

ANALISIS FAKTOR PSIKOLOGIS DAN KESEHATAN MENTAL WISATAWAN: STUDI KASUS PADA AKTIVITAS HEALING DI WANA WISATA RANCA UPAS

(ANALYSIS OF PSYCHOLOGICAL FACTORS AND MENTAL HEALTH OF TOURISTS: A CASE STUDY ON HEALING ACTIVITIES AT WANA WISATA RANCA UPAS)

Septy Indrianty¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari
Septyindrianty19@gmail.com

Bianca Keyko Wineske Putri²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari
biancakeywines@gmail.com

ABSTRAK

This study aims to explore the psychological factors and mental health conditions of tourists visiting Wana Wisata Ranca Upas, as well as to understand the efforts made by the management to facilitate tourists in engaging in mental health recovery activities (healing). The research uses a qualitative approach with a case study analysis. The variables used are psychological factors and mental health. Data collection was carried out through observation, interviews, and documentation. The results of this study show that there are various psychological factors underlying tourists' motivations to visit Wana Wisata Ranca Upas, including the desire to engage in healing activities, FOMO (fear of missing out), and quality time with a partner. Furthermore, regarding mental health, tourists reported experiencing changes in their mental health condition. Before visiting Wana Wisata Ranca Upas, their mental condition was considered poor, but after visiting, their mental health significantly improved. Additionally, efforts made by the management to facilitate tourists' healing activities have been quite good, but there are shortcomings in its implementation, namely the lack of effective promotion of the healing forest program. Therefore, the management needs to intensify promotion, maintain consistency in destination management, continue to innovate by creating new programs in line with trends, create innovative healing activity packages, and collaborate with more travel agents.

Keywords: Psychological Factors, Mental Health, Wana Wisata Ranca Upas

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor psikologis dan kondisi kesehatan mental (mental health) wisatawan yang berkunjung ke Wana Wisata Ranca Upas, serta mengetahui upaya pengelola dalam memfasilitasi wisatawan untuk melakukan kegiatan pemulihan kesehatan mental (healing). Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis studi kasus. Variabel yang digunakan adalah faktor psikologis dan kesehatan mental. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai macam faktor psikologis yang melatarbelakangi tujuan wisatawan berwisata ke Wana Wisata Ranca Upas, di antaranya ingin melakukan kegiatan healing, FOMO (*fear of missing out*), hingga quality time bersama pasangan. Kemudian, dalam hal kesehatan mental, wisatawan merasakan adanya perubahan kondisi kesehatan mental yang mereka alami. Sebelum berkunjung ke Wana Wisata Ranca Upas, kondisi mental mereka dapat dikatakan tidak baik, namun setelah berkunjung, kondisi mental mereka jauh membaik. Selain itu, ada pula upaya yang telah dilakukan pengelola dalam memfasilitasi kegiatan healing wisatawan, yang sudah cukup baik, namun terdapat kekurangan dalam pelaksanaannya, yaitu kurang optimalnya promosi yang dilakukan dalam mempromosikan program healing forest. Dengan demikian, pengelola perlu mengencangkan promosi, menjaga konsistensi pengelolaan destinasi, terus berinovasi menciptakan program-program baru sesuai tren, membuat paket wisata khusus kegiatan healing yang inovatif, dan bekerja sama dengan lebih banyak agen perjalanan.

Kata Kunci : Faktor Psikologis, Mental Health, Wana Wisata Ranca Upas

PENDAHULUAN

Berwisata kini menjadi bagian penting dalam memenuhi kebutuhan hidup, baik untuk mengatasi kejenuhan maupun karena rasa penasaran terhadap suatu tempat. Faktor psikologis sangat memengaruhi keputusan berwisata karena berkaitan dengan kepribadian dan perilaku konsumen. Pemahaman ini penting bagi pelaku pariwisata untuk merespons kebutuhan wisatawan. Selain rekreasi, wisata juga berfungsi sebagai sarana pemulihan mental akibat tekanan rutinitas harian, sehingga menjadi kebutuhan esensial dalam menjaga keseimbangan hidup dan kesehatan jiwa. Data Ayuningtyas (2018) menunjukkan bahwa Jawa Barat menempati posisi ke-3 dengan prevalensi gangguan mental emosional tertinggi di Indonesia (9,3%), setelah Sulawesi Tengah (11,6%) dan Sulawesi Selatan (9,3%). Ini mengindikasikan tingginya kerentanan masyarakat terhadap penurunan kesehatan mental, sehingga menjadikan wisata sebagai salah satu solusi yang relevan dan dibutuhkan. Menurut Hikmah (2022), Melalui meditasi alam, ketegangan dapat dikendalikan, kondisi saraf menjadi lebih tenang dan suasana hati menjadi lebih stabil, kondisi alam yang tenang dan segar dapat memicu munculnya *dopamine*

Jawa Barat memiliki beragam wisata alam seperti pantai, hutan pegunungan, danau, air terjun, dan sungai dengan sumber daya alam yang masih alami, menjadi daya tarik

bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Salah satu kawasan unggulan adalah Kabupaten Bandung yang dikenal dengan keindahan alam dan destinasi wisatanya. Perhutani turut mengelola kawasan hutan menjadi objek wisata, seperti Wana Wisata Ranca Upas (WWRU). Wana wisata adalah kawasan hutan yang dikhususkan untuk pariwisata dan dikelola secara berkelanjutan. Selama lima tahun terakhir, jumlah pengunjung WWRU terus meningkat.

Tabel
Tingkat Kunjungan Selama 5 Tahun Terakhir

2016	2017	2018	2019	2020
81.013	36.417	94.209	101.283	180.731

Sumber: Perhutani 2021

Peningkatan kunjungan ke Wana Wisata Ranca Upas (WWRU) membawa dampak terhadap tekanan lingkungan dan fasilitas wisata yang tersedia. WWRU menawarkan berbagai atraksi seperti bumi perkemahan, penangkaran rusa, waterboom, memanah, berkuda, kidz zone, onsen, dan glamping. Keanekaragaman daya tarik ini menjadikan WWRU sebagai destinasi favorit untuk melepas penat, terutama di tengah tren wisata healing yang berkembang di kalangan wisatawan Indonesia. Healing merujuk pada proses pemulihan fisik dan mental, dan keindahan alam Indonesia yang mencakup pegunungan, danau, pantai, air terjun, sungai, serta hutan menjadi magnet alami yang mendukung aktivitas tersebut.

Potensi besar yang dimiliki sektor pariwisata seharusnya dapat dimanfaatkan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan mengurangi tingkat pengangguran melalui pengelolaan sumber daya manusia dan alam secara optimal. Hal ini sejalan dengan amanat Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang menyatakan bahwa pariwisata berfungsi untuk memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual wisatawan serta meningkatkan pendapatan negara. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti bermaksud melakukan studi berjudul *Analisis Faktor Psikologis dan Mental Health Wisatawan (Studi Kasus di Wana Wisata Ranca Upas)* sebagai upaya memahami lebih dalam hubungan antara pengalaman wisata alam dan kesejahteraan psikologis wisatawan.

Kajian Teori

Pariwisata

Pariwisata kini tidak hanya menjadi sarana rekreasi, tetapi juga sebagai bentuk pemulihan fisik dan mental, yang dikenal dengan *healing tourism*. Tren ini semakin populer di kalangan masyarakat yang mencari ketenangan dan keseimbangan hidup melalui wisata berbasis alam dan budaya lokal. Destinasi wisata, dengan suasana alami dan aktivitas edukatif, menjadi pilihan utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi sekaligus meningkatkan kesejahteraan psikologis wisatawan.

Istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya suatu kegiatan wisata atau *tour* yang merupakan suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sementara seseorang, keluar dari tempat tinggalnya sehari-hari yang bersifat sementara dengan suatu alasan apapun kecuali melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji (Muljadi dan Warman, 2014:8). Lebih Lanjut dijelaskan bahwa, “Pariwisata di Indonesia kini mengalami perkembangan pesat, dan pemerintah secara konsisten memfasilitasi dan mendorong pengembangan desa wisata. Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat lokal, tetapi juga untuk memperkuat rantai ekonomi yang melibatkan berbagai sektor terkait. Oleh karena itu, kemajuan desa wisata menjadi sangat strategis dalam konteks pembangunan ekonomi yang berkelanjutan” (Riyanti; Edison; et al., 2024:25).

Sektor pariwisata merupakan sektor yang sangat strategis karena merupakan sumber pendapatan dan peningkatan devisa negara yang berimplikasi pada pendapatan destinasi atau daerah yang dikunjungi oleh para wisatawan. Implikasi lainnya adalah pertumbuhan pada bisnis akomodasi, bisnis perjalanan, bisnis kuliner, bisnis cinderamata, dan menghidupkan rantai pasok (*supply chain*) lainnya. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata di semua daerah menjadi sangat penting (Effendi dan Edison, 2022).

Sedangkan, menurut Kania (2013:2) pariwisata adalah keseluruhan fenomena (gejala) dan hubungan-hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan manusia diluar tempat tinggalnya. Seseorang biasanya melakukan perjalanan wisata untuk beristirahat dari padatnya aktivitas sehari-hari dan mengisi waktu luangnya dengan berwisata untuk mendapatkan kebahagiaan dan kesenangan di tempat lain. Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti memahami bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan seseorang keluar dari tempat tinggalnya yang bersifat sementara dengan tujuan untuk berwisata dan mendapatkan kebahagiaan di tempat lain, bukan untuk menghasilkan upah ataupun gaji.

Faktor Psikologis

Keputusan wisatawan dalam memilih destinasi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal, tetapi juga oleh faktor psikologis internal, seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap. Faktor-faktor ini memainkan peran penting dalam menentukan perilaku wisatawan, terutama dalam memenuhi kebutuhan emosional dan fisik mereka melalui perjalanan. Pemahaman tentang faktor psikologis ini sangat penting untuk mengerti bagaimana wisatawan membuat keputusan dalam memilih destinasi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

Faktor psikologis merupakan serangkaian proses psikologis yang dipadukan dengan karakteristik spesifik konsumen untuk menghasilkan proses keputusan dan keputusan pembelian (Tartar, 2016). Berdasarkan argumen tersebut dapat dipahami bahwa faktor psikologis adalah dorongan dari diri seseorang yang mana mempengaruhi pilihan sesuatu tergantung pada keserbagunaan produk yang digunakan, keinginan yang lebih besar dan kemudahan penggunaan produk dibandingkan dengan yang lainnya.

Faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan yaitu terdapat empat faktor psikologis yang utama, diantaranya adalah: motivasi, persepsi, pembelajaran, serta

kepercayaan dan sikap, yang diidentifikasi oleh Kotler & Armstrong dalam Tartar (2016:4-5) Pengertian penjelasan faktor psikologis akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Motivasi

Motivasi adalah suatu kebutuhan yang cukup menekan seseorang untuk mencari kepuasan. (Simamora,2003), sedangkan menurut Kotler (2007;420) menyatakan bahwa seseorang mempunyai banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan berasal dari biologis, artinya kebutuhan tersebut muncul dari tekanan biologis seperti rasa lapar, haus, dan ketidaknyamanan. Kebutuhan lainnya bersifat psikologis, khususnya yang timbul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau perasaan menjadi bagian dari suatu kelompok.

2. Persepsi

Persepsi dapat diartikan sebagai proses dimana seseorang memilih untuk mengatur dan menafsirkan rangsangan atau memperoleh rangsangan ke dalam penafsiran yang masuk akal. Menurut J. Setiadi (2003: 160), Mowen (2002:82) menyatakan bahwa, persepsi adalah suatu proses dimana individu menerima informasi, memperhatikan informasi tersebut, dan memahami. Keller (2007:228) menegaskan bahwa persepsi lebih penting daripada kenyataan.

3. Pemahaman Pembelajaran

Schiffman dan Kanuk (2000) menyatakan bahwa pembelajaran adalah dari perspektif pemasaran, proses di mana individu memperoleh pengetahuan dan pengalaman pembelian dan konsumsi yang dapat mereka terapkan untuk perilaku terkait di masa depan. Dapat disimpulkan bahwa pembelajaran merupakan gambaran perubahan perilaku wisatawan yang diangkat dari pengalaman. Pembelajaran terjadi melalui interaksi dorongan, rangsangan, pertanda, respon, dan penguatan.

4. Keyakinan dan sikap

Melalui tindakan dan pembelajaran, orang memperoleh keyakinan dan sikap yang kemudian akan mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Kotler dan Armstrong (2004:220) mendefinisikan keyakinan sebagai pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Keyakinan didasarkan pada pengetahuan, opini dan keyakinan mungkin dipengaruhi oleh emosional setelah keyakinan maka akan timbul sikap yang telah dipengaruhi oleh kepercayaan sebelumnya.

Mental Health

Dalam era modern yang penuh tekanan, kebutuhan untuk menjaga kesehatan mental semakin mendapat perhatian. *Healing* atau pemulihan jiwa menjadi salah satu upaya penting untuk mengatasi stres, kecemasan, dan berbagai masalah emosional lainnya. Banyak orang mencari cara untuk memulihkan diri dari tekanan kehidupan melalui berbagai aktivitas, salah satunya adalah wisata berbasis alam yang menawarkan ketenangan dan kedamaian. Aktivitas *healing* ini tidak hanya memberikan rasa nyaman,

tetapi juga mendukung peningkatan kesehatan mental yang lebih baik, yang pada gilirannya dapat berpengaruh positif terhadap kualitas hidup seseorang.

Kesehatan jiwa (*mental health*) merupakan landasan bagi manusia untuk dapat berpikir, berinteraksi satu sama lain dan menjalani kehidupannya. Pola pikir yang sehat mempunyai banyak kontribusi terhadap kesehatan fisik, yang berdampak langsung pada kualitas hidup seseorang. Kesehatan jiwa merupakan salah satu aspek penting yang terkadang kurang mendapat perhatian. Dibandingkan dengan tiga aspek kesehatan manusia lainnya, kesehatan mental berpotensi mempengaruhi semua aspek kesehatan lainnya secara langsung dan secara tidak langsung. Menurut pakar kesehatan Merriam-Webster, kesehatan mental adalah keadaan emosional dan psikologis yang baik dimana seseorang menggunakan kemampuan kognitif dan emosionalnya agar dapat memanfaatkannya dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari (Zulkarnain dan Siti Fatimah, 2019).

World Health Organization (WHO) memberikan batasan sehat dengan ungkapan a state of complete physical, mental and social well being and not merely the absence of disease or infirmity (keadaan yang sempurna baik fisik, mental maupun sosial, tidak hanya terbebas dari penyakit atau kelemahan/ cacat). Itulah makna sehat perspektif *WHO* yang secara konkrit belum sepenuhnya diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Sebab sebagian masyarakat belum memahami arti sehat kaitannya dengan seluruh aspek kehidupan, dan hal ini belum didukung sepenuhnya oleh pemerintah sehingga akses dari kasus lemahnya kesehatan masyarakat lahir individu yang lemah dan terbelakang dalam banyak aspek seperti pendidikan, sosial, budaya bahkan ekonomi termasuk juga agama (ibadah).

Dimensi *Mental health*

Penelitian informal yang dilakukan oleh *Joint Commission on Mental Illness and Health* terhadap para ahli dalam Rahayu (2008:10), sebagian besar menyatakan hal-hal yang berkaitan dengan kesehatan mental di antaranya:

1. Kebahagiaan (*Happiness*)

Mengutip dari halaman Web Mediaindonesia David Heber, presiden Herbalife Institute dan anggota Dewan Penasihat Herbalife, mengatakan kebahagiaan adalah keadaan sejahtera fisik, mental, dan emosional. Kebahagiaan dapat dicapai dengan meningkatkan kesehatan fisik dan mengoptimalkan kesehatan emosional dan mental. Banyak cara untuk mendapatkan kebahagiaan, meluangkan waktu untuk bersantai dan memulihkan tenaga adalah salah satu cara terbaik untuk menemukan kebahagiaan. Cara paling efektif untuk mencapai hal ini adalah dengan berwisata, karena dapat memberikan kesempatan untuk istirahat dan relaksasi dari rutinitas sehari-hari yang dapat berkontribusi pada peningkatan kebahagiaan seseorang.

2. Kesejahteraan (*Well-Being*)

Sejahtera dalam *mental health* memiliki arti dimana keadaan seseorang terbebas dari penyakit mental dan ketidak seimbangan mental yang dapat disebabkan oleh pekerjaan, hubungan intrapersonal dan kehidupan sehari-hari sehingga orang tersebut mengalami *stress*, depresi dan *burnout*.

3. Kepuasan (*Contentment*)

Kepuasan dalam konteks *mental health* ini bermaksud kepuasan hidup yang berperan sebagai faktor pencegahan terhadap masalah kesehatan mental, orang yang sudah merasa puas dengan kehidupan mereka akan lebih tahan terhadap *stress* dan mereka cenderung memiliki suasana hati yang stabil dan positif, orang yang memiliki rasa puas dengan hidupnya cenderung memiliki tingkat *stress* yang lebih rendah dan tingkat kebahagiaan yang tinggi.

Coping Stress

Seiring dengan meningkatnya tekanan dalam kehidupan sehari-hari, kebutuhan akan *healing* atau pemulihan jiwa semakin menjadi fokus utama. Aktivitas *healing* berfungsi untuk membantu individu mengatasi stres dan mencapai keseimbangan emosional, memungkinkan mereka untuk mengatasi tantangan psikologis dengan cara yang lebih sehat. Melalui pendekatan ini, wisatawan mencari ketenangan dan kedamaian di lingkungan alam, yang dapat berfungsi sebagai upaya pemulihan mental untuk meredakan dampak negatif dari stres dan kecemasan.

Stress adalah suatu gangguan yang disebabkan oleh tekanan yang menimbulkan reaksi fisik atau emosional dan respon kecemasan. Menurut *American Psychological Association (APA)*, remaja yang menderita stres dapat mengalami keadaan emosi berupa kecemasan, pusing, tangan berkeringat, mulut kering, serta panik, cemas, penurunan daya ingat, dan emosi. Dikatakan bahwa hal itu dapat menyebabkan kekhawatiran dan kebingungan. (Putri & Azalia, 2022).

Coping stress merupakan respon individu terhadap jenis stres yang dialami. *Coping stress* merupakan upaya untuk menemukan ketenangan dan kedamaian dalam diri. Menurut Lazarus, *Coping stress* dapat dilakukan dengan dua cara. Yang pertama adalah *coping* yang berfokus pada emosi dan yang lainnya adalah *coping* yang berfokus pada masalah. *Coping* yang berfokus pada emosi (*emotion-focused strategy*) adalah pemrosesan internal stres melalui respons emosional terhadap situasi yang dialami, terutama pertahanan psikologis terhadap perasaan tidak berdaya. Carver, Scheier, dan Weintraub semuanya menyebutkan aspek strategi penanggulangan berbasis emosi. Hal ini mencakup dukungan sosial emosional, interpretasi positif, penerimaan, penolakan, dan religiusitas. Sementara penanganan pada strategi berorientasi pada masalah (*problem focused coping*) adalah dengan mencari penyebab masalah, menghadapi masalah, dan menyelesaikannya. Carver, Scheier, dan Weintraub menyatakan bahwa aspek strategi *coping* yang berfokus pada masalah meliputi aktivitas diri, perencanaan, penekanan pada aktivitas kompetitif, pengendalian diri, dan dukungan sosial (Andriyani, 2019).

Healing

Belakangan ini media sosial sedang ramai dengan perbincangan mengenai konsep *healing*. Beberapa konten di media sosial menyebut “*healing*” sebagai salah satu alternatif solusi mengatasi rasa lelah saat beraktivitas yang membosankan, sibuk bekerja, bahkan depresi. Dan hal itu yang memicu permintaan perjalanan domestik meningkat sebesar 30% pada November 2021. Selain itu, kata “*healing*” menjadi populer di media sosial. *Healing* secara harafiah berarti “penyembuhan”. Penelitian Bakhtyar dan Faretahan

(2021) yang bertajuk *Self-Healing* sebagai Metode Pengendalian Emosi menyatakan bahwa self-healing merupakan suatu metode yang bertujuan untuk membantu orang mengendalikan emosinya.

Upaya Pengelolaan

Konsep strategi dan perumusannya penting untuk diterapkan dalam pengelolaan pariwisata. Menurut Yoeti dalam Saputro dkk (2014) perencanaan merupakan alat terpenting untuk menetapkan arah, batas-batas dan tujuan kegiatan pengembangan pariwisata. Namun, agar dapat memprioritaskan alokasi sumber daya secara efektif, rencana yang bertujuan untuk mencapai tujuan jangka panjang sekaligus menyesuaikan situasi terhadap perubahan lingkungan internal dan eksternal memerlukan strategi yang mendasarinya.

Berkembangnya suatu destinasi wisata terlepas dari usaha-usaha yang melibatkan kolaborasi antara pariwisata, masyarakat setempat, dan pemerintah. Menurut Chaerunissa dan Yuningsih (2019) implementasi model pengelolaan pariwisata memerlukan langkah-langkah tepat yang berfokus pada enam aspek utama, yaitu:

1. *Attraction* (Atraksi)

Atraksi merupakan segala macam hal yang dapat memberi motivasi wisatawan untuk datang berkunjung. Aspek attraction mengharuskan pengelolaan untuk mengembangkan daya tarik wisata, dengan langkah-langkah seperti penyusunan program acara dan menyajikan atraksi yang unik. Atraksi yang terdapat pada destinasi wisata berbeda-beda, setiap objek wisata memiliki atraksi khas yang belum tentu dimiliki oleh objek wisata lainnya (Chaerunissa & Yuniningsih, 2019).

2. *Amenities* (Fasilitas)

Secara general, fasilitas meliputi fasilitas ritel, fasilitas akomodasi, makan dan minum, serta ragam fasilitas layanan wisata lainnya (Buhalis, 2000 dalam Asmoro, Bachri, & Detmuliati, 2020). Contoh lain dari amenities adalah pemasok kebutuhan makan dan minum (kafe, restoran, bar), akomodasi (hotel, motel), fasilitas komunikasi (telepon, jaringan internet), fasilitas untuk transaksi keuangan (ATM, pembayaran digital, bank, penukaran valuta asing).

3. *Ancillary* (Pelayanan Tambahan)

Ancillary merupakan ragam pelayanan yang harus dipenuhi pemerintah dalam pemenuhan infrastruktur pada tempat tujuan wisata. Pelayanan tambahan tersebut dapat berupa tourist information, lembaga pengelolaan, travel agent, kantor pos, kantor berita dan stakeholder yang berperan dalam kepariwisataan (Widyaningsih, 2020).

4. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas memadukan kemudahan mencapai suatu tujuan yang berkaitan dengan timbulnya rasa kenyamanan, keamanan, dan kesadaran akan waktu. Aksesibilitas adalah poin penting yang perlu diperhatikan. Dapat dikatakan semakin baik aksesibilitas destinasi wisata tersebut maka semakin mudah untuk berkunjung ke

sana. Selain itu semakin tinggi kenyamanan maka pengunjung yang datang akan semakin banyak (Nabila & Widiyastuti, 2018).

5. *Activity* (Aktivitas)

Aktivitas adalah berbagai bentuk kegiatan di tempat wisata dan segala macam aktivitas yang dilakukan wisatawan di tempat tujuan (Sofyan & Noor, 2016). Kegiatan wisata meliputi kegiatan pasif dan aktif, seperti sekedar duduk-duduk, bersantai menikmati pemandangan, atau bermain di wahana yang disediakan. Kegiatan pariwisata juga dapat diklasifikasikan menjadi empat kategori: *something to do*, *something to see*, *something to learn*, dan *something to buy* (Ayu dalam Asmoro, 2020).

6. *Available Package* (Paket yang Tersedia)

Available package merupakan komponen pariwisata yang berupa serangkaian paket rekreasi atau wisata yang disediakan atau yang telah diatur sebelumnya oleh suatu perantara atau pihak destinasi (Octaviany, 2016).

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memiliki peran penting dalam memberikan landasan teoritis dan memperkuat arah kajian ini. Sejumlah studi sebelumnya menunjukkan bahwa faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, sikap, dan kepribadian berpengaruh signifikan terhadap perilaku wisatawan dalam menentukan pilihan destinasi. Penelitian oleh Tartar tahun 2016 dan Adhi tahun 2016 menunjukkan bahwa variabel psikologis berkontribusi secara nyata terhadap keputusan berkunjung dalam konteks wisata ziarah maupun wisata rekreasi.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Yudha tahun 2021 memperdalam analisis dengan mengkaji pengaruh beberapa dimensi faktor psikologis secara terpisah. Hasilnya menunjukkan bahwa motivasi, persepsi, sikap, dan kepribadian memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, sementara pembelajaran tidak menunjukkan pengaruh yang berarti.

Kajian berbeda ditawarkan oleh Hikmah tahun 2022 yang mengangkat fenomena healing tourism sebagai bentuk coping stress melalui aktivitas wisata. Penelitian ini menunjukkan bahwa wisata memiliki potensi sebagai media pemulihan emosional yang berkontribusi terhadap kesejahteraan psikologis. Healing dipandang sebagai strategi pengelolaan emosi secara sadar yang meningkatkan kualitas hidup.

Meskipun relevan, sebagian besar penelitian tersebut belum secara eksplisit menyoroti keterkaitan antara faktor psikologis dan kesehatan mental dalam konteks wisata alam yang bersifat terapeutik. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji secara khusus pengalaman wisata healing di Wana Wisata Ranca Upas dan bagaimana aktivitas ini mempengaruhi kondisi psikologis serta kesehatan mental wisatawan.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur pariwisata, khususnya pada integrasi antara psikologi wisatawan dan pemulihan mental melalui aktivitas wisata berbasis alam.

METODOLOGI PENELITIAN

Menurut Creswell (2009), penelitian kualitatif adalah proses eksplorasi dan pemahaman terhadap makna perilaku individu dan kelompok, serta menggambarkan masalah sosial atau kemanusiaan. Proses ini mencakup penyusunan pertanyaan penelitian dan prosedur yang bersifat sementara, pengumpulan data pada setting partisipan, analisis data secara induktif, serta membangun data parsial menjadi tema yang lebih terstruktur. Selanjutnya, peneliti memberikan interpretasi terhadap makna data yang ditemukan. Kegiatan akhir dari penelitian ini adalah penyusunan laporan dengan struktur yang fleksibel.

Auerbach dan Silverstein dalam Sugiyono (2018:3) juga menyatakan bahwa penelitian kualitatif melibatkan analisis dan interpretasi teks serta hasil wawancara untuk menemukan makna dari suatu fenomena. Metode ini digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi alamiah, berbeda dengan eksperimen di mana peneliti berfungsi sebagai instrumen kunci. Pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna serta generalisasi.

Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif berasal dari tindakan nyata dan interaksi partisipan yang diamati langsung oleh peneliti. Sumber data pendukung meliputi dokumen tertulis, hasil wawancara, dan observasi yang digunakan untuk memperkaya dan memvalidasi informasi yang diperoleh.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu:

1. **Data primer**, yang diperoleh langsung dari individu atau kelompok yang menjadi subjek penelitian melalui teknik observasi dan wawancara mendalam.
2. **Data sekunder**, yang dikumpulkan dari berbagai sumber yang telah ada, seperti literatur, laporan, dokumentasi, atau arsip resmi yang relevan. Dalam hal ini, peneliti bertindak sebagai pengguna data yang telah tersedia.

Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan sebagai salah satu cara untuk memperoleh data dalam bentuk buku, arsip, dokumen, angka, gambar, laporan, dan keterangan lain yang dapat mendukung penelitian ini.

Teknik Uji Validitas Data

Triangulasi Triangulasi digunakan sebagai teknik pengumpulan data dan verifikasi kredibilitas informasi yang diperoleh dari berbagai sumber. Dalam penelitian ini, triangulasi sumber dilakukan dengan memverifikasi data hasil wawancara yang diperoleh dari wisatawan, psikolog, dan pihak pengelola destinasi.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model interaktif Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2018:132-142). Model ini dimulai dengan pengumpulan

data mentah, dilanjutkan dengan penyajian data, reduksi data, validasi data, dan akhirnya penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Faktor Psikologis Wisatawan Di Wana Wisata Ranca Upas

Motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Wana Wisata Ranca Upas dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Motivasi internal seperti healing, rasa ingin tahu, FOMO (*Fear of Missing Out*), dan hubungan sosial menjadi pendorong utama, sementara faktor eksternal seperti pemandangan alam dan suasana sejuk juga berperan. Persepsi wisatawan terbentuk dari fasilitas yang unik, aksesibilitas yang mudah, serta promosi yang baik. Setelah berkunjung, banyak wisatawan merasa pengalaman di Ranca Upas membantu mereka melupakan stres, menyembuhkan luka batin, dan meningkatkan kesejahteraan fisik serta mental, yang mendorong mereka untuk kembali dan berbagi pengalaman positif dengan orang lain.



Gambar
Hutan Ranca Upas: Leuweung Tengah

Mental Health Wisatawan Di Wana Wisata Ranca Upas

Berdasarkan hasil wawancara dengan para wisatawan yang berkunjung ke Wana Wisata Ranca Upas, bahwa sebelum berkunjung ke Ranca Upas kondisi kesehatan mereka tidak baik, ada beberapa wisatawan yang merasa lelah dan stres (*burn out*) karena kegiatan sehari-hari mereka, bahkan ada yang memang memiliki gangguan keseimbangan mental seperti anxiety disorder, dan depresi. Namun setelah berkunjung ke Wana Wisata Ranca Upas mereka merasa bahagia, lebih tenang dan damai, lebih kuat dan juga lebih stabil secara emosional setelah melakukan kegiatan *healing* di Ranca Upas dibandingkan dengan kondisi mereka sebelumnya. Mereka merasa bahwa proses healing membantu

mereka melepaskan stres, kecemasan, trauma, atau kendala emosional lainnya yang sebelumnya mengganggu keseimbangan mental mereka.

Kepuasan mental yang dirasakan wisatawan menandakan bahwa mereka telah menemukan keseimbangan antara berbagai aspek dalam kehidupan mereka, termasuk pekerjaan, hubungan, dan waktu untuk diri sendiri. Saat seseorang merasa puas secara mental setelah berwisata, hal ini dapat meningkatkan kualitas hidup mereka secara keseluruhan dan memberi mereka motivasi untuk menjalani kehidupan dengan lebih bermakna dan penuh semangat. Hal ini menunjukkan bahwa perjalanan wisata tidak hanya memberikan pengalaman positif secara fisik, tetapi juga berdampak positif terhadap kesehatan mental para wisatawan.

Upaya Pengelola Dalam Memfasilitasi Wisatawan Untuk Melakukan Kegiatan Pemulihan *Mental Health* (Healing)

Berdasarkan hasil penelitian, upaya yang dilakukan pengelola Wana Wisata Ranca Upas dalam memfasilitasi wisatawan untuk melakukan kegiatan *healing*, dalam model pengelolaan *Attraction* (Atraksi) Ranca upas memberikan pengalaman yang menyenangkan baik secara fisik dan mental wisatawan. Untuk aktivitas fisik salah satunya terdapat terdapat program *tracking* menuju Cadas panjang, yang dilakukan dengan durasi sekitar 2-3 jam, sementara untuk aktivitas non fisik (*healing*) terdapat program yang sudah berjalan dua tahun belakangan ini, yaitu *healing forest* dimana ini merupakan upaya yang sangat tepat dalam memfasilitasi kegiatan *healing* wisatawan, hal ini juga membuktikan bahwa pengelola Wana Wisata Ranca Upas selalu *update* mengnai tren masa kini.

Kemudian untuk *Amenities* (Fasilitas) pengelola menghadirkan fasilitas baru guna menunjang kegiatan *healing* wisatawan, seperti menyediakan fasilitas *glamping* (*glamour camping*) bagi wisatawan yang ingin merasakan *staycation* dengan pemandangan alam serta suasana yang tenang, dan *Onsen* yang dapat digunakan wisatawan untuk merelaksasi diri. Selain itu, terdapat fasilitas tambahan yang termasuk kedalam *Ancillary* (Pelayanan Tambahan), berupa menyediakan terapis guna membantu kegiatan *healing* wisatawan dalam program *healing forest*. Dan untuk *Accessibility* (Aksesibilitas) pengelola selalu melakukan pemugaran jalan yang rusak guna memastikan wisatawan tetap aman ketika berwisata.

Untuk *Activity* (Aktivitas), bagi wisatawan yang ingin melakukan kegiatan *healing* dapat menikmati program inovatif yang dihadirkan Ranca Upas yaitu *healing forest*, yang dilakukan oleh wisatawan dalam kegiatan tersebut diantaranya *tracking*, *yoga*, *art therapy*, caraka alam, meditasi, *sharing session*, dan berendam di *onsen*, kemudian bagi wisatawan yang menyukai satwa dapat mengunjungi penangkaran rusa, disana wisatawan dapat berinteraksi langsung dengan rusa, kegiatan tersebut dapat menjadi media/sarana untuk melakukan *healing* karena berinteraksi dengan hewan diyakini dapat melepaskan hormon bahagia dalam tubuh. Dan yang terakhir adalah *Available Package* (paket yang tersedia) paket wisata yang terdapat di Ranca Upas bersifat *made by order*, yang berarti belum ada paket wisata tetap yang ditawarkan oleh

Ranca Upas, namun bagi wisatawan yang ingin meminta dibuatkan paket wisata maka pengelola dapat langsung membuatnya.

Pembahasan

1. Faktor Psikologis Wisatawan Di Wana Wisata Ranca Upas

Faktor psikologis menjadi peranan penting dalam kegiatan berwisata setiap individu, Faktor psikologis merupakan serangkaian proses psikologis yang dipadukan dengan karakteristik spesifik konsumen untuk menghasilkan proses keputusan dan keputusan pembelian (Tartar, 2016). Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian ini, berdasarkan hasil penelitian terdapat 4 jenis faktor psikologis wisatawan yang berkunjung ke Wana Wisata Ranca Upas diantaranya, faktor motivasi, persepsi, pemahaman pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

1) Motivasi

a. Motivasi Internal Wisatawan

Wisatawan yang berkunjung ke Wana Wisata Ranca Upas memiliki alasannya tersendiri salah satunya ialah motivasi. Motivasi sendiri dibagi menjadi dua yaitu motivasi internal dan motivasi eksternal, motivasi internal yang merupakan dorongan dari dalam diri individual wisatawan. Saat melakukan observasi dan wawancara di lapangan, peneliti menemukan berbagai macam motivasi internal wisatawan berkunjung ke Ranca Upas seperti melakukan kegiatan healing, beberapa wisatawan yang diwawancarai peneliti mereka ingin melakukan healing dalam berwisata, seperti yang dikatakan oleh Lily dalam sesi wawancara alasan ia ingin berkunjung karena dilatar belakangi rasa penat yang diakibatkan padatnya kegiatan sehari-hari dan beban pekerjaan yang membuat ia merasa stress, ada juga beberapa wisatawan yang berkunjung untuk healing karena memang memang memiliki riwayat gangguan kesehatan mental seperti *anxiety disorder*, *burn out* sampai depresi. Berdasarkan hasil wawancara dengan wisatawan bernama Putri, selain ingin melakukan healing, ada wisatawan yang berkunjung ke Ranca Upas dikarenakan rasa ingin tahu dan cemas sekaligus takut kehilangan momen atau pengalaman yang orang terdekatnya bagikan di media sosial, meskipun sebenarnya mereka melakukan kegiatan itu hanya karena takut kehilangan pengalaman tersebut, hal itu dapat disebut juga dengan *FOMO (fear of missing out)*.

b. Motivasi Eksternal (lingkungan disekitar objek wisata)

Selain motivasi internal terdapat juga motivasi eksternal, yang mana hal tersebut timbul dari faktor-faktor di luar individu yang mendorong mereka untuk melakukan perjalanan atau aktivitas tertentu. Berdasarkan hasil wawancara dengan wisatawan peneliti menemukan bahwasannya wisatawan termotivasi berkunjung ke Ranca Upas dikarenakan kondisi alamnya, seperti yang dikatakan oleh ibu Linda bahwa ia berkunjung ke Ranca Upas karena ia merasa ranca upas memiliki suasana yang asri, nyaman, sejuk. Beberapa wisatawan sepakat dengan perkataan ibu Linda bahwa mereka berkunjung ke Ranca Upas Karena ingin merasakan suasana alam setelah jenuh dengan suasana perkotaan.

2) Persepsi Wisatawan

a. Daya tarik

Setelah melakukan observasi dan wawancara, yang menjadi daya tarik utama Ranca Upas adalah terletak pada panorama alam yang menarik, suasana sejuk memang menjadi tujuan utama wisatawan dalam mencari ketenangan, dan suasana itulah yang membuat wisatawan menemukan ketenangan yang mereka cari. Selain itu, kebanyakan dari wisatawan tertarik dengan fasilitas rekreasi seperti berinteraksi langsung dengan satwa khususnya rusa di penangkaran rusa, berendam sambil berelaksasi di *onsen*, berkemah di *campsite* yang luas dengan berbagai macam aktivitas serta merasakan pengalaman baru dengan menginap dengan konsep unik yaitu *glamping (glamour camping)* yaitu dimana wisatawan dapat merasakan sensasi menginap di alam dengan fasilitas seperti di hotel.

b. Aksesibilitas

Aksesibilitas dalam sudut pandang wisatawan, mayoritas wisatawan menggunakan kendaraan pribadi untuk menuju ke destinasi Ranca Upas, saat di perjalanan mereka tidak kesusahan untuk mencari lokasi atau letak Ranca Upas, karena sepanjang jalan menuju destinasi sudah terdapat papan penunjuk arah dan sudah terdapat titik lokasi yang dapat diakses dengan mudah oleh wisatawan melalui aplikasi *Google Maps*, jalan yang dilalui oleh wisatawan pun jarang sekali ditemukan kerusakan, namun berdasarkan hasil observasi, peneliti berpendapat bahwa wisatawan harus berhati-hati karena jalanan menuju Ranca Upas berkelok dan cukup curam.

c. Promosi dan Informasi

Promosi yang dilakukan oleh pengelola sudah sangat baik, itu semua dapat dilihat di akun sosial media resmi yang dibuat selalu konsisten memberikan informasi seputar Ranca Upas, mulai dari wahana dan fasilitas yang tersedia hingga konten-konten menarik berkolaborasi dengan influencer sehingga membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung ke Ranca Upas.

3) Pemahaman dan Pembelajaran

Refleksi Pribadi: Refleksi pribadi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan pengalaman wisatawan yang sudah berkunjung ke Ranca Upas, refleksi pribadi penting untuk memahami dampak dan pengaruh berwisata terhadap individu mereka. Seperti hasil wawancara yang dilakukan dengan bu Siti, beliau mengatakan bahwa selama berkunjung ke Ranca Upas beliau dapat melupakan kesibukan dan stres sehari-hari, berwisata pun menjadi suatu kesempatan untuk merenung dan menyembuhkan luka batin yang beliau alami selama ini. Beberapa wisatawan pun menyatakan bahwa pengalaman berwisata ke Ranca Upas menginspirasi mereka agar sesering mungkin mengunjungi destinasi wisata alam, guna mengistirahatkan jasmani dan rohani mereka agar meningkatkan produktifitas kedepannya.

4) Keyakinan dan Sikap

Sikap Terhadap Pengalaman Wisata: Setelah melakukan *healing* dalam berwisata, seorang wisatawan mungkin saja mengalami perubahan sikap dan

keyakinan/pemahaman, baik tentang diri mereka sendiri maupun tentang destinasi yang mereka tuju. Banyak dari wisatawan yang merasa sangat puas setelah mengunjungi Ranca Upas, karena ekspektasi mereka terpenuhi sehingga mereka meyakini bahwa Ranca Upas adalah tempat yang cocok digunakan sebagai tempat *healing*, serta mereka secara sukarela bersedia menceritakan pengalaman baiknya kepada teman dan keluarga.

Berdasarkan hasil observasi dan penelitian, peneliti menemukan bahwa adanya dorongan faktor psikologis wisatawan dalam berkunjung ke Ranca Upas seperti *FOMO* (*fear of missing out*), ingin *quality time* bersama pasangan, serta merasa Ranca Upas adalah tempat yang cocok untuk melakukan *healing*. Maka dari itu, faktor-faktor psikologis tersebut saling berkesinambungan antara kepuasan dan persepsi wisatawan terhadap Wana Wisata Ranca Upas, serta membentuk pola perilaku mereka dalam berwisata. Dengan memahami faktor-faktor psikologis ini, industri pariwisata dapat lebih efektif dalam menyediakan pengalaman yang memuaskan bagi para wisatawan.

2. *Mental Health* Wisatawan Di Wana Wisata Ranca Upas

Mental health wisatawan merujuk pada kesejahteraan mental dan emosional mereka, baik sebelum, selama dan sesudah berwisata. *World Health Organization* (*WHO*) memberikan batasan sehat dengan ungkapan keadaan yang sempurna baik fisik, mental maupun sosial, tidak hanya terbebas dari penyakit atau kelemahan/ cacat, itulah makna sehat perspektif *WHO* yang secara konkrit belum sepenuhnya diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh *Joint Commission on mental Illness and Health* terhadap para peneliti dalam Rahayu (2008:10), yang menyatakan bahwa hal-hal yang berkaitan dengan kesehatan mental diantaranya (kebahagiaan, kesejahteraan, dan kepuasan). Adapula hasil dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) **Kebahagiaan (*Mental health*)**

Perasaan: Perasaan gembira dan kebahagiaan merupakan salah satu perasaan yang wisatawan rasakan, rasa bahagia ini timbul dari rasa puas setelah berkunjung ke Ranca Upas. Berdasarkan hasil wawancara dengan wisatawan mereka sepakat bahwa mereka merasa lega, lebih damai, dan lebih bahagia setelah menjalani proses *healing* di Ranca Upas dibandingkan dengan kondisi mereka sebelumnya.

2) **Kesejahteraan (*Well-Being*)**

Keseimbangan Mental: Proses *healing* ini tidak hanya memberikan pemulihan secara fisik, tetapi juga pemulihan secara emosional dan spiritual, dimana hal tersebut memungkinkan wisatawan merasa lebih kuat, lebih tenang, dan lebih stabil secara emosional. Berdasarkan hasil wawancara dengan wisatawan mereka beranggapan bahwa *healing* dapat membantu mereka melepaskan stres, kecemasan, trauma atau kendala emosional lainnya yang sebelumnya mengganggu keseimbangan mental.

3) **Kepuasan (*Contentment*)**

Pengalaman Memuaskan: Kepuasan *mental health* bagi seorang wisatawan seringkali melibatkan perasaan damai, bahagia, dan stabil setelah menjalani proses *healing* dalam berwisata. Berdasarkan hasil wawancara dengan wisatawan mereka sepakat bahwa setelah berkunjung ke Ranca Upas mereka mendapatkan kepuasan batin, karena mereka telah mengalami momen-momen yang memberi mereka kedamaian pikiran, memperkuat jiwa, dan menyegarkan semangat. Ketika seseorang merasa puas secara mental setelah berwisata, itu biasanya menunjukkan bahwa mereka telah menemukan keseimbangan antara berbagai aspek dalam kehidupan mereka, termasuk pekerjaan, hubungan, dan waktu untuk diri sendiri, saat seseorang merasa puas secara rohani setelah berwisata, itu dapat meningkatkan kualitas hidup mereka secara keseluruhan dan memberi mereka motivasi untuk menjalani kehidupan dengan lebih bermakna dan penuh semangat.

Hasil observasi dan penelitian menunjukkan bahwa sebagian wisatawan yang berkunjung ke Ranca Upas melakukannya karena merasa kondisi kesehatan mental mereka sedang tidak optimal. Mereka mencari ketenangan dan berharap aktivitas wisata dapat membantu meredakan stres, sehingga mampu kembali menjalani aktivitas sehari-hari dengan lebih baik. Temuan ini sejalan dengan hasil wawancara bersama Eka Rumaisha, S.Psi., M.Soc.Sc., seorang Psikolog Klinis dengan pengalaman 21 tahun yang saat ini berpraktik di Rumah Sakit Jiwa Banda Aceh. Beliau membenarkan bahwa individu yang mengalami gangguan kesehatan mental dapat merasakan manfaat pemulihan (*healing*) melalui aktivitas wisata. Lebih lanjut, beliau juga menekankan bahwa tidak hanya mereka yang mengalami gangguan, tetapi individu yang berada dalam kondisi mental yang baik pun tetap memerlukan kegiatan wisata sebagai bentuk perawatan diri (*self-care*) untuk menjaga stabilitas kesehatan mental.

3. Upaya Pengelola Dalam Memfasilitasi Wisatawan Untuk Melakukan Kegiatan Pemulihan *Mental health* (*Healing*)

Upaya pengelola Wana Wisata Ranca Upas sangat penting dalam memastikan pengalaman yang positif dan bermanfaat bagi para wisatawan khususnya dalam melakukan kegiatan *healing*. Menurut Yoeti dalam Saputro dkk (2014) perencanaan merupakan alat terpenting untuk menetapkan arah, batas-batas dan tujuan kegiatan pengembangan pariwisata. Penelitian ini berkesinambungan dengan penelitian Chaerunissa dan Yuningsih (2019) yang mengemukakan bahwa terdapat 6 aspek implementasi model pengelolaan pariwisata seperti *Attraction* (Atraksi), *Amenities* (Fasilitas), *Ancillary* (Pelayanan Tambahan), *Accessibility* (Aksesibilitas), *Activity* (Aktivitas), *Available Package* (Paket yang Tersedia). Adapula hasil dari penelitian ini sebagai berikut:

1) *Attraction* (daya tarik)

Daya Tarik: Wana Wisata Ranca Upas memiliki daya tarik yang beragam mulai dari wisata alam, terapi untuk penyembuhan, sampai uji ketangkasan. Setelah melakukan wawancara dan observasi di lapangan, karena kebanyakan wisatawan mengunjungi Wana Wisata Ranca Upas bertujuan untuk mencari ketenangan dan melakukan refleksi diri pastinya perlu daya tarik yang mendukung kegiatan

wisatawan tersebut, menurut karyawan Ranca Upas bapak Riki, di Ranca Upas terdapat daya tarik untuk mendukung kegiatan wisatawan melakukan *healing* seperti melakukan *tracking* ke daerah Cadas Panjang, dan juga terdapat program baru yang dinamakan *healing forest*, program yang dibuat dua tahun lalu ini diperuntukan khusus untuk wisatawan yang ingin memperbaiki kesehatan mental, mengurangi depresi, meningkatkan kesehatan jasmani dan rohani. Dan beliau menyampaikan bahwa tentunya Ranca Upas selalu mengikuti tren dan perkembangan jaman agar bisa memenuhi permintaan dan kebutuhan wisatawan dalam melakukan kegiatan *healing* agar tetap relevan dan menarik bagi pengunjung.

2) *Aminities* (fasilitas)

Sarana dan Prasarana: Ranca upas banyak menyediakan layanan dan fasilitas untuk mendukung pengalaman *healing* pengunjung, selain tetap menjaga kelestarian alamnya agar tetap lestari, pengelola juga memastikan sarana dan prasarana yang di butuhkan oleh wisatawan terawat dan terjaga dengan baik seperti toilet, tempat parkir, *foodcourt* dan pusat layanan informasi, namun terdapat kekurangan yang di temukan saat peneliti melakukan observasi, yaitu kurangnya tempat pembuangan sampah di area lokasi wisata. Hingga saat ini pengelola juga tetap terus melakukan pembenahan pada sarana dan prasarana yang mulai usang, serta untuk mendukung kegiatan *healing* wisatawan pengelola menambahkan beberapa fasilitas baru, seperti *Onsen* yang memiliki kandungan belerang alami sehingga dapat digunakan wisatawan untuk terapi. Selain itu pengelola Ranca Upas menciptakan *glamour camping (Igloo Camp)* bagi wisatawan yang ingin merasakan *staycation* dengan pemandangan alam serta suasana yang tenang.

3) *Ancillary* (Pelayanan Tambahan)

Fasilitas Penunjang: Dalam kegiatan *healing forest* pengelola menghadirkan terapis yang ahli dalam bidang psikologis guna mendukung kegiatan tersebut, agar menjamin proses penyembuhan mental wisatawan. Dalam program tersebut terapis bertugas memandu jalannya program tersebut dari awal hingga akhir, dengan kegiatan ini caraka alam, *art therapy*, *sharing session*.

4) *Accessibility* (Aksesibilitas)

a. Kondisi Jalan

Ranca Upas dapat mudah sekali dijangkau dengan kendaraan pribadi, namun sayangnya belum tersedia angkutan umum yang menuju langsung ke Ranca Upas. Pada saat diperjalanan wisatawan pun dapat dimanjakan dengan pemandangan kebun teh dan rindangnya pepohonan menjadi nilai tambah jika ingin berkunjung ke Ranca Upas. Untuk kondisi jalan di area wisata Ranca Upas dapat dikatakan cukup baik.

b. Akses Antar Daya Tarik

Akses antar daya tarik di Ranca Upas mudah di jangkau oleh wisatawan dikarenakan jarak antar daya tarik yang berdekatan, untuk wisatawan yang lelah berjalan kaki pengelola menyediakan tempat penyewaan motor listrik.

5) *Activity* (Aktivitas)

Kegiatan Pasif dan Aktif: Kegiatan *healing forest* yang ditawarkan oleh Ranca Upas termasuk dalam kegiatan pasif dan juga aktif, untuk kegiatan pasif dalam *healing forest* wisatawan melakukan meditasi dan *sharing session*, serta untuk kegiatan aktifnya wisatawan melakukan *tracking*, *yoga*, *art therapy* dan caraka alam. Untuk kegiatan pasif lainnya wisatawan dapat berendam sambil menikmati suasana alam di fasilitas yang baru disediakan pengelola yaitu *Onsen*. Selain *healing forest*, pengelola juga menawarkan kegiatan aktif seperti *tracking* ke Cadas Panjang guna melatih kekuatan fisik wisatawan.

6) *Available Package (Paket yang Tersedia)*

Paket wisata: Saat ini Ranca Upas belum menyediakan paket wisata pada wisatawan, namun sering kali pengelola mendapatkan permintaan ketersediaan paket wisata tertentu, maka dari itu pengelola dapat membuatnya untuk wisatawan. Sehingga paket wisata di Ranca Upas dapat dikatakan bersifat *made by order*. Meskipun tetap *up to date* mengikuti tren, tidak memiliki paket wisata menjadi kelemahan bagi Ranca Upas karena banyak destinasi serupa yang menyediakan banyak paket wisata menarik.

Dalam penelitian ini peneliti menemukan upaya yang dilakukan pengelola dalam memfasilitasi kegiatan *healing* wisatawan sudah cukup baik, namun terdapat kekurangan dalam pelaksanaannya yaitu pada program *healing forest*, promosi yang dilakukan pengelola kurang optimal, hal tersebut menyebabkan para wisatawan yang berkunjung ke Ranca Upas dengan bertujuan *healing* tidak mengetahui bahwa Ranca Upas memiliki program *healing forest*, sehingga wisatawan yang berkunjung kesana hanya melakukan aktivitas monoton seperti berkemah dan mengunjungi kandang rusa. Selain itu, kurangnya variasi pada paket wisata khusus kegiatan *healing*.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai faktor psikologis dan *mental health* wisatawan di Wana Wisata Ranca Upas diperoleh hasil seperti yang dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. **Faktor Psikologis Wisatawan:** Terdapat berbagai macam faktor psikologis yang melatarbelakangi tujuan wisatawan berwisata ke Wana Wisata Ranca Upas diantaranya, bertujuan untuk *healing*, rasa ingin tahu akan destinasi, *FOMO (fear of missing out)*, hingga ingin *quality time* bersama pasangan. Selain itu, pemandangan yang asri dan cuaca sejuk membuat Ranca Upas menjadi tempat yang cocok untuk melakukan *healing*.
2. **Mental health Wisatawan:** Banyak wisatawan mengalami perubahan positif dalam kesehatan mental setelah melakukan kegiatan *healing* di Wana Wisata Ranca Upas. Sebelum berkunjung, mereka mengalami berbagai macam masalah seperti kelelahan, stres, dan gangguan kesehatan mental lainnya. Namun, setelah berkunjung ke Ranca Upas mereka merasa lebih bahagia, tenang, dan stabil secara emosional. Proses *healing* di Ranca Upas membantu mereka melepaskan stres, kecemasan, trauma, dan kendala emosional lainnya, yang sebelumnya mengganggu

keseimbangan mental mereka, hal tersebut dapat meningkatkan kualitas hidup mereka secara keseluruhan dan memberi mereka motivasi untuk menjalani kehidupan dengan lebih bermakna dan penuh semangat.

3. Upaya Pengelola Dalam Memfasilitasi Wisatawan Untuk Melakukan Kegiatan Pemulihan *Mental health (Healing)*

Upaya yang telah dilakukan pengelola adalah terus mengikuti perkembangan tren yang saat ini sedang terjadi, dan menciptakan program-program yang berkaitan dengan kegiatan healing agar destinasi Ranca Upas dapat menjadi destinasi pilihan wisatawan yang ingin melakukan kegiatan *healing*.

Saran

Untuk meningkatkan kunjungan, pengelola Wana Wisata Ranca Upas perlu meningkatkan promosi, terutama mengenai program *Healing Forest* melalui platform digital dan media sosial untuk memperluas jangkauan. Selain itu, penting bagi pengelola untuk terus mengikuti perkembangan zaman, memperbarui fasilitas, dan meningkatkan kualitas pelayanan agar destinasi tetap relevan dan menarik bagi wisatawan.

Pengelola juga harus terus berinovasi dengan menciptakan program baru yang sesuai dengan tren, khususnya yang berkaitan dengan *healing* dan relaksasi. Program-program inovatif serta paket wisata dengan promo-promo menarik dapat meningkatkan daya tarik destinasi dan jumlah kunjungan.

Untuk memperluas jangkauan pasar, pengelola dapat menjalin kerja sama dengan lebih banyak agen perjalanan. Kolaborasi ini dapat membantu menarik lebih banyak wisatawan, baik domestik maupun internasional, serta mendukung peningkatan kunjungan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, I. A., Endang, M, G, W., Shanti, P. (2016) Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Batu Secret Zoo Jawa Timur Park 2). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 30 No. 1
- Andriyani, J. (2019). Strategi Coping Stres Dalam Mengatasi Problema Psikologis. *Bimbingan Dan Konseling Islam*, 37. Vol. 2 No.2 Rerived from : <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/Taujih/article/view/6527>
- Asmoro, A. Y., Bachri, T. B., & Detmuliati, A. (2020). *Analisis Potensi Wisata Desa dengan Kerangka 6A: Studi Kasus Desa Ngajum*, Malang. *Media Wisata*, 18(2), 231–250. Retrived from : <https://doi.org/10.36276/mws.v18i2.103>
- Ayuningtyas, D. (2018). Analisis Situasi Kesehatan Mental Pada Masyarakat Di Indonesia Dan Strategi Penanggulangannya. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat* Vol 9 No 1, 1-10.
- Bachiyar, M. A., Faletahan, A, F. (2021). Self-Healing sebagai Metode Pengendalian Emosi. *Journal An-Nafs: Kajian Penelitian Psikologi*. Vol. 6 No.1 41-45. Retrived from : <https://ejournal.uitlirboyo.ac.id/index.php/psikologi/article/download/1327/884/>

- Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih, T. (2019). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonolopo Kota Semarang. *Jurnal Fisip Undip*, 17
- Creswell., John, W. (2009). *Reserch Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed)*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Effendi S. P, Edison E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dallah Pelanggan Batik Di Dekranasda Kota Batam. *Manajemen Dan Pariwisata*, 15-32.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kania, A. (2013). *Manajemen Kepariwisataaan* (Kuncoro (ed)) . CV Angkasa.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran, (Analisis Perencanaan, Pengendalian)*, Edisi Bahasa Indonesia, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, P. (2004), *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium 1*. Alih Bahasa: Hendra Teguh, dkk, Prehallindo, Jakarta
- Lubis, M, R, R., Kartikasari, D (2019). Analisis Perilaku Konsumen Yang Mempengaruhi Pemilihan Tempat Wisata Pantai Dendang Melayu Batam. *Journal Of Business Administrastion*. Retrived from : <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/article/view/1286/795>
- Meidina, D, W., Laura, N, S. (2022). Pengaruh Kesehatan Mental Karyawan Terhadap Kinerja Yang Dimediasi oleh Kesejahteraan di Tempat Kerja (Studi Empiris Pada Karyawan Work From Home). *Business Management Journal*.
- Malau, H.,Ph.D. (2017) *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Muljadi, W. A. (2014). *Kepariwisataan dan Perjalanan (Revisi)*. PT Rajagrafindo Persada.
- Mulyadi, M. (2016). *Metode Penelitian Praktis: Kuantitatif dan Kualitatif*. . Jakarta: Publica Press.
- Mowen, John, C., dan Minor, M., (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1, edisi Kelima (terjemahan)*, Erlangga, Jakarta
- Nabila, A. D., & Widiyastuti, D. (2018). Kajian Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas untuk Pengembangan Pariwisata Umbul Ponggok di Kabupaten Klaten. *Jurnal Universitas Gajah Mada*, 8.
- Hikmah N., Fauziyah K, N., Septiani, M., Lasari, M, D. (2022). Healing Sebagai Starategi Coping Stress Melalui Pariwisata. *Indonesaian Journal Of Tourism and leisure*. Vol 3 No 2. Retrived From : <https://journal.lasigo.org/index.php/IJTL/article/view/308>
- Humaniora. (2023, November 28). *Kebahagiaan Dapat Tingkatkan Kesehatan Mental dan Fisik*. Retrieved from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/humaniora/589363/kebahagiaan-dapat-tingkatkan-kesehatan-mental-dan-fisik>
- Octaviany, V. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan. *Tourism Scientific Journal*, 1(2), 184. <https://doi.org/10.32659/tsj.v1i2.11>

- Organization, W. H. (2023, November 27). *Health and Well-Being*. Retrieved from The Global Health Observatory: <https://www.who.int/data/gho/data/major-themes/health-and-well-being>
- Osrita Haspara, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*.
- Putri, T. H., Azalia, D, H. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Stres Pada Remaja Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 285. Vol. 10 No. 2
- Rahayu, M. A., Zainul, B, B. (2008). *Psychological well-being pada istri kedua dalam pernikahan poligami (Studi kasus pada dewasa muda) = Psychological well-being on second wives in polygamous marriage (case study on early adults)*. Fakultas Psikologi Universitas Indonesia, 10. Retrived from : <https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=126719>
- Riyanti, A., Edison, E., Indah Nur Agustiani, Titing Kartika, Adrian Agoes, Apay Safari, Erie Hidayat Sukriadi, Rachmat Astiana (2024). *Menciptakan Harmoni Dalam Membangun Pariwisata*. Bandung: Jelajah Pustaka.
- Rumba, W. D. (2022). Daya Dukung Pariwisata Selama Pademi Covid-19 di Wana Wisata Ranca Upas Kabupaten Bandung, Jawa Barat. *Journal Of Mandalika Review*, 14.
- Saputro, W, E., Marom, A., Maesaroh. (2014) Strategi Pengelolaan Objek Wisata Taman Marga Satwa Semarang. *Journal Administrasi Publik Fakultas Sosial dan Ilmu Politik* Vol. 3 No. 4
- Schiffman & Kanuk, 2007, *Perilaku Konsumen, dialihbahasakan oleh Zulkifli Kasip, Edisi Ketujuh*, Penerbit PT, Indexs. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Setiadi, N, J. (2003), *Perilaku Konsumen*, Salemba Empat, Jakarta.
- Simamora, B (2003), *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Ramedia Pustaka Utama.
- Sofyan, A. M., & Noor, A. A. (2016). Perancangan Konten Aplikasi Travel Guide Berbasis Android Menggunakan Identifikasi Komponen Pariwisata 6 (Enam) A. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 161–165. Retrieved from <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/217>
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Supranto, J., & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, edisi kedua. Jakarta: Mitra Wacana Medi
- Supriyono, & Iskandar. (2015). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu dan Psikologis terhadap Keputusan Konsumen membeli di Indomaret. *E-Jurnal STIE AUB Surakarta*, 2(3), 44–47.
- Tartar, Q. (2016). Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Wisatawan Dalam Memilih Wisata Ziarah (Studi Pada Pengunjung Wisata Ziarah Makam Sunan Bonang di Tuban. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. Vol. 4 No. 2

- Widyaningsih, E. (2020). Perencanaan Pengembangan Kawasan Wisata Banyuurip Desa Jatimulyo, Kecamatan Dlinggo, Kabupaten Bantul. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, Vol. 2 No. 1, 12–19.
- Yudha, C, K., Yoga, I, A, P., Mandira, I, M, C. (2021). Analisi Faktor Psikologis Wisatawan Pada Keputusan berkunjung. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*. Vol. 6 No. 2
Retrieved from: <https://ojs.unikkediri.ac.id/index.php/ekonika/article/download/1360/pdf/7114>
- Zulkarnain, S. F. (2019). Kesehatan dan Mental dan Kebahagiaan: Tinjau Psikologi Islam. *Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*.