

## Studi Bibliometrik Eksplorasi Tren Glamping 2019-2024

Gratia Wirata Laksmi\*, Triana Rosalina Dewi, Emenina Tarigan, Hera Oktadiana, Rahmat Inggadijaya

Institut Pariwisata Trisakti

\*[gratia.laksmi@iptrisakti.ac.id](mailto:gratia.laksmi@iptrisakti.ac.id)

### Informasi Artikel

Received: 19 Februari 2024

Accepted: 09 Juli 2024

Published: 22 Juli 2024

### Keywords:

glamping, glamping trends, nature-based accommodation, alternative accommodation, bibliometric study

### Abstract

*Glamping is a nature-based accommodation alternative popular in various parts of the world. Glamping is developing rapidly in all parts of the world, but research on the keyword glamping has yet to be widely discussed. Researchers use bibliometric analysis methods to present visualizations and knowledge about glamping. Researchers searched for SCOPUS and SINTA indexed articles published between 2019-2024 via Publish or Perish (PoP) software application. There were 245 published documents found, and only 26 published documents successfully passed the exception selection. Researchers formulated two problem statements: "What are the research trends on glamping?" and "Is the topic of glamping amenable to further research?". This research aims to determine trends in glamping research from 2019-2024 and to determine the development of glamping research to provide recommendations for glamping research in the future. Researcher found ten keyword trends on glamping: glamping, camping, tourism, sustainable tourism, accommodation, experience, accommodation environment, glamping tourism, word of mouth, and tourist resources. The study found that Glamping is a stimulating topic because the glamping trend has become relevant to the tourist profile after the COVID-19 pandemic.*

### Abstrak

*Glamping merupakan alternatif akomodasi berbasis alam yang populer di berbagai belahan dunia. Tren Glamping berkembang pesat di seluruh belahan dunia, namun penelitian dengan kata kunci glamping belum banyak dibahas. Peneliti menggunakan metode analisa bibliometrik untuk menyajikan visualisasi serta pengetahuan tentang glamping. Peneliti melakukan pencarian artikel publikasi berindeks SCOPUS dan SINTA yang dipublikasikan antara tahun 2019-2024 melalui software aplikasi Publish or Perish (PoP). Didapatkan 245 dokumen publikasi dan hanya 26 dokumen publikasi yang berhasil melewati seleksi pengecualian. Peneliti merumuskan dua rumusan masalah yaitu "Bagaimana tren penelitian mengenai glamping?" dan "Apakah topik glamping dapat dilakukan untuk penelitian selanjutnya?". Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tren penelitian glamping dari tahun 2019-2024 dan mengetahui perkembangan penelitian glamping untuk dapat memberikan rekomendasi penelitian glamping untuk dikemudian hari. Ditemukan 10 tren kata kunci dalam glamping yaitu glamping, camping, tourism, sustainable tourism, accommodation, experience, accommodation environment, glamping tourism, word of mouth, dan tourist resources. Ditemukan bahwa glamping merupakan topik yang menarik untuk dikaji sebab tren glamping menjadi relevan dengan profil wisatawan paska Pandemi COVID-19.*

### Kata Kunci:

glamping, tren glamping, akomodasi berbasis alam, akomodasi alternatif, studi bibliometrik

## PENDAHULUAN

*Glamping* merupakan salah satu bentuk akomodasi alternatif yang menerapkan prinsip berkelanjutan yang diwujudkan dari desain dan arsitektur dari bangunan akomodasi. *Glamping* berwujud kemah yang dikemas secara mewah yang dikenal juga dengan *Glamorous Camping* atau Kemah Glamor. Saat ini, terjadi pergeseran tren dalam pemilihan akomodasi yaitu pengalaman yang berkesan dan kemah *glamping* merupakan akomodasi dengan konsep unik yang menawarkan daya tarik tersendiri (Kusumaningrum & Marline, 2022).

*Glamping* dikenal sebagai salah satu alternatif akomodasi berbasis alam yang populer di berbagai belahan dunia (Vy, 2023). *Glamping* mulai dipopulerkan di Indonesia pada tahun 2018 yang diinisiasikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melalui program pengembangan destinasi *nomadic tourism* di beberapa lokasi di destinasi prioritas yaitu The Kaldera di Danau Toba, Sumatera Utara; *Glamping De Loano* di Borobudur Highland Park, Jawa Tengah; dan Labuan Bajo (Laksmi et al., 2021).

Dalam pemulihan Covid-19, banyak usaha pariwisata yang gulung tikar dan muncul usaha-usaha pariwisata yang tengah merintis di berbagai destinasi wisata. *Glamping* banyak dipilih sebagai solusi suatu destinasi wisata yang sepi namun menyajikan pilihan layanan dan akomodasi (Vy, 2023). Salah satu alasan *Glamping* menjadi alternatif yang sesuai dengan kondisi pasca-COVID-19 adalah karena wisatawan lebih memilih fasilitas *Glamping* yang menjaga jarak (Liberato et al., 2023).

Tren *Glamping* berkembang pesat di seluruh belahan dunia, namun penelitian dengan kata kunci *glamping* belum banyak dibahas. Kebaruan dalam

penelitian mengenai tren *glamping* dari tahun 2019 hingga 2024 terletak pada kurangnya studi bibliometrik komprehensif yang secara sistematis menganalisis keluaran ilmiah dan tren dalam bentuk pariwisata *glamping* yang tengah berkembang. Investigasi bibliometrik, sebagaimana ditekankan dalam banyak literatur, dapat memberikan wawasan berguna terkait lanskap akademis terkait *glamping*, yang mencakup tren, kontributor, pola publikasi, dan potensi kebutuhan penelitian. Studi bibliometrik menggabungkan penelitian yang ada, memetakan pola dalam penelitian *glamping*, dan menyoroti kesenjangan penelitian penting untuk mengarahkan penyelidikan di masa depan. Studi ini tidak hanya akan meningkatkan pemahaman akademis tentang *glamping* tetapi juga menawarkan implikasi praktis bagi para pelaku bisnis dan pembuat kebijakan yang ingin memanfaatkan tren yang berkembang ini.

Berdasarkan pencarian *Publish or Perish* (PoP) ditemukan 245 dokumen namun hanya 26 dokumen yang dianggap memenuhi kriteria kesesuaian kata kunci yaitu dokumen-dokumen tersebut memuat kata kunci *glamping*. Analisa bibliometrik merupakan metode analisa yang dilakukan untuk memberikan gambaran serta pengetahuan tentang *glamping*. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik meneliti tentang “Analisis Bibliometrik dan Visualisasi “Pariwisata *Glamping*” dengan dua rumusan masalah yaitu rumusan masalah 1 : Bagaimana tren penelitian mengenai *glamping*? dan rumusan masalah 2 : Apakah topik *glamping* dapat dilakukan untuk penelitian selanjutnya?. Tujuan penelitian ini untuk (1) mengetahui tren penelitian *glamping* dari tahun 2019-2024 dan (2) mengetahui perkembangan penelitian *glamping* untuk dapat

memberikan rekomendasi penelitian *glamping* untuk dikemudian hari.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Wisata *Glamping***

*Glamping* merupakan istilah yang berasal dari gabungan kata "glamor" dan "berkemah", telah menjadi tren yang menonjol di sektor pariwisata, memadukan aspek berkemah dengan fasilitas kelas atas (Perera et al., 2022). Produk wisata *hybrid* ramah lingkungan yang semakin populer di kalangan wisatawan yang sadar lingkungan karena ciri khasnya yang memadukan kemewahan dan alam dengan tetap menjaga komitmen kuat terhadap pelestarian lingkungan (Perera et al., 2022). Wisata *glamping* dipandang sebagai fenomena pascapandemi yang menawarkan pengalaman unik dan mendalam yang berpusat pada alam (Grigore et al., 2024). *Glamping* adalah sebuah konsep yang berfokus pada penyediaan layanan terbaik di lingkungan alam, dengan penekanan kuat pada kemewahan, alam, dan kelestarian lingkungan (Erkilic & Yildirim, 2019).

Penelitian yang dilakukan mengenai wisata *glamping* menekankan kontribusinya terhadap praktik wisata berkelanjutan (Smolović & Živanović, 2023). *Glamping*, sebuah tren yang sedang berkembang, menarik wisatawan kaya yang menginginkan perpaduan harmonis antara alam dan kemewahan (Khairtadinova & Khairtadinova, 2021). *Glamping* adalah tren yang menggabungkan fasilitas mewah sebuah hotel dengan fleksibilitas dan pengalaman berkemah di luar ruangan, sehingga menarik bagi beragam kelompok wisatawan (Kiryakova-Dineva et al., 2022). *Glamping* telah dikaitkan dengan meningkatnya permintaan akan produk ramah lingkungan dan pilihan

liburan ramah lingkungan (Sebestyén, 2023).

Selain itu, pandemi COVID-19 telah berdampak pada perilaku wisatawan, sehingga meningkatkan fokus pada dampak berkelanjutan dan perilaku pembelian yang sadar lingkungan (Widhiarini et al., 2023). Tren kesadaran lingkungan telah menyebabkan peningkatan fokus pada penerapan taktik pemasaran ramah lingkungan, seperti penciptaan akomodasi ramah lingkungan seperti tempat *glamping* (Widhiarini et al., 2023). *Glamping* merupakan tren pariwisata kontemporer yang secara aktif coba diakomodasi oleh para pengelola industri karena popularitasnya yang semakin meningkat (Fachlepi et al., 2023).

Pada akhirnya, wisata *glamping* merupakan perwujudan fenomena khas dan dinamis dalam sektor pariwisata, memberikan wisatawan sarana mewah namun ramah lingkungan untuk menyelami alam. Konsep *glamping* menjadi populer karena memenuhi minat wisatawan yang terus berkembang dengan berfokus pada penyediaan akomodasi mewah, mengedepankan keberlanjutan, dan membina hubungan yang kuat dengan alam sekitar.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah tinjauan pustaka dengan pendekatan bibliometrik. Analisa bibliometrik merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode analisa data statistik. Analisa bibliometrik adalah salah satu bentuk riset berbasis asumsi dengan penerapan model klasik masukan dan keluaran yang bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang proses penelitian ilmiah yang menghasilkan publikasi untuk menyajikan keluaran (Tupan et al., 2018). Analisa bibliometrik adalah pendekatan

pemeriksaan evolusi dari domain penelitian, termasuk topik dan peneliti, berdasarkan struktur sosial, intelektual, dan konseptual disiplin ilmu (Nurfauzan & Faizatunnisa, 2021). Analisa bibliometrik terdiri dari lima tahapan (Nurfauzan & Faizatunnisa, 2021) sebagai berikut mendefinisikan istilah pencarian yang sesuai, hasil pencarian awal, penyempurnaan hasil pencarian, penyusunan statistik data awal, dan analisis data.

Tahap pertama atau mendefinisikan istilah pencarian yang sesuai yaitu pencarian literatur dilakukan pada Januari 2024 menggunakan beberapa kata kunci yaitu ‘glamping’. Peneliti melakukan pencarian melalui aplikasi *Publish or Perish (PoP)* dengan menggunakan database *google scholar* dan SCOPUS. Pencarian dilakukan pada tanggal 10 Januari 2024 dan 16 Januari 2024. Tahapan kedua atau hasil pencarian awal yaitu pencarian artikel dibatasi menjadi 5 tahun terakhir yaitu tahun 2019-2024. Kriteria atau tipe artikel dibatasi menjadi *journal article* dan *conference paper*; *publication stage*; *final*. Hasil pencarian awalnya berdasarkan kata kunci yang ditentukan ditemukan 198 dokumen pada *google scholar* dan 37 dokumen pada database SCOPUS. Jadi total terdapat 245 dokumen.

Tahapan ketiga atau penyempurnaan hasil pencarian yaitu

tahapan setelah pencarian awal adalah melakukan pengecualian pencarian yang tidak sesuai berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Hasil *screening* sesuai dengan kriteria yang dipilih, maka didapatkan 26 dokumen yaitu 4 berasal dari database SCOPUS dan 22 berasal dari database *google scholar*. Terdapat 17 dokumen *article journal* dan 9 *conference paper*. Setelah pencarian awal, kami mengecualikan yang tidak sesuai berdasarkan kriteria kami yaitu dokumen duplikat, dokumen tidak sesuai tipe, dokumen tidak dalam Bahasa Inggris, dokumen hanya berbentuk *link sitasi/website* yang tertolak/tidak dapat diidentifikasi, dokumen tidak terindeks SCOPUS atau SINTA, dan dokumen tidak sesuai dengan kata kunci. Selain itu, artikel yang diambil telah diperiksa memenuhi kriteria diterbitkan dalam 5 tahun terakhir. Peneliti juga melakukan identifikasi dari data yang ditelusuri dari PoP yang ditelusuri dari *website* jurnal terkait. Berdasarkan pemetaan identifikasi dapat ditelusuri bahwa jurnal berasal dari beragam jurnal dengan tema jurnal yang beragam.

Tahapan keempat atau penyusunan statistik data awal yaitu dari hasil pengecualian dan penyempurnaan pencarian, maka disusunlah statistik data. Dari hasil penyempurnaan diidentifikasi 10 artikel teratas yang dijabarkan pada tabel dibawah:

Tabel 1. Sepuluh artikel teratas pencarian utama *Publish or Perish (PoP)*

No	Peneliti	Judul	Tahun Publikasi	Jurnal/Penerbit	Sitasi
1	Ana Brochado, Fernando Brochado	What makes a glamping great again?	2019	Journal of Hospitality and Tourism Technology	80
2	Christopher A. Karabas, Ismail	Glamping After The Corona Virus Pandemic	2021	Tourism and Hospitality Research	72
3	Won Seok Lee, Joon-Kyu Lee,	Influential Attributes for The Selection of	2019	Journal of Hospitality and Tourism	38

No	Peneliti	Judul	Tahun Publikasi	Jurnal/Penerbit	Sitasi
	Joonhoo Moon	Luxury Camping : A Mixed-Logit Method		Management	
4	I Made Budiasa, I Ketut Suparta, I Wayan Nurjaya	Implementation of Green Tourism Concept on Glamping Tourism in Bali	2019	Proceedings of the International Conference on Applied Science and Technology 2019 – Social Sciences Track (iCASTSS 2019)	32
5	Venera Adamovich et al.	Camping vs. Glamping Tourism: Providers' Perspective in the United Kingdom	2021	Journal of Environmental Management and Tourism	28
6	Jiandong Lu et al.	Antecedents of customer WOM in glamping : The critical role of original ecology	2021	International Journal of Hospitality Management	23
7	Ivana Petrusa, Antonio Vlahov	The Role of Glamping in Development of Camping Tourism Offer – Possibilities and Future Prospects in the Republic of Croatia	2019	Proceedings of FEB Zagreb 10th International Odyssey Conference on Economics and Business	15
8	Kuttusi Zorlu et al.	The effect of COVID-19 on tourists' attitudes and travel intentions : an imperical study on camping/glamping in Turkey during COVID-19	2023	Journal of Hospitality and Tourism	10
9	Ionut-Adrian Draguleasa et al	Capitalization of Tourist Resources in the Post-COVID-19 Period—Developing the Chorematic Method for Oltenia Tourist Destination, Romania	2023	Sustainability	6
10	Teodora Kiryakova-Dineva et al	Glamping: An Active Back to Nature Trend in the Post-Pandemic Tourism Reality	2022	5th International Conference on Tourism Research	6
11	Ioanna	Behavior Analysis	2022	International Conference	4

No	Peneliti	Judul	Tahun Publikasi	Jurnal/Penerbit	Sitasi
	Giannoukou et al	of Glamping as a Novel Tourism Marketing Trend		on the International Association of Cultural and Digital Tourism	

Sumber: Peneliti (2024)

Hasil seleksi dokumen tersebut dipindahkan ke aplikasi *Mendeley desktop* untuk memperoleh dokumen metadata dalam bentuk RIS. Melalui filter dari periode 2019 hingga 2024, PoP mengekstraksi 245 dokumen, dan setelah proses penyaringan, 6 artikel

diidentifikasi untuk diterbitkan pada kuartil Q1 SCOPUS, 6 artikel diterbitkan pada kuartil Q2, 1 pada kuartil Q3, dan 3 pada kuartil Q4. Terdapat 1 artikel SINTA 5. Terdapat 9 *conference proceeding*.

Tabel 2. Identifikasi sumber jurnal artikel-artikel bertemakan *Glamping* berindeks *SCOPUS*

No	Sumber Jurnal	Jumlah Artikel
Q1		
1	<i>Journal of Hospitality and Tourism Technology</i>	1
2	<i>International Journal of Hospitality Management</i>	1
3	<i>Tourism Recreation Research</i>	1
4	<i>International Journal of Tourism Research</i>	1
5	<i>Journal of Destination Marketing and Management</i>	1
6	<i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>	1
Total		6
Q2		
1	<i>Tourism and Hospitality Research</i>	1
2	<i>Sustainability</i>	2
3	<i>The International Journal of Social Sciences World</i>	1
4	<i>Journal Of China Tourism Research</i>	1
5	<i>Journal of Hospitality and Tourism Insights</i>	1
Total		6
Q3		
1	<i>Central European Management Journal</i>	1
Total		1
Q4		
1	<i>Journal of Tourism and Development</i>	1
2	<i>Sinergie Italian Journal of Management</i>	1
3	<i>Journal of Environmental Management and Tourism</i>	1
Total		3

Sumber: Peneliti (2024)

Tabel 3. Identifikasi sumber jurnal artikel-artikel bertemakan *Glamping* berindeks *SINTA*

No	Sumber Jurnal	Jumlah Artikel
SINTA 5		
1	<i>Community Development Journal</i>	1
Total		1

Sumber: Peneliti (2024)

Tabel 4 Conference Proceeding/Conference Paper

No	Sumber Conference	Jumlah Artikel
1	<i>IOP Conference Series : Earth and Environmental Science</i> <i>5<sup>th</sup> Geoplanning International Conference of Geomatics and Planning</i>	1
2	<i>MTCOON '22 : Conference on Managing Tourism Across Continents 2022</i>	1
3	<i>MAK 2019 6<sup>th</sup> International Scientific Conference Agribusiness MAK-2019 "Europe Road to Success"</i>	1
4	<i>IACuDiT 2022 : International Conference on the International Association of Cultural and Digital Tourism</i>	1
5	<i>International Conference On Applied Science and Technology 2019 - Social Sciences Track (iCASTSS 2019)</i>	1
6	<i>Sixth International IACuDiT Conference Cultural and Tourism Innovation in the Digital Era</i>	1
7	<i>International Conference on Tourism, Technology, and Systems : Advances in Tourism, Technology, and Systems (ICOTTS 2020)</i>	1
8	<i>FEB Zagreb 10th International Odyssey Conference on Economics and Business</i>	1
9	<i>5th International Conference on Tourism Research</i>	1
<b>Total</b>		<b>9</b>

Sumber: Peneliti (2024)

Tahapan kelima atau analisis data yaitu pengumpulan data berdasarkan pencarian *google scholar* dari tahun 2019-2024 dibantu dengan alat bantu *software Publish or Perish (PoP)* dengan pencarian kata kunci 'glamping' dapat

dilihat pada tabel 5 jumlah referensi berdasarkan jenis dokumen publikasi. Dokumen yang dipilih adalah *journal article* dan *conference proceeding*. Artikel ilmiah yang diterbitkan dalam bentuk jurnal sebanyak 65% dan makalah konferensi 35%.

Tabel 5. Jumlah Referensi

Jenis Referensi	Jumlah Artikel	Presentase (%)
<i>Artikel (Journal Article)</i>	17	65%
<i>Makalah konferensi (conference proceeding/ conference paper)</i>	9	35%

Sumber: Peneliti (2024)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

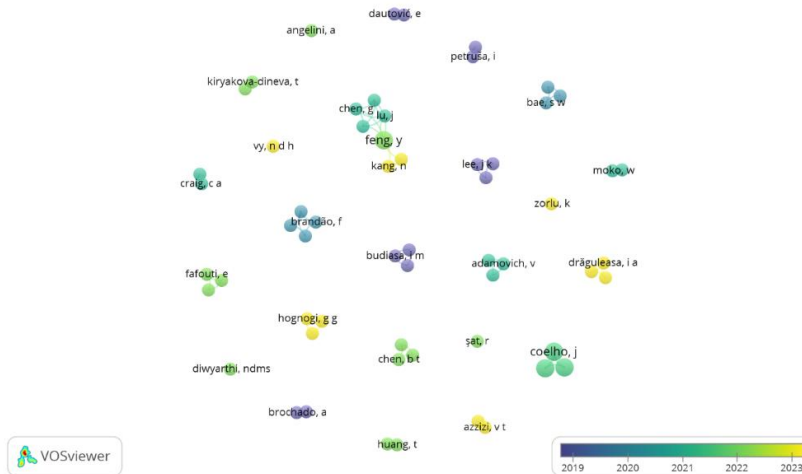
Metadata dalam bentuk RIS tersebut lalu dipindahkan ke *software* aplikasi VOSViewer untuk diolah dalam tahapan analisa bibliometrik untuk melihat *co-authorship*, *co-occurrence*, dan sitasi. Analisis bibliometrik (berdasarkan kata kunci) dilakukan

dengan menggunakan bantuan *software* aplikasi VOSviewer untuk mengkaji tren kata kunci dalam lima tahun terakhir (2019-2024), kemudian memetakan hubungan antar kata kunci.

**Referensi *Co-authorship***

Analisa bibliometrik dilakukan melakukan analisa bibliometrik *co-authorship* untuk melihat hubungan para peneliti atau

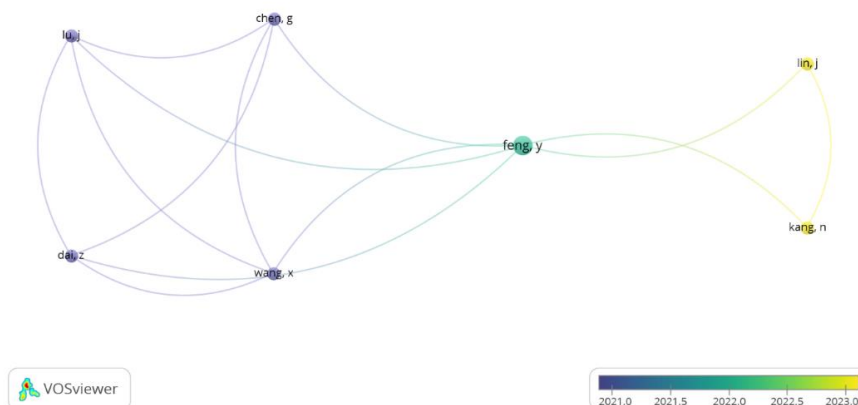
peneliti yang melakukan penelitian dan penelitian dengan kata kunci ‘glamping’.



Gambar 1. *Network visualization co-authorship tanpa hubungan*  
 Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan Gambar 1 *network visualization co-authorship* tanpa hubungan terlihat 59 peneliti dengan area lingkaran dengan beragam warna yang menghasilkan 24 *cluster* yang tidak saling berkaitan dengan 7 peneliti yang

saling berkaitan yang terbagi ke dalam 2 *cluster* yang saling berhubungan. Berdasarkan identifikasi peneliti pertama total terdapat 17 peneliti utama yang tidak memiliki keterikatan.



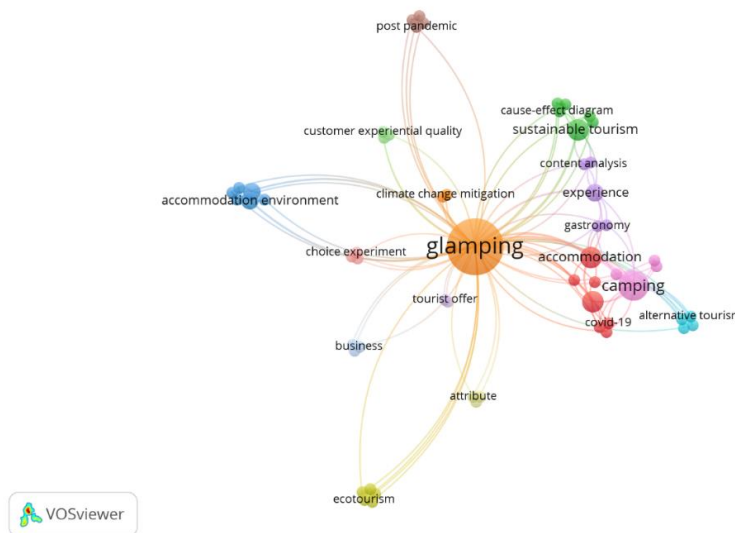
Gambar 2. *Network visualization co-authorship berkaitan*  
 Sumber: Data diolah peneliti (2024)



Terdapat 2 cluster dari *co-authorship* yang saling berkaitan. *Cluster 1* terdiri dari 4 peneliti yaitu chen, g; dai, z; lu, j; wang, x yang melakukan publikasi penelitian di tahun 2021 yang ditunjukkan dengan warna area lingkaran dan tali penghubung berwarna ungu. *Cluster 2* terdiri dari 3 peneliti yaitu feng, y; kang, n; lin, j yang melakukan publikasi penelitian di tahun 2022 yang diwakili dengan warna hijau toska dan di tahun 2023 yang diwakili dengan warna kuning.

Gambar 3 menampilkan jaringan kata kunci. Lingkaran oranye merupakan area terbesar yang menggambarkan kemunculan kata kunci yang paling sering terjadi, yaitu *Glamping* sebanyak 21 kemunculan. Tabel 7 menjelaskan lebih lengkap mengenai tren kata kunci beserta frekuensi kemunculan kata kunci tersebut. Pada gambar 3, terdapat warna-warna lingkaran yang serupa menyajikan terdapat beberapa kata kunci yang berasal dari *cluster* yang sama. Beragam jenis ukuran lingkaran menggambarkan jumlah frekuensi kemunculan kata kunci.

**Referensi Co-occurrence**



**Gambar 3. Network Visualization**  
 Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berikut data hasil analisis untuk identifikasi kata kunci untuk menemukan tema penelitian tentang analisa pengembangan *glamping*. Kata kunci pada topik *glamping* bervariasi

terlihat pada gambar 1, kata kunci yang keluar 84 kata kunci. Kemudian, disaring menjadi 59 kata kunci dan dikategorikan menjadi 14 cluster.

**Tabel 6. Klaster artikel ber-indeks SCOPUS dan SINTA terkait dengan *Glamping* 2019-2024**

Klaster	Jumlah Kata Kunci	Pilihan Kata Kunci
1	7	<i>Accommodation; Covid-19; New Normal; Outdoor Recreation; Outdoor Tourism; Providers; Tourism</i>
2	6	<i>Cause-Effect Diagram; Customer Experience; Ishikawa Diagrams; Nature-Based Tourism; Service Quality Assessment; Sustainable Tourism</i>

Klaster	Jumlah Kata Kunci	Pilihan Kata Kunci
3	6	<i>Accommodation Environment; Emotional Value; Original Ecology; Original Ecology Environment; Qualitative Analysis; Word of Mouth</i>
4	5	<i>Ecotourism; Region; Rural Tourism; Tourist Brand; Tourist Resources</i>
5	5	<i>Content Analysis; Experience; Gastronomy; Nature; User-Generated Content</i>
6	4	<i>Alternative Tourism; Behavior Analysis; Digital Marketing; Mass Tourism</i>
7	4	<i>Climate Change Mitigation; Comfort; Glamping; Green Tourism Concept;</i>
8	4	<i>Post Pandemic; Tourism Form; Typology; Well-being</i>
9	4	<i>Camping; Service Attribute; Tourism Destination; Tourist Experience</i>
10	3	<i>Choice Experiment; Marginal Willingness To Pay; Mixed-Logit Model</i>
11	3	<i>Customer Experience; Positive Emotion; Revisit Intention</i>
12	3	<i>Business; Hospitality; Management</i>
13	3	<i>Attribute, Means-End-Chain Methods; Perception of Value</i>
14	2	<i>Tourist Offer; Trends</i>

Sumber: Peneliti (2024)

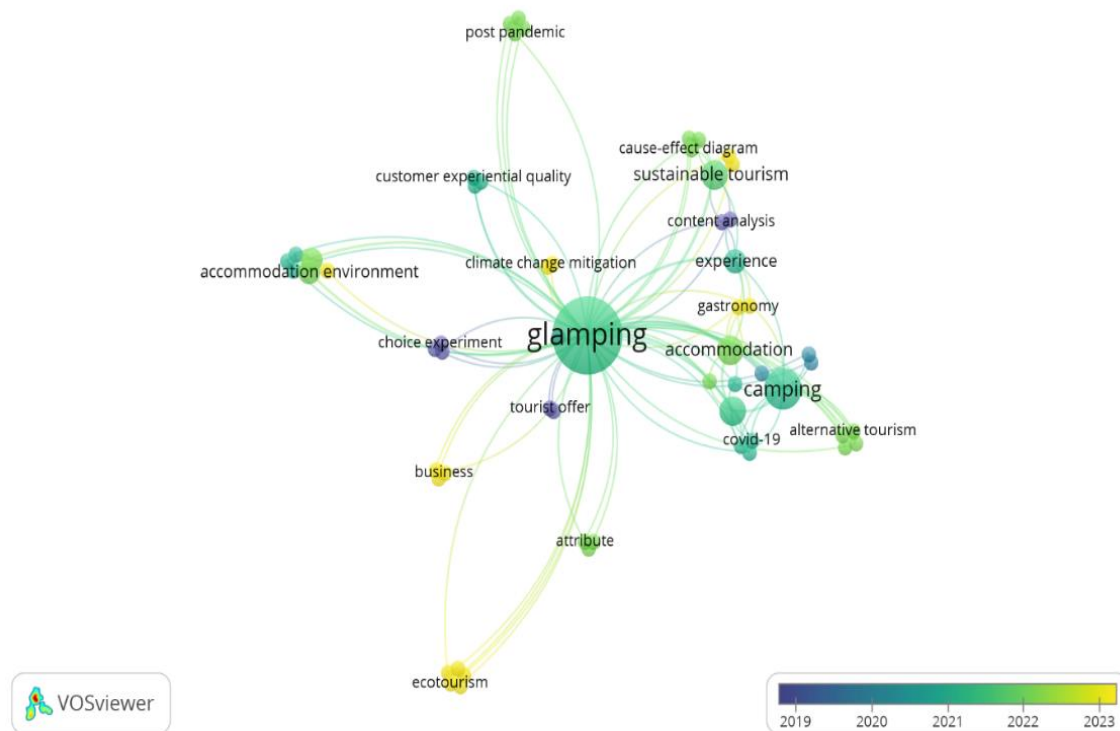
Ditemukan terdapat 84 kata kunci yang saling berhubungan satu sama lain. Kata kunci tersebut membentuk 155 hubungan dengan total kekuatan hubungan keterikatan adalah sejumlah 173. Kata kunci ‘glamping’ menempati peringkat tertinggi dengan 21 frekuensi kemunculan dan 82 kekuatan hubungan keterikatan. Peneliti mendapati 10 kata kunci yaitu ‘glamping’, ‘camping’,

‘tourism’, ‘sustainable tourism’, ‘accommodation’, ‘experience’, ‘accommodation environment’, ‘glamping tourism’, ‘word of mouth’, dan ‘tourist resources’. Terlihat bahwa penelitian dengan topik ‘glamping’ belum banyak dikaji baik dalam artikel berindeks SCOPUS maupun SINTA dalam 5 tahun ke belakang.

Tabel 7. Tren kata kunci dari publikasi berhubungan dengan ‘Glamping’

Tingkat	Kata Kunci	Occurences	Total Link Strength
1	<i>Glamping</i>	21	82
2	<i>Camping</i>	6	25
3	<i>Tourism</i>	3	13
4	<i>Sustainable Tourism</i>	3	12
5	<i>Accommodation</i>	3	12
6	<i>Experience</i>	2	9
7	<i>Accommodation Environment</i>	2	9
8	<i>Glamping Tourism</i>	2	9
9	<i>Word of Mouth</i>	2	9
10	<i>Tourist Resources</i>	1	6

Sumber: Peneliti (2024)



**Gambar 4** *Overlay Visualization*  
 Sumber: Data diolah peneliti (2024)

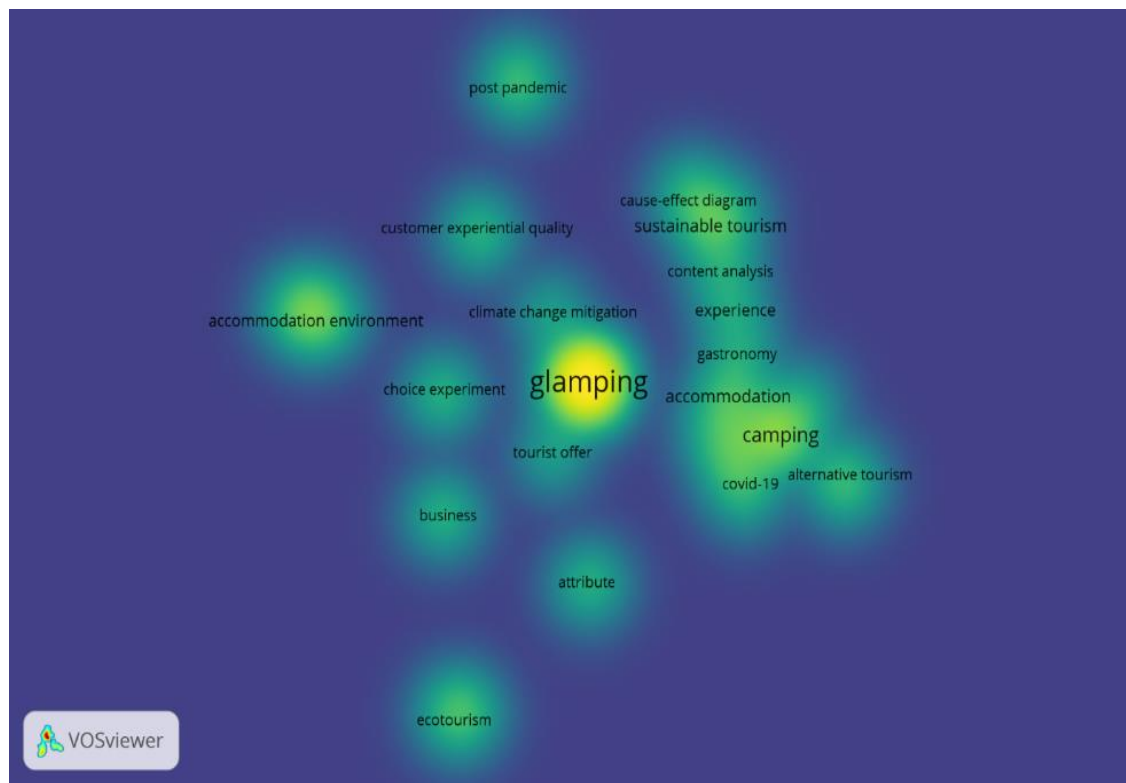
Gambar 4 menjelaskan tentang visualisasi *overlay* yang merupakan distribusi kata kunci berdasarkan tahun publikasi. Semakin terang warna area (kuning) maka semakin baru tahun publikasi tersebut. Gambar 4 menggambarkan bahwa paling banyak berada pada warna hijau laut yaitu tahun 2022. Tabel 8 merupakan tabel distribusi tahun publikasi untuk memperkuat pemahaman jumlah publikasi pada gambar 4.

**Tabel 8** Distribusi artikel publikasi berdasarkan tahun publikasi

Tahun Publikasi	Jumlah Publikasi	Persentase (%)
2019	4	15%
2020	5	19%
2021	3	12%
2022	7	27%
2023	6	23%
2024	1	4%

Sumber: Peneliti (2024)

Tabel 8 menjelaskan mengenai distribusi artikel publikasi yang divisualisasikan pada visualisasi *overlay* dijelaskan bahwa terdapat paling banyak 7 publikasi yang diterbitkan pada tahun 2022. Namun, popularitas penelitian dengan kata kunci ‘*glamping*’ menurun sebesar 4% menjadi 6 dokumen publikasi di tahun 2023. Jumlah publikasi dokumen berindeks SCOPUS dan SINTA dengan kata kunci *glamping* meningkat dari 4 publikasi pada tahun 2019 meningkat 4% menjadi 5 publikasi pada tahun 2020. Namun, mengalami penurunan sebesar 7% pada tahun 2021. Tahun 2024 terhitung bulan Januari 2024 baru terpublikasikan 1 dokumen publikasi. Namun, hal ini juga dapat menggambarkan masih adanya minat penelitian terhadap penelitian tentang ‘*glamping*’.

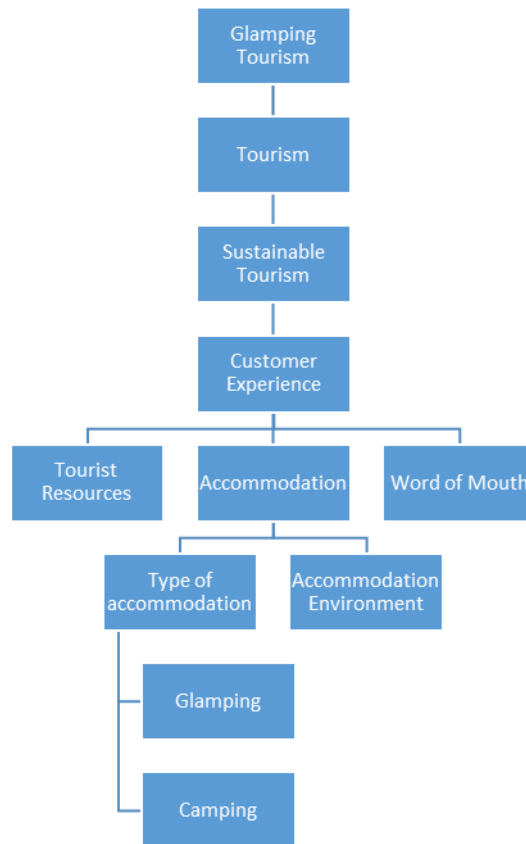


Gambar 5. *Density Visualization*  
Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Dari hasil visualisasi *density*, dapat terlihat perbedaan warna tiap *cluster* yang ditunjukkan pada area lingkaran pada tiap kata. Perbedaan warna terlihat dari warna yang tua yaitu berkisar dari ungu menunjukkan publikasi tahun tertua hingga warna yang semakin muda yaitu hijau hingga kuning yang menggambarkan tahun terbit terbaru atau terakhir (Juliana et al., 2022) Semakin terang dan kuning pada area tersebut dengan ukuran tulisan semakin besar dan menebal maka semakin banyak penelitian atau riset menggunakan kata kunci tersebut pada artikel berindeks SCOPUS ataupun SINTA yaitu kata kunci 'glamping', 'camping', 'sustainable tourism', 'accommodation', dan 'tourism'. Sedangkan, sebaliknya

jika semakin gelap warna daerah tersebut dengan ukuran tulisan kecil maka semakin jarang penggunaan kata kunci tersebut pada penelitian penelitian pada artikel berindeks SCOPUS ataupun SINTA. Selain itu, jika ditemukan area dengan garis yang memiliki ketebalan lebih diantara dua kata hal tersebut menandakan adanya hubungan yang lebih erat diantara kata kunci tersebut (Juliana et al., 2022).

Berdasarkan tabel 7 yang berisikan tren kata kunci yang dikaitkan dengan gambar 1 *network visualization* yang berisikan hubungan antara tiap kata kunci, peneliti merumuskan kerangka konseptual pada figur 1 kerangka konseptual.



Figur 1. Kerangka Konseptual  
Sumber: Peneliti (2024)

Pada figur 1 kerangka konseptual dimulai dari pariwisata *glamping* berasal dari terminologi pariwisata merupakan konsep utama. Penelitian dari (Pop et al., 2024) menitikberatkan hubungan pariwisata berkelanjutan dan *glamping* sebagai praktik alternatif terutama dalam situasi yang melibatkan hubungan kembali dengan alam. *Glamping* merupakan pariwisata berbasis alam perwujudan pariwisata berkelanjutan. Berdasarkan penelitian dari (Pop et al., 2024) menyebutkan bahwa *glamping* adalah salah satu jenis pariwisata berbasis alam menerapkan inovasi dengan konsep pariwisata berkelanjutan dalam penggunaan lahan ekologis sebagai wujud konservasi alam.

Penelitian dari (Pop et al., 2024), menyebutkan bahwa tren *glamping* meningkat di seluruh dunia selama pandemi COVID-19, terjadi peningkatan jumlah wisatawan yang memilih lokasi *glamping* sebagai alternatif liburan. Penelitian (Drăguleasa et al., 2023) menyebutkan bahwa terlepas dari tingginya jumlah wisatawan, wisata *glamping* berpotensi menimbulkan fenomena padatnya arus wisatawan yang berdampak pada munculnya fenomena degradasi sumber daya wisata yaitu kebutuhan akan sumber daya pariwisata terutama berbasis alam seiring berkurang dan mengalami degradasi terutama pada kawasan lindung.

Tren wisatawan pasca pandemi COVID-19, wisatawan lebih tertarik pada

jenis akomodasi pariwisata terkini (Drăguleasa et al., 2023). Terdapat beberapa jenis akomodasi terkini yang bersifat inovatif dan nyaman yang menekankan aspek pengalaman wisatawan misalnya yurt, rumah pohon, rumah bergerak, hotel gelembung, dan vila (Lu et al., 2021). Wisatawan pasca pandemi COVID-19 lebih memilih area di luar ruangan yang menawarkan batasan sosial (Drăguleasa et al., 2023).

Terkait pengalaman wisatawan yang mencari pengalaman baru, Berdasarkan penelitian dari (Angelini, 2023), *Glamping* bertujuan sebagai solusi akomodasi inovatif untuk pengunjung yang menuntut akomodasi ramah lingkungan yang dapat memberikan pengunjung pengalaman alam dan otentik tanpa mengorbankan kenyamanan. Hal tersebut didukung oleh penelitian dari (Pop et al., 2024) *glamping* merupakan pariwisata berkelanjutan yang bergantung pada permintaan wisatawan. Wisatawan secara umum lebih peduli terhadap lingkungan bersedia membayar lebih untuk menginap dan mendapatkan pengalaman menyenangkan di destinasi yang ramah lingkungan (Angelini, 2023). Pengelola destinasi diharapkan untuk mempertimbangkan perkembangan profil wisatawan yang kompleks yang berorientasi pada produk dan layanan wisata yang otentik yaitu wisatawan *glamping* lebih menikmati lingkungan alam yang menarik tanpa atribut negatif dari kemah seperti kantung tidur dan kemah bocor serta pengalaman yang mengesankan dengan pengelolaan usaha pariwisata berbasis berkelanjutan yang ramah lingkungan dan bertanggung jawab (Pop et al., 2024). Berdasarkan penelitian oleh (Lu et al., 2021), pengalaman *glamping* dirancang untuk menyatukan alam dengan akomodasi dengan kualitas tinggi.

Pembentukan pengalaman wisatawan juga didukung oleh lingkungan

akomodasi yang diteliti oleh (Lu et al., 2021). Lingkungan akomodasi tersebut melingkupi kamar dan ruang publik yang disebutkan memiliki kekuatan yang dapat mempengaruhi nilai emosional pelanggan (termasuk pelepasan ketegangan, kenikmatan, dan ikatan sosial). Nilai emosional tersebut dapat mempengaruhi *Word of Mouth* (WOM) pengunjung. WOM dikenal sebagai alat efektif bagi para pelaku usaha untuk memahami pelanggannya melalui membangun emosi yang positif pada pengunjung *glamping* yang dapat memotivasi mereka untuk berbagi pengalaman dengan orang lain baik luring maupun daring (ulasan, rekomendasi ataupun komentar) (Lu et al., 2021).

Lingkungan akomodasi *glamping* dan *camping* juga berbeda, menurut penelitian (Lu et al., 2021), lingkungan akomodasi *glamping* memberikan motivasi pelepasan ketegangan pada pengunjung melalui rancangan ruangan yang berkualitas tinggi sehingga dapat menghilangkan kelelahan fisik. Penelitian tentang perbedaan *glamping* dan *camping* dilakukan lebih lanjut oleh (Adamovich et al., 2021). *Glamping* dan *camping* merupakan dua jenis akomodasi yang serupa namun tak sama yaitu keduanya merupakan kemah kemah. Namun, berdasarkan penelitian (Adamovich et al., 2021) perbedaan mendasar dari kedua tipe akomodasi tersebut adalah *camping* melibatkan tahapan membawa dan menyiapkan akomodasi sendiri, sedangkan akomodasi *glamping* sudah ditentukan dan siapkan sebelumnya untuk kedatangan tamu.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Tren penelitian tentang *glamping* menghasilkan 10 tren kata kunci dalam *glamping* yang terdiri dari (1) *glamping*, (2) *camping*, (3) *tourism*, (4) *sustainable tourism*, (5) *accommodation*, (6) *experience*, (7) *accommodation*

*environment*, (8) *glamping tourism*, (9) *word of mouth*, dan (10) *tourist resources*. Dari tahun 2019 – 2024 terhitung terdapat 26 dokumen publikasi berbahasa Inggris yang berindeks SINTA dan SCOPUS yang sudah melewati pengecualian digambarkan bahwa penelitian dengan kata kunci *glamping* masih sedikit dikaji oleh peneliti.

Peneliti memberikan rekomendasi penelitian lanjutan dengan topik *glamping* dari figur kerangka konseptual yang terdiri dari 11 kata kunci yaitu (1) *glamping tourism*, (2) *tourism*, (3) *sustainable tourism*, (4) *customer experience*, (5) *tourist resources*, (6) *accommodation*, (7) *word of mouth*, (8) *type of accommodation*, (9) *accommodation environment*, (10) *glamping*, dan (11) *camping*. Pada figur kerangka konseptual menjelaskan tentang *glamping* merupakan bentuk pariwisata berkelanjutan. Tren *glamping* meningkat di seluruh dunia selama pandemi COVID-19.

Adanya peningkatan jumlah wisatawan yang memilih lokasi *glamping* sebagai alternatif liburan di kawasan lindung. *Glamping* dapat menawarkan solusi akomodasi inovatif untuk pengunjung yang menuntut akomodasi ramah lingkungan yang dapat memberikan pengunjung pengalaman alam dan otentik tanpa mengorbankan kenyamanan. *Glamping* menawarkan pembentukan pengalaman wisatawan baru yang dipengaruhi oleh lingkungan akomodasi *Glamping*. Lingkungan akomodasi *Glamping* memiliki kekuatan untuk mempengaruhi nilai emosional pengunjung. Nilai emosional tersebut dapat mempengaruhi *Word of Mouth* (WOM) pengunjung. *Glamping* merupakan topik yang menarik untuk dikaji sebab tren *glamping* menjadi relevan dengan profil wisatawan pasca Pandemi COVID-19.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adamovich, V., Nadda, V., KOT, M., & Haque, A. ul. (2021). Camping Vs. Glamping Tourism: Providers' Perspective In The United Kingdom. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 12(6(54)), 1431–1441. [https://doi.org/https://doi.org/10.14505/jemt.v12.6\(54\).01](https://doi.org/https://doi.org/10.14505/jemt.v12.6(54).01)
- Angelini, A. (2023). Luxury Tourism In Sustainable Accommodation-What Can Compromise The Tourist Experience? An Analysis Of Glamping In Italy. *Sinergie Italian Journal of Management*, 41(1), 21–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.7433/s120.2023.02>
- Drăguleasa, I.-A., Niță, A., & Mazilu, M. (2023). Capitalization of Tourist Resources in the Post-COVID-19 Period—Developing the Chorematic Method for Oltenia Tourist Destination, Romania. *Sustainability*, 15(3), 1–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su15032018>
- Erkilic, E., & Yildirim, G. (2019). An Overview of Glamping Tourism Within The Context of The Middle East Tourism: The Case of Turkey. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(4), 475–489. <https://doi.org/10.31771/jrtr.2019.48>
- Fachlepi, I., Sudiarta, I. N., & Sendra, I. M. (2023). Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Pada Glampingdi Taman Danu Camp, Bedugul. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 11(2), 92–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/IPTA.2023.v11.i02.p13>
- Grigore, M. I. D., Niță, A., Drăguleasa, I. A., & Mazilu, M. (2024). Geotourism, a New Perspective of

- Post-COVID-19-Pandemic Relaunch through Travel Agencies—Case Study: Bucegi Natural Park, Romania. *Sustainability*, 16(3), 1–49. <https://doi.org/10.3390/su16030985>
- Juliana, Sihombing, S. O., & Antonio, F. (2022). Memorable Tourism Experience Bibliometric Analysis: A Systematic Review. *Jurnal Mantik*, 6(2), 2302–2313.
- Kiryakova-Dineva, T., Vasenska, I., & Koyundzhiyska-Davidkova, B. (2022). Glamping: An Active Back to Nature Trend in the Post-Pandemic Tourism Reality. In C. Silva, M. Oliveira, & S. Silva (Ed.), *5th International Conference on Tourism Research* (hal. 183–190). Academic Conferences International Limited, Reading, UK. <https://doi.org/https://doi.org/10.34190/ictr.15.1.290>
- Kusumaningrum, D. A., & Marline, M. (2022). Faktor Persepsi Wisatawan Dalam Keputusan Berwisata Di Glamping Lakeside Rancabali, Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Pendidikan dan Perhotelan*, 2(2), 11–24.
- Laksmi, G. W., Rahmanita, M., Brahmantyo, H., & Nurbaeti, N. (2021). SWOT Analysis Nomadic Tourism as Millennial Friendly Natural Tourist Destination Development Strategy (Case Study: Glamping De Loano, Purworejo). *TRJ Tourism Research Journal*, 5(2), 186–207. <https://doi.org/10.30647/trj.v5i2.123>
- Liberato, P., Coelho, J., & Liberato, D. (2023). Attributes Associated With The Glamping Concept. An Empirical Study. *Journal of Tourism & Development*, 40, 9–21. <https://doi.org/10.34624/rtd.v40i0.31406>
- Lu, J., Wang, X., Dai, Z., Chen, G., & Feng, Y. (2021). Antecedents Of Customer WOM In Glamping: The Critical Role Of Original Ecology. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 1–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102919>
- Nurfauzan, M. I., & Faizatunnisa, H. (2021). Analisis Bibliometrik Trend Penelitian Covid-19 di Indonesia Pada Bidang Bisnis dan Manajemen. *Jurnal Bisnis Strategi*, 30(2), 90–100. <https://doi.org/10.14710/jbs.30.2.90-100>
- Perera, P., Mallikage, S. T., Newsome, D., & Vlosky, R. (2022). Profiling of Shelter Campers, Their Attitudes, and Perceptions towards Environmental Impacts of Campsite Use and Management: Evidence from National Parks of Sri Lanka. *Sustainability*, 14(20). <https://doi.org/10.3390/su14201331>
- Pop, A.-M., Marian-Potra, A.-C., Hognogi, G.-G., & Puiu, V. (2024). Glamping Tourism As A Sustainable Response To The Need To Reinvigorate Domestic Tourism. *Journal of Destination Marketing and Management*, 31, 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100803>
- Sebestyén, T. T. (2023). Life Cycle Assessment of Wooden Glamping Structures: A Carbon-Positive Solution by Innovation in Forest-Based Industry. *Research Square*, 1–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-3357383/v1> License:
- Smolović, S., & Živanović, S. (2023). Chapter 9 : Glamping As A Form Of Sustainable Tourism. In *Second International Thematic Monograph: The Role Of Green Economy Transition In Green Growth And*



- Environmental Protection* (Vol. 2, Nomor 9, hal. 213–234).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.18485/tgesd.2023.2.ch9> GLAMPING
- Tupan, Rahayu, R. N., Rachmawati, R., & Rahayu, E. S. R. (2018). Analisis Bibliometrik Perkembangan Penelitian Bidang Ilmu Instrumentasi. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 39(2), 135–149.  
<https://doi.org/10.14203/j.baca.v39i2.413>
- Vy, N. D. H. (2023). Factors Influencing Reservations For The Glamping Business In Vietnam. *Central European Management Journal*, 31(2), 130–135.  
<https://doi.org/10.57030/23364890.cemj.31.2.15>
- Widhiarini, N. M. A. N., Pradiani, T., & Fathorrahman. (2023). Investigating the Impact of Green Marketing on Stay Decisions : The Mediating Role of Green Consumer Behavior. *International Journal of Social Science and Business*, 7(2), 435–447.  
<https://doi.org/https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/article/view/53309/26107>