi faktor penting dalam meningkatkan pengalaman bepergian saya. Saya masih akan melakukan perjalanan untuk pertemuan bisnis saat itu (meskipun lebih sedikit daripada sekarang), dan saya akan menduduki jabatan senior di perusahaan saya. Ini akan sangat bagus untuk pendapatan saya. Dan akan memungkinkan saya mengejar aspirasi lebih banyak lagi.

Akan tetapi, perjalanan bisnis akan mengganggu waktu luang dan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi saya - dan waktu saya akan menjadi lebih berharga. Untungnya, AI akan mengurangi tekanan melakukan perjalanan bisnis dengan mengambil alih rencana transportasi, tidak peduli seberapa jauh atau dekatnya perjalanan saya.



Anna, 41, Singapura, wisatawan tamasya

BERHARAP TEKNOLOGI DAPAT MEMECAHKAN MASALAH PERJALANAN

Menurut saya, teknologi – AI dan yang lainnya – adalah solusi untuk permasalahan yang kita alami saat melakukan perjalanan. Pada tahun 2033, teknologi akan semakin berkembang. Saya memiliki harapan yang tinggi tentang peran teknologi dalam perjalanan. Tetapi keinginan terbesar saya sebenarnya sederhana: hilangkan ketidaknyamanan. Izinkan saya untuk sampai di tempat tujuan dan menikmati keinginan saya yang sebenarnya: penemuan dan eksplorasi. Mulai dari tur pratinjau AR untuk mempersempit pilihan, hingga bandara yang sepenuhnya otomatis, tidak ada yang membuat saya takut. Terlepas dari ancaman terhadap keamanan data saya.

Saya ingin tetap ada keseimbangan pada pengalaman perjalanan yang, jika tidak ada keseimbangan, akan sangat bergantung pada teknologi. Saya berusaha keras untuk mendapatkan keseimbangan dalam setiap aspek kehidupan saya. Ya – saya ingin menyatukan pekerjaan dan kesenangan. Tapi di masa depan saya akan mengurangi kegiatan ini karena saya mencari pengalaman perjalanan yang baru dan berbeda.



Temui Suku
Pioneering Pathfinder
atau Para Pelopor
Pencari Jalan

Saat ini

progresif di 2023 tapi **menjadi semakin sensitif**

Kehidupan Pioneering Pathfinder kini berjalan lancar. 82% dari Suku Wisatawan ini berusia antara 23 hingga 41 tahun, dan 68% tinggal bersama pasangan dan anak-anak mereka. Pendapatan mereka yang di atas rata-rata memungkinkan mereka menjalani kehidupan yang progresif, serba cepat, dan selalu mencari petualangan besar berikutnya. Mereka berorientasi ke masa depan karena lebih dari 50% memiliki headset VR, NFT, atau pengeras suara pintar (jumlah kepemilikan jauh lebih tinggi dibandingkan dengan Suku Wisatawan lainnya) Dan mereka bergerak cepat karena

mereka terbuka akan risiko yang diperhitungkan. Itulah mengapa 43% berinvestasi di saham dan 65% memiliki mata uang kripto.

Pioneering Pathfinder tidak membeli teknologi untuk dipamerkan. Mereka juga mempertimbangkan fungsinya. Sebagai contoh, 68% memiliki pelacak kebugaran pintar. Ini karena mereka tahu bahwa mereka harus mengelola kehidupan mereka yang serba cepat, terutama dengan adanya keluarga yang harus mereka perhatikan.

Sehingga, 79% mengatakan bahwa kesehatan dan kesejahteraan menentukan keputusan mereka.

Terlepas dari gaya hidup yang serba cepat, Pioneering Pathfinder mulai memperlihatkan sisi sensitif mereka. Mereka peduli dengan planet ini – di tahun 2023, 42% dari mereka sudah memiliki mobil listrik. Dan kecenderungan mereka untuk menjadi sukarelawan di komunitas lokal lebih tinggi dibandingkan dengan Suku Wisatawan lainnya.



Pola pikir mereka

Pengambil risiko yang dibekali informasi. Pahlawan keberlanjutan

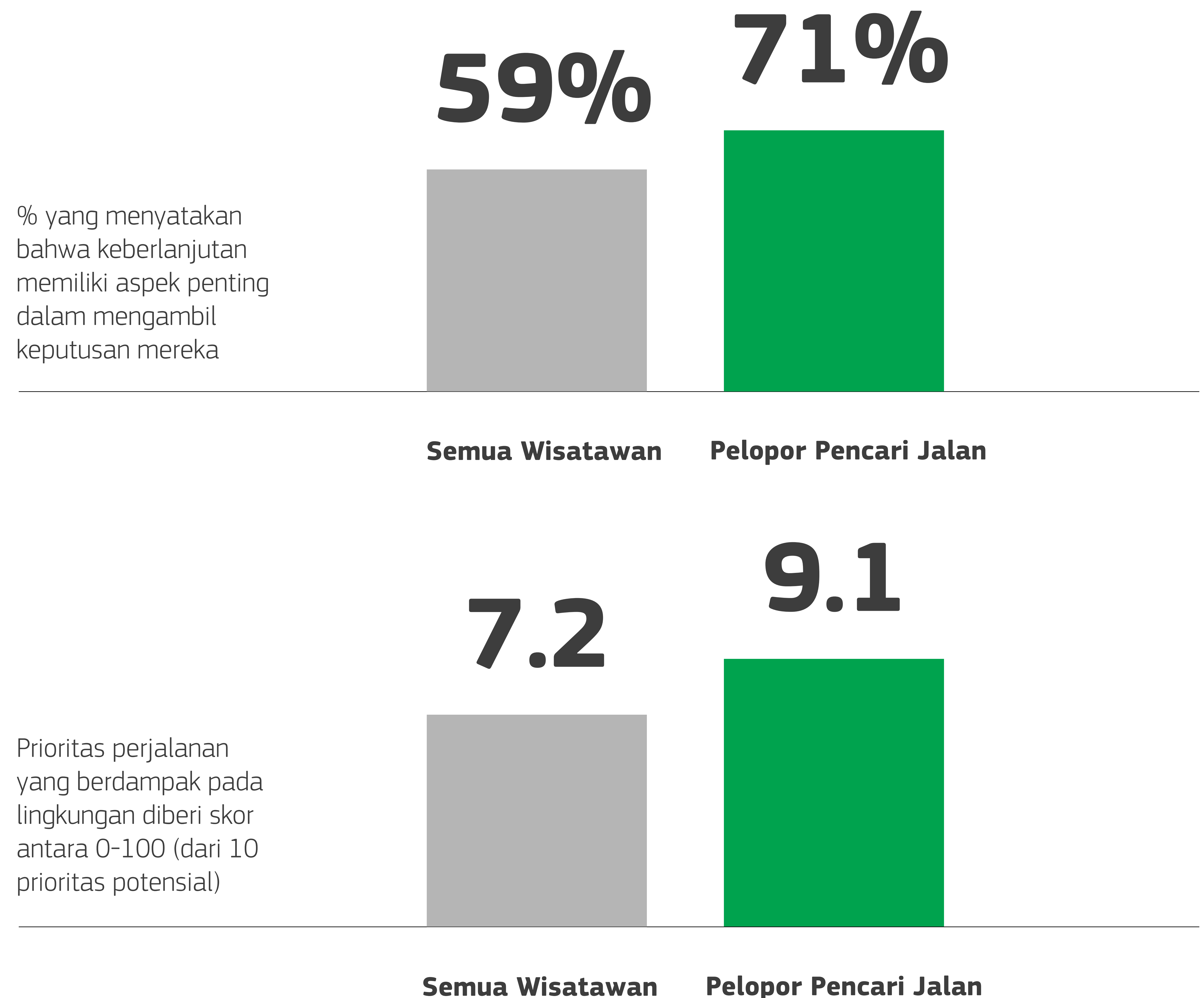
Pioneering Pathfinder tidak terlalu menghindari kerugian dibandingkan Suku Wisatawan lainnya¹⁸. Itulah mengapa mereka cenderung mengatakan bahwa mereka tidak takut risiko dan lebih memilih teknologi baru yang belum mereka kenal.

Tapi mereka tidak gegabah. 76% dari Pioneering Pathfinder senang memiliki rencana. Dan 74% memilih untuk mengambil keputusan berdasarkan informasi dibandingkan insting. Pendapatan yang tinggi dan keterbukaan mereka untuk berinvestasi adalah buktinya.

Jika tidak merintis teknologi baru, Pioneering Pathfinder memfokuskan pemikiran masa depan mereka pada keberlanjutan. Keberlanjutan 20% lebih mungkin menentukan keputusan mereka dibandingkan dengan Suku Wisatawan lainnya. Dikombinasikan dengan pola pikir sukarela dan peningkatan pendapatan, hal ini membuat para Pioneering Pathfinder bersedia – dan mampu – membayar lebih mahal untuk perjalanan menggunakan pesawat berbahan bakar biofuel dan akomodasi yang negatif karbon dibandingkan dengan wisatawan lainnya.

¹⁸ Wisatawan dianggap menghindari kerugian jika mereka lebih memilih aplikasi perencanaan yang akan membuat perjalanan mereka 15 menit lebih lambat jika mereka tidak mengunduhnya dibandingkan dengan aplikasi perencanaan yang akan membuat perjalanan mereka 15 menit lebih cepat jika mereka mengunduhnya.

Pioneering Pathfinder (Para Pelopor Pencari Jalan) = Pahlawan Keberlanjutan



Pandangan mereka tentang perjalanan di tahun 2033

Senang akan perbedaan

Dengan pola pikir yang fokus ke masa depan, tidak mengherankan jika 42% Pioneering Pathfinder berpikir bahwa perjalanan pada tahun 2033 akan berbeda dengan saat ini. Setelah mengetahui bagaimana perjalanan di tahun 2033 akan berbeda, 68% dari Pioneering Pathfinder merasa positif secara emosional. Mereka bersemangat. Mereka merasa diberdayakan. Dan mereka nyaman. Hal ini seharusnya tidak mengejutkan.

"Saya merasa bahwa teknologi akan memainkan peran besar yang positif. Saya tidak tahu persis bagaimana terjadinya, namun saya yakin bahwa hal ini akan menghilangkan risiko kesehatan, kesalahan manusia, dan membuat segala sesuatunya menjadi lebih baik bagi para wisatawan."

Pioneering Pathfinder

Mereka senang bahwa teknologi dapat mengurangi masalah saat bepergian, dan mereka akan menjadi pengguna awal teknologi yang akan menjadi solusi. Pioneering Pathfinder merasa diberdayakan dengan adanya kesempatan untuk melakukan perjalanan secara lebih ramah lingkungan. Dapat dipahami, mengingat mereka 26% lebih mementingkan dampak lingkungan

dari perjalanan mereka dibandingkan dengan wisatawan lain. Dan nyaman karena mereka adalah yang terdepan – dengan sudah mengetahui teknologi yang akan menentukan perjalanan di tahun 2033.

Namun, bagaimana pola pikir dan pandangan ini akan membentuk perjalanan wisata mereka di tahun 2033?

Tujuan mereka

Penemuan. Ketidaknyamanan. Pelepasan diri.

Di 2033, Pioneering Pathfinder akan lebih sering bepergian dibandingkan saat ini. Tidak heran, karena perjalanan di masa depan sangat membuat mereka bersemangat.

Tapi, ada tiga bentuk perjalanan yang akan menjadi ciri khas mereka di 2033. Ketiganya adalah perjalanan yang bagi Pioneering Pathfinder: 1) cenderung dilakukan dan 2) lebih cenderung dilakukan dibandingkan oleh wisatawan lain.

Untuk menemukan budaya baru dan mendapatkan pengalaman unik – 92% Pioneering Pathfinder akan melakukan perjalanan dengan alasan ini di tahun 2033 dibandingkan saat ini. Jumlah ini sepertiga lebih banyak dari wisatawan lainnya

Untuk keluar dari zona nyaman mereka – 89% Pioneering Pathfinder lebih mungkin melakukan perjalanan untuk keluar dari zona nyaman mereka di tahun 2033 dibandingkan saat ini. Sekali lagi, ini terhitung sepertiga lebih tinggi dari wisatawan lain. Hal ini mencerminkan bahwa Pioneering Pathfinder tidak terlalu takut rugi dibandingkan dengan wisatawan lain dan akan mengambil risiko dengan dibekali informasi¹⁹

Untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan – di 2033, Pioneering Pathfinder akan di masa pertengahan hidup mereka. Mereka tahu bahwa mereka perlu lebih aktif mengelola kesehatan diri. Itulah mengapa mereka mulai membeli alat perekam kesehatan. Akan tetapi, di 2033, fokus pada kesejahteraan artinya 91% akan melakukan perjalanan untuk fokus pada kesehatan dan kesejahteraan mereka. Mereka bahkan menyatakan: "anggaran perjalanan saya adalah bagian dari anggaran kesehatan dan kesejahteraan."

Perencanaan

Sangat bersemangat tentang perencanaan

76% Pioneering Pathfinder lebih suka memiliki rencana daripada bersikap impulsif, dan mereka melek teknologi. Itulah mengapa 54% dari mereka ingin peran AI lebih besar daripada manusia dalam merencanakan perjalanan wisata di tahun 2033. Ini karena mereka mempercayai AI untuk merencanakan segala aspek perjalanan. Ini penting bagi Pioneering Pathfinder. Mengingat gaya hidup mereka yang serba cepat, mereka menganggap perencanaan berbasis AI sebagai alat menghemat waktu.

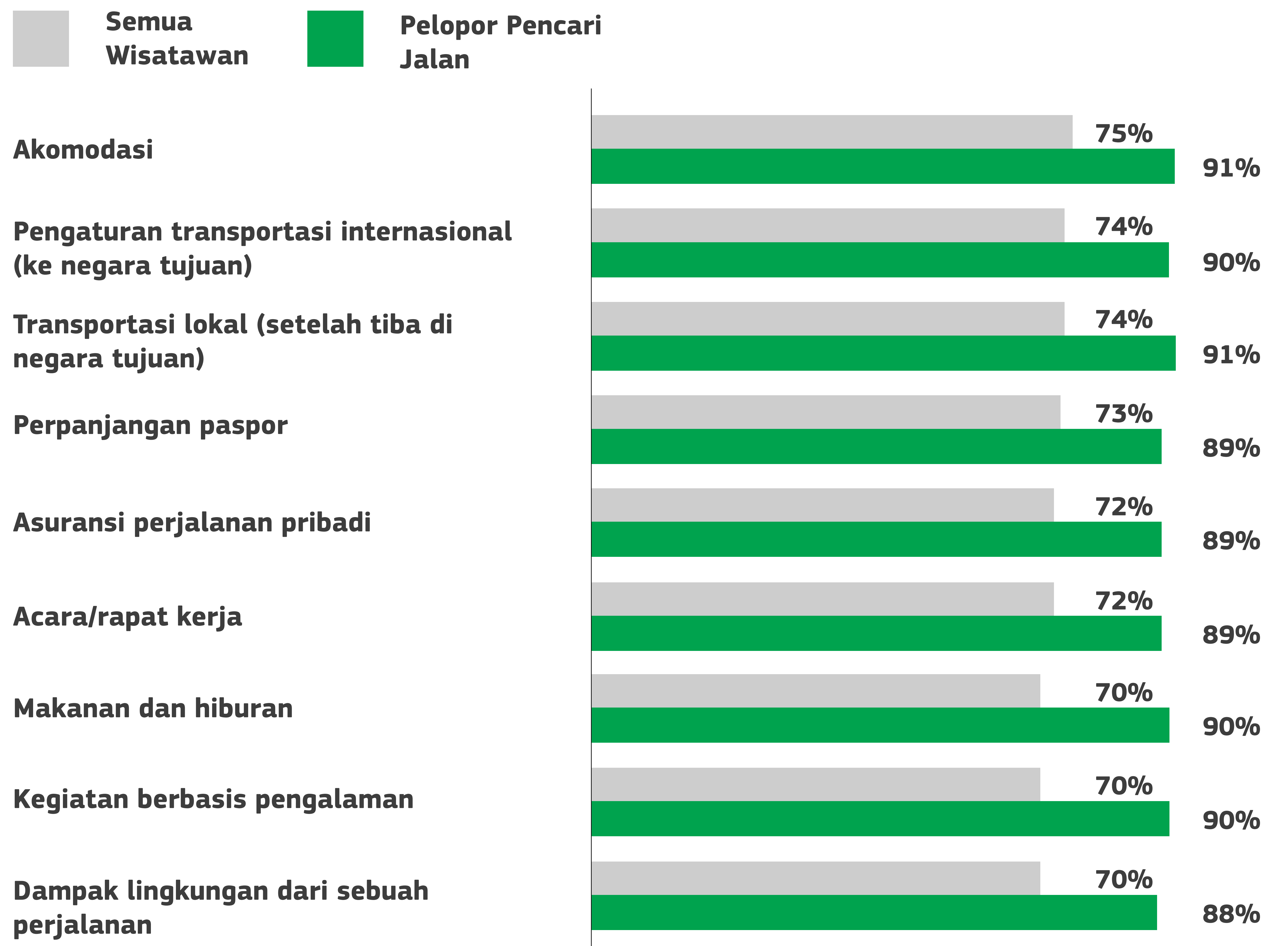
Kepercayaan terhadap teknologi ini juga termasuk kepercayaan terhadap data. Lebih dari separuh Pioneering Pathfinder akan berbagi data tentang perjalanan mereka terdahulu, riwayat kesehatan, dan profil biometrik dengan semua pihak terkait. Mulai dari maskapai penerbangan hingga penyedia akomodasi dan penyedia layanan kesehatan.

Alasannya adalah karena kemampuan AI untuk membantu merencanakan perjalanan adalah hal yang paling menarik bagi para Pioneering Pathfinder terkait perjalanan di tahun 2033. AI akan membantu menghemat waktu mereka. Dan akan mengurangi stres dalam usaha mereka mengelola kesejahteraan hidup. Tapi mereka juga mengetahui sisi berbahaya dari bergantung pada teknologi, seperti risiko privasi data dan serangan keamanan siber.

¹⁹ Wisatawan didefinisikan sebagai orang yang tidak mau rugi jika mereka lebih memilih aplikasi perencanaan yang akan membuat perjalanan mereka 15 menit lebih lambat jika mereka tidak mengunduhnya dibandingkan dengan aplikasi perencanaan yang akan membuat perjalanan mereka 15 menit lebih cepat jika mereka mengunduhnya.

Pioneering Pathfinders (Para Pelopor Pencari Jalan) mempercayai AI

% yang menyatakan bahwa mereka mempercayai AI untuk membuat rencana di tahun 2033



Transportasi

Klub ramah lingkungan

Bagi para Pioneering Pathfinder, kesempatan untuk melakukan perjalanan secara lebih ramah lingkungan adalah salah satu prospek yang paling menarik tentang perjalanan di tahun 2033. Mereka memperkirakan perjalanan dengan pesawat akan menjadi moda transportasi jarak jauh dan dekat yang paling banyak digunakan di tahun 2033. Hal yang berbeda adalah 34% yakin bahwa penerbangan berbahan bakar biofuel akan menjadi cara yang paling umum untuk bepergian secara lebih berkelanjutan di tahun 2033.

Pioneering Pathfinder memperlihatkan status mereka sebagai pahlawan keberlanjutan tahun 2033 karena 83% bersedia membayar lebih mahal untuk penerbangan berbahan bakar biofuel dibandingkan penerbangan berbahan bakar jet (rata-rata 46% lebih mahal)²⁰.

Tapi mereka menganggap perjalanan dengan pesawat yang lebih ramah lingkungan adalah lebih dari sekadar biofuel. Mereka juga mempertimbangkan berbagai aspek pesawat, dan mereka tidak mau menerima interior maskapai penerbangan yang lebih nyaman jika harus mengorbankan lingkungan. Itulah mengapa sikap pro-keberlanjutan dan pendapatan tinggi mereka menjadikan Pioneering Pathfinder berubah dari juru bicara keberlanjutan menjadi pelaku keberlanjutan.

Akomodasi

Merek besar. Lagu-lagu menyentuh hati. Menerima rekomendasi.

Preferensi akomodasi Pioneering Pathfinder di tahun 2033 memperkuat apa yang kita pahami tentang mereka. 68% akan lebih memilih jaringan hotel global dibandingkan dengan 32% yang lebih memilih jaringan hotel lokal. Hal ini mencerminkan 69% yang lebih memilih untuk membeli merek besar dan terkenal daripada merek independen yang lebih kecil.

Pada hotel-hotel ini, Pioneering Pathfinder akan mencari tempat-tempat yang memberikan pengalaman unik.

Mulai dari mendengar lagu favorit mereka diputar saat memasuki kamar, hingga menerima rekomendasi pengalaman. Hal ini berlaku juga untuk hotel ramah lingkungan, di mana mereka mengharapkan akomodasi yang berkelanjutan dapat selaras dengan perilaku berkelanjutan mereka. Artinya, mereka lebih cenderung mengharapkan hotel ramah lingkungan untuk hanya menyajikan makanan organik dan hanya mengizinkan mobil listrik di tempat parkir mereka.



Pembayaran

Masa depan dan yang sudah terbiasa digunakan

65% Pioneering Pathfinder sudah memiliki mata uang kripto. Tidak mengherankan jika hal ini berarti mereka akan sangat nyaman menggunakan segala bentuk metode pembayaran alternatif di tahun 2033. Dibandingkan wisatawan lain, mereka merasa sangat nyaman membayar perjalanan dengan mata uang kripto dan dalam realita virtual (VR) – produk yang sudah banyak dimiliki oleh mereka di tahun 2023.

Itulah Pioneering Pathfinder: Separuh pahlawan keberlanjutan. Separuh pelopor teknologi. Mereka adalah Suku Wisatawan yang akan menjadikan perjalanan berkelanjutan hal trendi dan mendorong orang lain untuk memanfaatkan teknologi. Untuk memahami kedua elemen Pioneering Pathfinder tersebut, mari kita bicara dengan dua anggotanya.

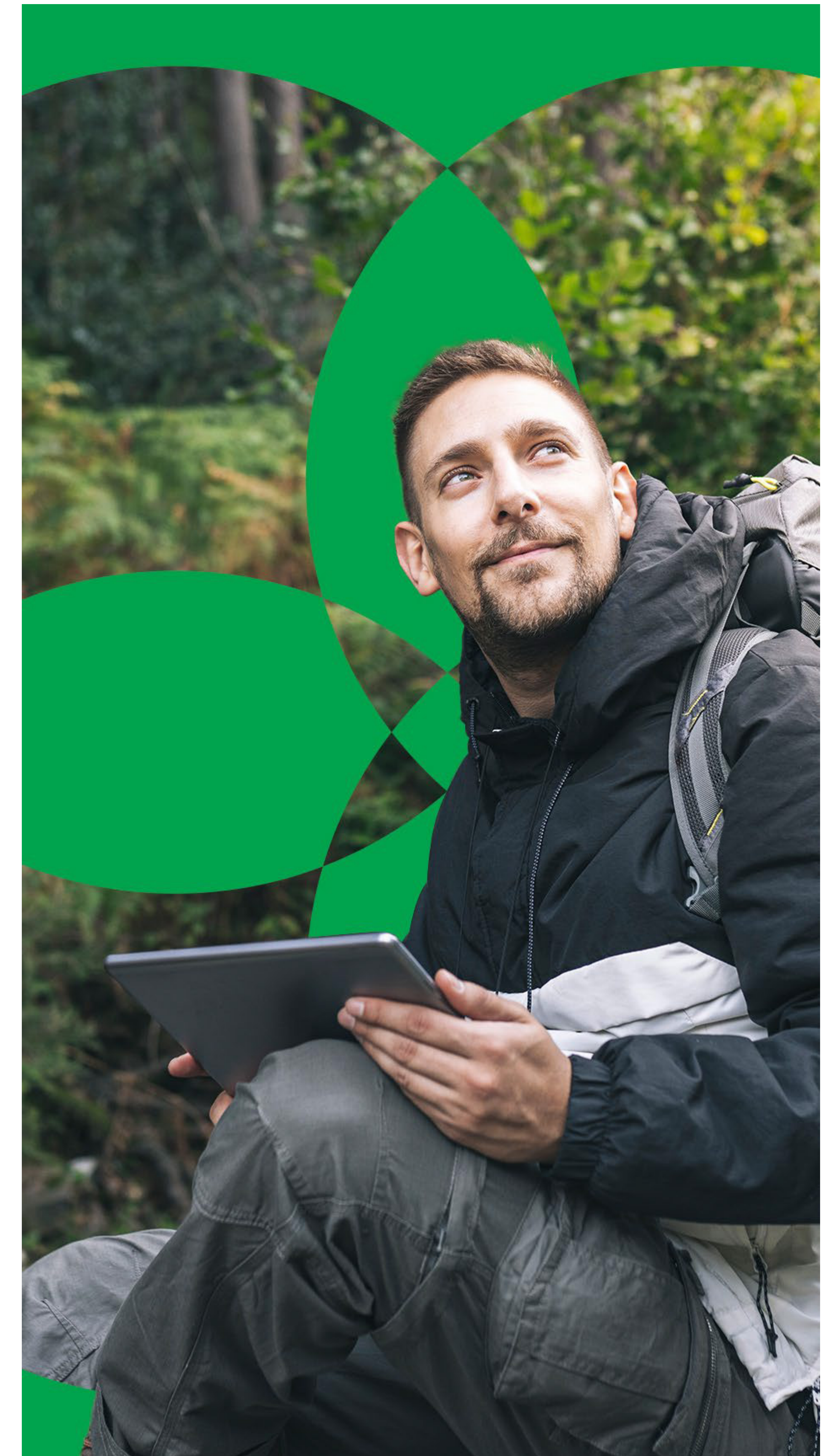
Pioneering Pathfinder

Temui anggotanya

Scott, 31, Amerika

Serikat pahlawan keberlanjutan

Keberlanjutan adalah topik hangat dan sensitif bagi saya. Hangat karena saya tahu saya harus berperan – bersama orang lain – dalam melindungi masa depan planet bumi. Sensitif karena perjalanan adalah bagian besar dari hidup saya. Dan meskipun saya ingin merasakan semua hal yang dunia tawarkan; saya khawatir tentang dampaknya terhadap lingkungan. Ini adalah sesuatu yang benar-benar mulai saya perhatikan, dan saya sudah melakukan beberapa perubahan kecil sebisa saya. Saya bersedia membayar lebih untuk perjalanan berkelanjutan – seperti penerbangan berbahan bakar biofuel atau mobil listrik. Atau melakukan rapat virtual dan bukan pertemuan tatap muka untuk bekerja. Saya yakin teknologi akan menjadi bagian penting dari masa depan perjalanan yang lebih berkelanjutan. Saya percaya bahwa itu akan membantu saya – dan orang lain – meminimalisir dampak perjalanan terhadap lingkungan. Meskipun teknologi akan membantu, orang-orang harus paham bahwa, di masa depan, tidak sadar akan keberlanjutan akan menciptakan kesan buruk bagi diri sendiri. Sadar lingkungan adalah hal yang keren saat ini. Tapi ini akan menjadi status quo di masa depan.



²⁰ 83% dari 34% Pioneering Pathfinder yakin bahwa penerbangan berbahan bakar biofuel akan menjadi cara yang paling banyak digunakan untuk bepergian secara berkelanjutan di tahun 2033

Malee, 26, Thailand

penggemar teknologi

Teknologi akan terus meningkatkan kelancaran pengalaman perjalanan kita. Saya menekankan "terus" karena teknologi sebenarnya sudah melakukan hal ini sejak dahulu. Sayangnya saya rasa orang-orang tidak menyadarinya! Saya berharap bahwa seiring dengan perkembangan teknologi yang terus memperbaiki cara kita bepergian; orang-orang akan lebih mempercayainya seperti saya. Orang-orang harus sadar betapa pintarnya AI. Tapi yang lebih penting lagi, seberapa pintar AI nantinya.

Penting juga bagi kita untuk mengakui bahwa teknologi tidak HANYA tentang efisiensi. Teknologi juga berperan untuk kebaikan fisik dan lingkungan. Lihat saja bagaimana teknologi memungkinkan kita untuk lebih baik dalam mengelola kesejahteraan diri sendiri dan bepergian secara lebih berkelanjutan.

Ya, teknologi tidak bebas risiko. Tentu naif jika kita berpura-pura bahwa hal-hal seperti kejahatan siber dan pembobolan data tidak pernah terjadi. Karena hal-hal itu terjadi. Namun, segala sesuatu mengandung risiko. Kita hanya perlu memastikan bahwa risiko penggunaan teknologi dalam perjalanan adalah risiko yang sudah diketahui. Saat ini seperti itu, risikonya sudah diketahui. Dan saya rasa ini tidak akan berubah.



TRAVELER TRIBES TOMORROW

Bagaimana seharusnya hubungan antara sektor perjalanan dan Suku Wisatawan?

Excited Experientialist

kita perlu memberi tahu mereka bahwa masa depan itu menyenangkan

Pola pikir naluriah dan terbuka pada Excited Experientialist menjadi peluang sekaligus tantangan yang luar biasa bagi sektor perjalanan. Peluang karena mereka cenderung menunjukkan ketertarikan pada opsi perjalanan di masa depan. Artinya, kita memiliki kesempatan untuk memenangkan hati mereka.

Tapi kecenderungan mereka untuk berpusat pada satu tujuan demi mengejar kesenangan juga memberikan tantangan besar bagi kita. Ini artinya evolusi mereka akan sulit ditebak. Dan mereka cenderung menghindari upaya kita untuk membantu merencanakan perjalanan – menganggapnya menggantikan kegembiraan dengan mudah ditebak, yang bagi mereka

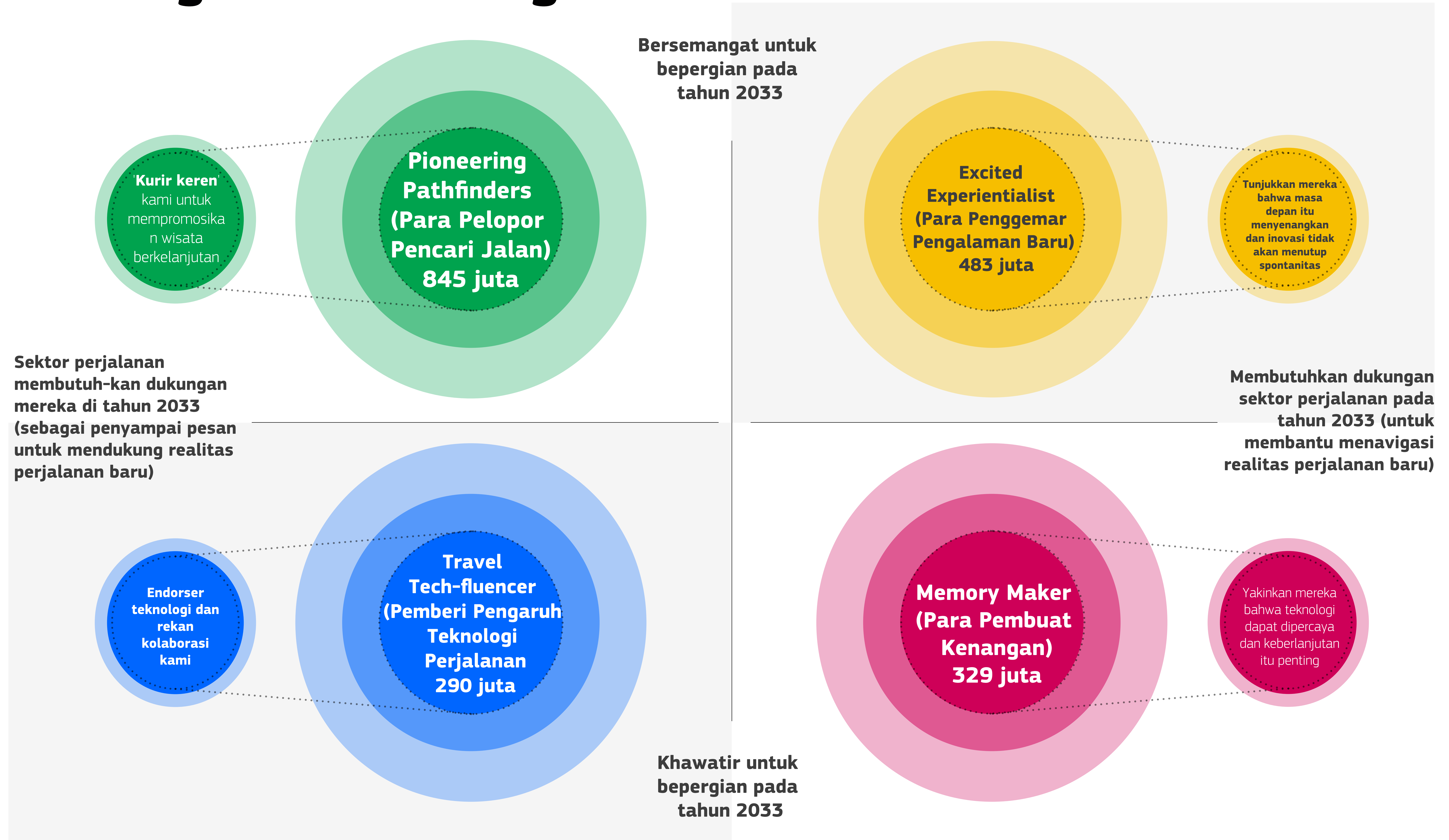
BUKAN cara untuk menciptakan pengalaman perjalanan yang lebih baik.

Itulah mengapa Excited Experientialist perlu dukungan kita. Harus ada edukasi tentang bagaimana inovasi perjalanan dapat menawarkan pengalaman yang lebih baik tanpa mengurangi keseruan yang mereka temukan selama perjalanan. Bahwa perencanaan dan prediktabilitas juga bisa menjadi hal yang menarik. Bahwa mereka tidak harus sepenuhnya berhenti bepergian untuk melakukan perjalanan yang berkelanjutan. Dan bahwa layanan berlangganan bukan berarti mendaftar untuk hal-hal yang mirip.



OUR RELATIONSHIP

Hubungan kami dengan Suku Wisatawan kami



Memory Maker

Suku Wisatawan yang harus kita bangun kepercayaannya

Kami percaya bahwa para Memory Maker yang memiliki kebiasaan kuat adalah Suku Wisatawan yang akan menjadi tantangan terbesar bagi sektor perjalanan. Kita perlu meyakinkan mereka bahwa masa depan perjalanan adalah masa depan yang positif bagi mereka. Artinya, kita harus membantu mereka mempercayai teknologi. Menunjukkan bahwa keberlanjutan itu penting. Dan bahwa transportasi lebih dari sekadar proses logistik.

Tapi Memory Maker belum benar-benar menutup diri dari kita. Mereka MELIHAT ada manfaat dari teknologi – untuk membuat kenangan dan memungkinkan harga yang lebih baik. Dan mereka sangat bersemangat untuk bisa lebih cepat sampai ke tempat tujuan. Pengabaian mereka terhadap keberlanjutan akan menjadi tantangan yang lebih besar untuk kita atasi. Namun, jika kita dapat mengkomunikasikan hubungan antara planet yang sehat dan tujuan wisata untuk membuat kenangan, mereka mungkin akan berubah pikiran.

Dan meskipun Memory Maker lebih memerlukan dukungan kita daripada Suku Wisatawan lainnya, kita dapat mengandalkan mereka untuk membantu kita mengingat apa yang menjadi akar dari perjalanan. Manusia – bukan personalisasi. Membuat kenangan – bukan mengotomatasi bandara.



Travel Tech-fluencer

pendukung teknologi dan rekan kolaborasi kita

Suku Wisatawan dengan jumlah pelancong bisnis terbanyak ini (dibandingkan dengan Suku Wisatawan lainnya) memiliki pola pikir yang progresif. Artinya, mereka berperan dalam mendukung perkembangan teknologi perjalanan. Dan kemungkinan besar akan menjadi pengguna pertamanya. Hal ini – bersama preferensi mereka akan ide-ide baru – berarti kita membutuhkan Travel Tech-fluencer untuk memimpin pengadopsian teknologi baru yang kita kembangkan.

Ya, pandangan mereka yang saling bertentangan dan perspektif yang tidak pasti berarti bahwa mereka tidak sepercaya diri seperti yang mereka ungkapkan. Tetapi ini berarti mereka adalah mitra kolaborasi yang sangat penting bagi kita. Mereka akan memberi tahu kita sisi positif dan negatif dari pengalaman perjalanan di masa depan – apa yang membuat mereka senang dan khawatir. Hal ini akan membuat evolusi perjalanan menjadi lebih baik dibandingkan jika kita menerima umpan balik berupa opini positif atau negatif saja.

Pioneering Pathfinder

pahlawan keberlanjutan kita semua

Dengan sikap terbuka terhadap risiko yang sudah diperhitungkan dan peka terhadap dunia di sekitar mereka, Pioneering Pathfinder telah memosisikan diri mereka sebagai Suku Wisatawan yang harus kita ajak bekerja sama untuk menyebarkan pesan tentang perjalanan yang berkelanjutan.

Kita perlu bermitra dengan mereka bukan hanya karena pola pikir mereka, tetapi juga karena jumlah mereka. Cara terbaik untuk membuat orang mengadopsi perilaku baru adalah dengan melihat orang lain melakukannya. Dan jumlah Pioneering Pathfinder sangat banyak. Dan apa yang mereka lakukan kemungkinan besar akan mendorong orang lain untuk melakukan hal yang sama.

Pandangan para Pioneering Pathfinder tentang kehidupan di luar isu keberlanjutan semakin menambah nilai mereka sebagai pembawa pesan. Mereka melek teknologi. Sukses. Percaya diri. Artinya, kita dapat mempromosikan perjalanan berkelanjutan dengan pendekatan 'kurir keren' dan bukan 'utusan yang mengeluh.'



Untuk 2033..... dan seterusnya

Traveler Tribes 2033 berfokus pada evolusi perjalanan dan beberapa Suku Wisatawan di dalamnya hingga tahun 2033. Bagaimana dengan tahun 2043? Atau 2053?

Traveler Tribes 2033 akan tetap relevan di tahun-tahun setelah 2033. Hal ini karena sebagian didasarkan pada kebenaran manusia yang telah berakar kuat. Neofilia dan kecintaan kita terhadap hal-hal baru (para Excited

Experientalist). Persepsi kita bahwa kerugian lebih besar daripada keuntungan (para Memory Maker). Rasa takut kita terhadap ambiguitas dan keinginan memegang kendali (para Travel Tech-fluencer). Dan keterbukaan kita pada risiko (para Pioneering Pathfinder).

Namun, seiring dengan berubahnya konteks di sekitar para Suku Wisatawan ini, mereka juga akan berubah. Mereka akan berevolusi. Menyebar. Meluas atau menyusut. Dan meskipun kita belum tahu bagaimana caranya, berdasarkan apa yang kita ketahui saat ini, kita dapat membuat perkiraan tentang evolusi Suku Wisatawan.

Bagaimana Suku Wisatawan 2033 akan berevolusi?

Excited Experientialist

Gaya hidup yang berevolusi

Kecepatan hidup sebagian besar Excited Experientialis pada akhirnya akan melambat. Entah karena mengikuti jalur karier tertentu atau mulai berkeluarga. Ini berarti mereka harus lebih berkomitmen dan lebih bijaksana.

Trayektori perjalanan mereka selanjutnya

Mereka akhirnya akan membuka mata mereka akan pentingnya perencanaan perjalanan dan memanfaatkan alat yang diperlukan untuk merencanakan perjalanan. Mereka mungkin akan terpengaruh oleh Travel Tech-fluencer tentang peran teknologi dalam membuat perjalanan menjadi lebih baik. Tentu saja, hal ini tidak berlaku untuk semuanya. Dan diperkirakan akan selalu ada kelompok pencari keseruan yang gemar bepergian untuk mencari kesenangan yang impulsif.



Memory Maker

Gaya hidup yang berevolusi

Sifat Memory Maker yang senang kebiasaan berarti bahwa mereka adalah Suku Wisatawan yang pada akhirnya akan berada di persimpangan. Mereka akan terbagi antara orang-orang yang tetap berpegang teguh pada kebiasaan dan skeptis tentang teknologi masa depan. Dan orang-orang yang akan menerima hal yang tak terelakkan dan mencoba produk baru, mengadopsi pemikiran baru, dan menjadi orang yang terlambat bergabung dengan gerakan dari Pioneering Pathfinder.

Trayektori perjalanan mereka selanjutnya

Berkaca dari hal ini, para Memory Maker lainnya akan bertanggung jawab untuk menjaga industri wisata bersejarah tetap hidup. Untuk mengingatkan orang-orang tentang apa itu wisata yang 'sebenarnya' (menurut mereka). Dan dengan melakukan hal tersebut, mereka akan mengambil risiko tidak mengetahui kelebihan dari cara bepergian yang lebih modern.



Travel Tech-fluencer

Gaya hidup yang berevolusi

Pola pikir Travel Tech-fluencer yang berwawasan masa depan artinya mereka akan berevolusi bersamaan dengan dunia di sekitar mereka. Dan ini akan selalu mempersatukan mereka. Akan tetapi, mereka menghadapi risiko konflik batin satu sama lain karena keberlanjutan menjadi lebih penting dan pendekatan mereka saat ini terhadap keberlanjutan kurang disukai.

Trayektori perjalanan mereka selanjutnya

Peran Travel Tech-fluencer bagi sektor perjalanan akan meningkat seiring berjalannya waktu karena posisi mereka sebagai Suku Wisatawan yang memiliki pandangan ke depan dan pola pikir yang seimbang menjadi semakin penting.

Pioneering Pathfinder

Gaya hidup yang berevolusi

Pioneering Pathfinder akan terus mengambil risiko yang sudah diperhitungkan. Dan peran mereka sebagai pahlawan keberlanjutan di sektor perjalanan akan meningkatkan status mereka. Seiring dengan meningkatnya status ini, Suku Wisatawan ini akan semakin bertambah dalam jumlah karena orang lain memandang mereka sebagai kelompok yang aspiratif.

Trayektori perjalanan mereka selanjutnya

Mereka akan terus menjadi yang terdepan dalam perjalanan dengan dua cara:

- 1)** sebagai wisatawan yang berani mencoba hal-hal baru dan
- 2)** orang-orang yang berbagi kabar tentang penemuan baru mereka.



Siapa lagi yang harus Anda perhatikan?

Seiring dengan evolusi Suku Wisatawan, ada kemungkinan mereka akan membentuk berbagai kelompok dan pecahan internal. Atau para anggotanya akan berpindah-pindah dan bersatu untuk membentuk Suku Wisatawan baru. Jadi, melihat lebih jauh dari tahun 2033, berikut ini adalah beberapa potensi Suku Wisatawan baru yang dapat kita lihat di tahun 2043 atau 2053:

Pioneers of Pioneering atau perintis dari segala perintis

Pengaruh dari para Pioneering Pathfinder bisa berarti bahwa anggota mereka yang paling progresif dapat memisahkan diri dari kelompok inti untuk membentuk "Suku Wisatawan Super". Suku Wisatawan Super ini akan menjadi yang paling progresif di antara orang-orang progresif. Menemukan jalan yang tidak dapat ditemukan orang lain. Dari Suku Wisatawan ini, mereka akan menciptakan tren. Mendorong kemampuan perubahan masa depan. Dan membentuk kebenaran untuk wisatawan berikutnya.

Hardcore Habitual atau para penjunjung kebiasaan yang keras

Penolakan dan pertentangan akan selalu ada dalam masyarakat. Terutama ketika menyangkut penolakan orang untuk mengubah kebiasaan yang sudah mendarah daging. Hal ini dapat berarti bahwa anggota Memory Maker dan Travel Tech-fluencer yang tetap percaya bahwa mereka tidak memiliki tanggung jawab terhadap keberlanjutan akan bersatu menjadi Suku Wisatawan yang bersumpah untuk tetap berpegang teguh pada sikap di masa lalu. Ya, mereka akan tidak disukai oleh banyak orang. Namun, bagi mereka penolakan untuk berkontribusi terhadap upaya-upaya keberlanjutan itu justru akan menjadi suatu kebanggaan.

Meta Massive atau para penggemar dunia meta

VR sudah jelas akan berkembang di sektor perjalanan. Baik untuk merencanakan perjalanan dan membantu menahan

perjalanan. Dan ketika sebuah fenomena menjadi keren, akan muncul fandom atau kelompok penggemar. Popularitas VR menunjukkan bahwa teknologi ini berada di jalur yang tepat untuk terjadinya hal tersebut. Dan di dalam kelompok penggemar VR akan ada sekelompok penggemar berat (kemungkinan besar dari Travel Tech-fluencer dan Pioneering Pathfinder di tahun 2033) dimana realita virtual akan menjadi realita nyata bagi mereka. Orang-orang yang akan menukar pesawat jet dengan headset VR. Entah baik atau buruk.



Eternal Explorer atau para petualang abadi

Dengan akses bepergian yang lebih mudah (dengan bentuk pembayaran baru yang membuatnya lebih murah dan kesempatan bekerja jarak jauh). Lebih berkelanjutan (dengan biofuel dan pajak pariwisata). Dan lebih multiguna (digunakan untuk lebih banyak kesempatan daripada sebelumnya), pada akhirnya akan memungkinkan orang untuk berada dalam kondisi bepergian secara permanen. Ini akan membentuk sebuah Suku Wisatawan yang terdiri dari mereka yang paling antusias, yang mendambakan bepergian tanpa henti. Menjalani hidup dengan hanya berbekal koper akan menjadi kebanggaan mereka. Alamat rumah akan menjadi hal memalukan bagi mereka. Bagaimanapun Suku Wisatawan 2033 akan berevolusi, Suku Wisatawan baru apa yang muncul: di tahun 2033, 2043, 2053 dan seterusnya, bepergian akan tetap menjadi salah satu kesenangan terbesar dalam hidup. Bepergian akan selamanya berdampak pada kehidupan, membuka pikiran dan menjembatani berbagai budaya. Kenapa?

Karena bepergian adalah kisah tentang manusia

Dan Suku Wisatawan yang bepergian akan menjadi bagian penting dari itu semua.



Lampiran 1.

Deskripsi bepergian pada tahun 2033

Gambaran bepergian pada tahun 2033 berikut ini ditunjukkan dari para wisatawan yang mengikuti survei kami. Berdasarkan deskripsi berikut, mereka menjawab pertanyaan tentang bagaimana perasaan mereka terkait deskripsi berikut dan bagaimana pendapat mereka terkait cara orang akan melakukan perjalanan pada tahun 2033 sebagaimana deskripsi berikut sarankan.

Artificial Intelligence (Kecerdasan buatan) pada tahun 2033:

Bahkan saat ini AI sudah mengenal manusia dengan cukup baik sehingga mampu mengalahkan pemain catur terbaik di dunia. Namun, pada tahun 2033, AI akan bertingkah seperti manusia, sampai-sampai akan memiliki kepribadian. Ini berarti, AI akan dapat 'mengetahui kita' seperti halnya manusia.

Data pada tahun 2033:

AI akan menjadi sangat pintar. Namun, AI akan membutuhkan data manusia untuk menjalankannya. Penggunaan utama data pada tahun 2033 adalah untuk mempersonalisasi pengalaman yang saat ini sama untuk semua orang.

Virtual Reality (Realita Virtual) pada tahun 2033:

Orang-orang yang memiliki perangkat realita virtual akan menggunakannya seperti mereka menggunakan smartphone. Ini berarti, pengguna realita virtual akan dapat berinteraksi dengan satu sama lain dalam lingkungan yang dikembangkan oleh komputer yang memiliki kualitas gambar 4 kali lipat dari lebih baik dari kualitas gambar ponsel saat ini.

Planet ini di tahun 2033:

Perubahan iklim tidak akan teratasi pada tahun 2033. Suhu global masih akan meningkat sebesar 2,2 derajat Celcius pada abad ini. Namun, kita akan melakukan lebih banyak hal untuk memperlambatnya. Adapun, dampaknya akan lebih nyata dibandingkan saat ini karena diperkirakan kita akan mengeluarkan 1 miliar ton karbon dioksida lebih banyak dari yang kita keluarkan saat ini.

Bekerja di tahun 2033:

Tren kerja jarak jauh seperti saat ini masih ada, dimana sebesar 73% orang bekerja secara hybrid atau sepenuhnya bekerja jarak jauh. Teknologi virtual pun akan memungkinkan bekerja jarak jauh lebih banyak lagi.

Teknologi touchless pada tahun 2033:

Sistem touchless yang dikendalikan oleh gerakan daripada menyentuh perangkat secara fisik akan semakin meluas, dengan penggunaan yang meningkat 20% per tahun. Hal ini akan berpotensi pula dalam mengurangi risiko kesehatan.

Data biometrik pada tahun 2033:

Berbagi data terkait pengukuran biologis dan karakteristik fisik orang itu diperlukan, sehingga masyarakat dapat menggunakan sistem touchless pada tahun 2033.

VISUAL DEVELOPMENT FOR

TRAVELER TRIBES 2033

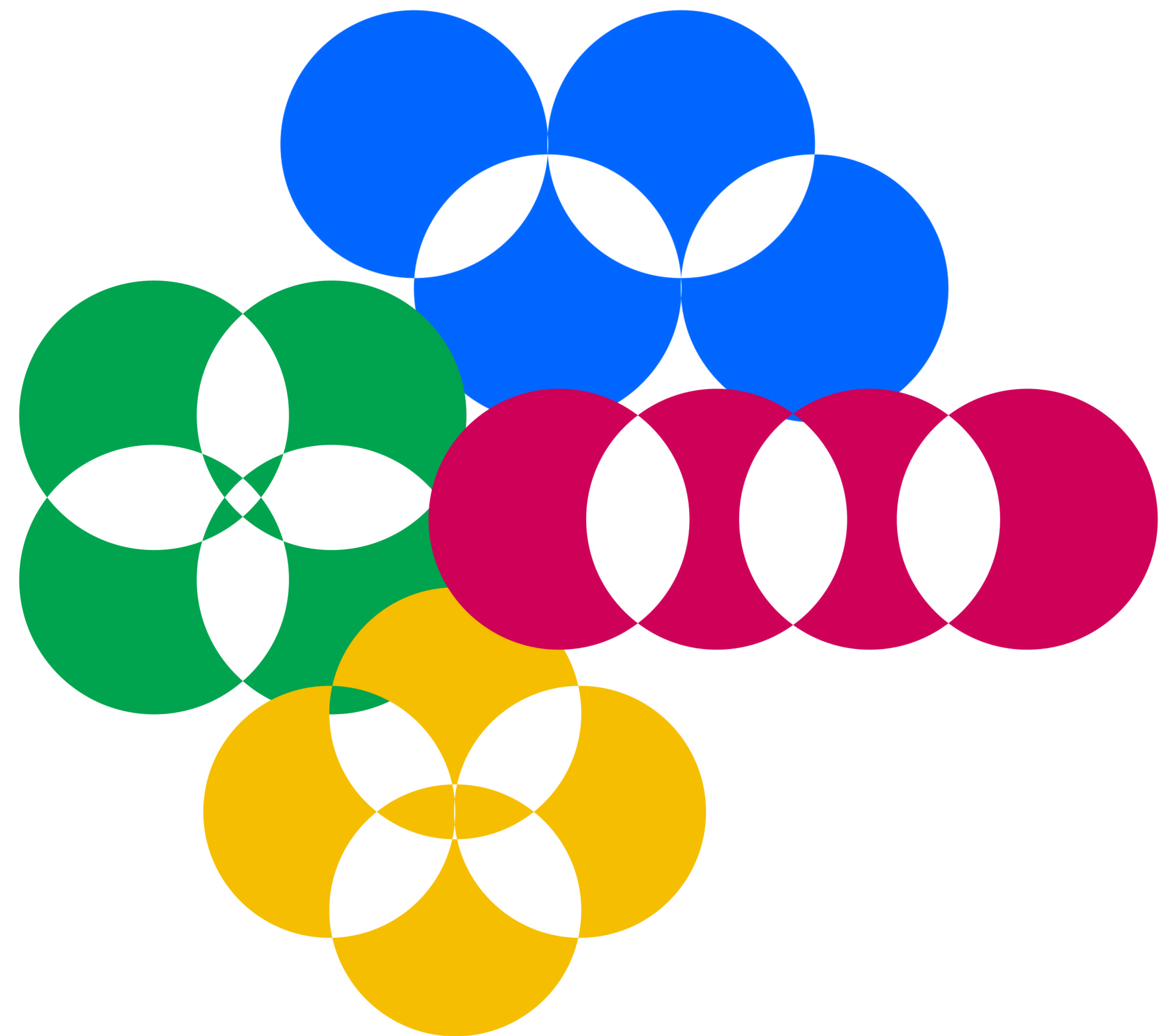
CONCEPT

It all begins with one simple shape that represents infinity, unity and harmony.

A circle conveys a meaning of existence, an embrace, an encapsulation. A defined perimeter that creates a sense of belonging, relationships and bonds between those that reside within.

Four Traveler Tribes, each symbolized by four circles. Overlapping circles that convey meanings of connectedness between the Traveler Tribes. After all, in our diversity, we are one. This dynamism propels us to leap forward. Like our world – spinning in perpetual motion.

This freedom of movement governs human evolution and shapes humanity at present and into the future.



northstar | amadeus

*Find out more about
Traveler Tribes 2033*



You can follow us on:
AmadeusITgroup