Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1141 – 1154 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13713

Eskapisme dalam Genggaman: Studi Kasus pada Perilaku Digital Hoarding Konten Destinasi Wisata

Amira Sofa[1], Debora Danisa Kurniasih PS[2], Luqyani Sa'adah Syukur[3]
Hidayat Purwanto Jamil[4], Farah Sabila[5]
[1,2,3,4,5]Universitas Indonesia
amira.sofa@ui.ac.id[1]

ABSTRACT

The development of digital technology has given rise to new behavioral patterns in information consumption, one of which is the phenomenon of digital hoarding of tourism destination content on social media by Generation Z. This study aims to explore the interaction between the dynamics of psychological escapism, social media affordances, and the shifting cultural meaning of mediatized tourism among Generation Z. Utilizing a qualitative approach within the interpretivism paradigm and a collective case study strategy, data were collected through Focus Group Discussions (FGDs) involving four Gen Z informants who actively collect travel content on TikTok and Instagram Reels. Data analysis was conducted using a thematic analysis approach that integrates cross-case pattern analysis and within-case analysis. The results indicate that travel content storage strategies vary from self-structured methods using the "collection" feature to social and collaborative approaches via Direct Messages (DM) and exporting data to Google Sheets for sharing with friends. The motivation behind saving content is dominated by instrumental-practical reasons regarding informative content, which serves as a psychological coping mechanism and a form of escapism, even if not directly realized by the informants and incapable of replacing the authenticity of a physical on-site experience. Based on a behavioral continuum, the informants in this study are classified into "digital collector" and "traditional hoarder" types, where content accumulation tends to be maintained as a future wishlist without triggering significant negative psychological impacts. The findings demonstrate that digital hoarding of travel content among Generation Z is a mediatized practice that bridges the gap between the limitations of reality and the need for imaginative travel through the optimization of platform technology features.

Keywords : Digital Hoarding, Escapism, Generation Z, Travel Content, Social Media Affordance.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital melahirkan pola perilaku baru dalam konsumsi informasi, salah satunya adalah fenomena *digital hoarding* konten destinasi wisata di media sosial oleh Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi interaksi antara dinamika eskapisme psikologis, *social media affordance*, dan pergeseran makna budaya pariwisata yang termediatisasi pada Generasi Z. Melalui pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretivisme dan strategi studi kasus kolektif, data dikumpulkan melalui metode Focus Group Discussion (FGD) yang melibatkan 4 informan Generasi Z yang aktif mengoleksi konten wisata di TikTok dan Instagram Reels. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan analisis tematik yang mengintegrasikan analisis lintas-kasus (*cross-case patterns*) dan kasus individual (*within-case analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penyimpanan konten wisata bervariasi dari yang terstruktur secara mandiri menggunakan fitur *collection* hingga yang bersifat sosial dan kolaboratif melalui fitur Direct Message (DM) serta pemindahan data ke Google Sheet untuk dibagikan bersama teman. Motivasi penyimpanan didominasi oleh alasan instrumental-praktis atas

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1141 – 1154 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13713

konten yang informatif, yang berfungsi sebagai mekanisme kompensasi (*coping mechanism*) psikologis dan eskapisme, meskipun tidak disadari secara langsung oleh informan dan tidak mampu menggantikan otentisitas pengalaman fisik di lokasi. Berdasarkan kontinum perilaku, informan dalam penelitian ini terklasifikasi ke dalam tipe *digital collector* dan *traditional hoarder*, di mana akumulasi konten cenderung dipertahankan sebagai *wishlist* masa depan tanpa memicu dampak psikologis negatif yang signifikan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa perilaku *digital hoarding* konten wisata pada Generasi Z merupakan praktik termediatisasi yang menjembatani kesenjangan antara keterbatasan realitas dengan kebutuhan berwisata secara imajinatif melalui optimalisasi fitur teknologi platform.

Kata kunci : *Digital Hoarding*, Eskapisme, Generasi Z, Konten Wisata, *Social Media Affordance.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital melahirkan pola perilaku baru dalam konsumsi informasi. Salah satu fenomena terkait ini adalah *digital hoarding*. Fenomena *digital hoarding* merupakan sebuah kebutuhan tak terkendali untuk terus mengumpulkan dan menyimpan objek-objek digital disertai adanya kesulitan emosional yang mendalam untuk menghapusnya, sehingga memicu disorganisasi ruang siber privat individu (Bravo-Adasme et al., 2025; Bravo-Adasme et al., 2026). Berbeda dengan *hoarding* fisik yang dapat dibatasi oleh suatu ruang, *digital hoarding* dapat terus bertumbuh akibat tak terbatasnya kapasitas penyimpanan digital dan biaya penyimpanan *cloud* maupun perangkat keras yang kian murah (Agarwal dalam Bravo-Adasme et al., 2026; Jiang, 2026).

Fenomena ini telah dieksplorasi secara luas melalui berbagai penelitian terdahulu. Bravo-Adasme et al. (2026) melalui sebuah *scoping review* mengidentifikasi bahwa perilaku ini dipicu oleh faktor demografis seperti perbedaan usia dan gender, di mana perempuan ditemukan lebih sulit menghapus data sehingga mengalami disorganisasi digital yang lebih besar. Selain itu, gangguan klinis seperti ASD, ADD/ADHD, depresi, OCD, dan *anxious attachment*, sifat materialisme digital, *Fear of Missing Out* (FOMO), perfeksionisme, serta *information overload* yang memicu kelelahan keputusan turut andil dalam mendorong perilaku ini. Faktor eksternal seperti melimpahnya kapasitas *cloud* yang murah, efisiensi mesin pencari AI, algoritma rekomendasi media sosial, tuntutan pekerjaan untuk menyimpan email, hingga lemahnya kebijakan penghapusan data di organisasi juga memperparah kondisi tersebut. Melalui studi tersebut, perilaku pengguna digital diklasifikasikan ke dalam tiga tipe, yaitu *minimalist*, *collector* yang terorganisasi dengan *folder* atau *tag*, serta *problematic digital disorder* yang ditandai dengan penyimpanan data secara berlebihan dan kehilangan kendali. Meskipun *digital hoarding* memiliki sisi positif sebagai terapi kesehatan mental dan pemicu kebahagiaan saat bernostalgia melihat foto lama, konsekuensi negatifnya jauh lebih dominan, meliputi stres, kecemasan akut, penurunan produktivitas akibat waktu yang terbuang untuk mencari *file*, pengabaian aktivitas fisik, ancaman keamanan siber, hingga tingginya konsumsi energi karbon dari *server*.

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1141 – 1154 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13713

Kecenderungan perilaku *digital hoarding* ini tidak hanya terjadi secara umum, tetapi juga secara spesifik ditemukan pada kelompok akademisi dan profesional. Jia et al. (2025) mengungkapkan bahwa peneliti di bidang humaniora memiliki kecenderungan tinggi melakukan *digital hoarding*, yang terlihat dari akumulasi berlebihan materi studi, pengorganisasian data yang buruk, serta kesulitan ekstrem saat mencari kembali data mereka. Fenomena *digital hoarding* dipicu oleh pergeseran paradigma ke arah *digital humanities* dan proyek memori digital yang menuntut penyimpanan segala hal, yang kemudian difasilitasi oleh *digital affordance* seperti *one-click saving* dan penyimpanan *cloud* yang murah atau tidak terbatas. Secara psikologis, perilaku ini didorong oleh karakteristik kepribadian demi masa depan, bias kognitif *Google Effect*, kondisi di mana individu malas mengingat karena merasa data selalu tersedia di perangkat, serta pengaruh budaya tradisional Tiongkok. Walaupun para peneliti humaniora melihat sisi positif *hoarding* sebagai sumber inspirasi dan estetika, aktivitas ini terbukti menurunkan efisiensi kerja. Bukannya melakukan kurasi konten secara benar, strategi koping yang mereka gunakan cenderung bersifat *avoidance*, seperti menunda-nunda, mengabaikan, atau sekadar memindahkan file ke ruang digital yang baru.

Berdasarkan Compensatory Internet Use Theory (CIUT), konsumsi dan aktivitas internet yang intensif sering kali menjadi bentuk *coping mechanism* untuk mengkompensasi kebutuhan psikologis di dunia nyata yang gagal terpenuhi (Kardefelt-Winther, 2014). Ini juga dapat menjadi kacamata teoretis kita dalam memahami fenomena *digital hoarding* konten wisata. Ketika kemampuan individu untuk berwisata secara fisik terhalang oleh keterbatasan dana dan waktu, mereka mengkompensasikan dengan melakukan pelarian ke dunia maya atau *escapism,* termasuk lewat TikTok dan Instagram. Aktivitas eskapisme ini difasilitasi oleh arsitektur *social media affordance*. Teknologi menyediakan *platform* terbuka bagi siapa saja untuk membuat, menyebarkan, membagikan, dan bertukar informasi berbasis konten buatan pengguna (*user-generated content*) dalam berbagai format visual (Leonardi & Vaast, 2017). Sifat arsitektur *platform* seperti fitur tombol *save, bookmark,* dan pembuatan *collection folder* memberikan kemampuan material bagi individu untuk mengoleksi informasi ke dalam ruang privat mereka (Hutchby, 2001; Leonardi & Vaast, 2017). Kombinasi antara dorongan eskapisme dan infrastruktur teknologi ini pada akhirnya menggeser makna serta budaya pariwisata itu sendiri melalui proses mediatisasi.

Menurut Mediatization Theory, institusi sosial dan budaya masyarakat kini bergantung pada media untuk dapat berfungsi, di mana aktivitas kebudayaan dipaksa untuk beradaptasi dengan aturan main dan logika media (Hjarvard, 2008). Dalam konteks pariwisata, proses berwisata tidak lagi dimulai dari ketika kita betul-betul berangkat wisata di dunia nyata, melainkan telah termediatisasi sejak kita menyimpan dan menimbun konten-konten wisata tersebut di media sosial (Hjarvard, 2008). Didorong oleh rasa cemas tertinggal (*Fear of Missing Out* atau *FOMO*), individu secara impulsif mengakumulasi video liburan estetis sebagai aset

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1141 – 1154 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13713

eskapisme virtual. Konten *user-generated* yang dikoleksi dari sesama turis atau orang yang berliburan ini menjadi representasi dari impian rekreasi yang tertunda (Leonardi & Vaast, 2017). Folder-folder wisata ini pada realitasnya jarang dibuka kembali, namun penghapusan folder tersebut akan memicu kecemasan psikologis (*distress*) karena folder tersebut berfungsi sebagai sumber kenyamanan dan kendali imajinatif mereka (Bravo-Adasme et al., 2026; Jiang, 2026).

Penelitian ini mencoba memahami fenomena *escapism* dalam perilaku *digital hoarding* pada kalangan Generasi Z (Gen Z). Berdasarkan Indonesia Millennial and Gen Z Report 2025, generasi ini hidup di tengah himpitan tekanan sosio-ekonomi yang masif. 66% Gen Z terbebani tingginya biaya hidup, 55% cemas akan ketidakpastian ekonomi, 41% mengalami keterbatasan tabungan, dan 24% menghadapi tekanan dunia kerja atau akademis. Namun ironisnya, laporan yang sama mencatat bahwa 19% dari Gen Z tetap menempatkan liburan atau rekreasi sebagai prioritas utama dalam hidup mereka. Kesenjangan antara kondisi finansial mereka yang terbatas dan tingginya kebutuhan berwisata mendorong Gen Z melakukan *coping mechanism* secara digital. Oleh karena itu, studi ini penting untuk mengeksplorasi interaksi antara dinamika eskapisme psikologis, *affordance* media sosial, dan pergeseran makna budaya pariwisata yang termediatisasi pada Gen Z.

Berdasarkan identifikasi masalah pada latar belakang di atas, maka pertanyaan utama dalam penelitian ini adalah: Bagaimana individu generasi Z memaknai perilaku menyimpan konten destinasi wisata di media sosial sebagai *digital hoarding* dan eskapisme?

Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi dengan memperluas kajian *digital hoarding* ke dalam ranah kajian media, komunikasi, dan sosiologi digital. Dengan mengintegrasikan *Compensatory Internet Use Theory* (CIUT), *Social Media Affordance*, dan *Mediatization Theory*, penelitian ini menawarkan kebaruan teoretis untuk menjelaskan bagaimana perilaku *digital hoarding* bukan sekadar gangguan perilaku individu, melainkan sebuah produk budaya baru dari mediatisasi pengalaman pariwisata. Selain itu, berfokus pada Gen Z akan memperkaya literatur mengenai *digital coping mechanism* kelompok subkultur muda dalam merespons tekanan sosio-ekonomi.

Secara praktis, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi bagi berbagai pihak. Bagi masyarakat, khususnya Gen Z, penelitian ini dapat menjadi refleksi untuk meningkatkan literasi digital dan kesadaran akan kesehatan mental digital, sehingga mereka dapat mengidentifikasi serta membatasi perilaku *hoarding* yang berpotensi menurunkan produktivitas. Bagi industri pariwisata dan pengembang platform media sosial, analisis mengenai keterikatan emosional Gen Z terhadap *user-generated content* dapat menjadi basis data dalam merancang fitur manajemen konten yang lebih sehat, sekaligus menyusun strategi pemasaran destinasi wisata yang adaptif terhadap tren konsumsi di dunia digital.

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1141 – 1154 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13713

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, yang dipilih berdasarkan pertimbangan kesesuaian antara karakteristik metodologis pendekatan ini dengan sifat permasalahan yang diteliti. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial dari perspektif partisipan, mengeksplorasi makna-makna yang dikonstruksi oleh individu dalam konteks kehidupan mereka, dan menghasilkan deskripsi yang kaya (*thick description*) tentang suatu realitas sosial (Creswell, 2014; Denzin & Lincoln, 2018).

Pemilihan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini didasarkan pada tiga alasan utama. Pertama, fenomena *digital hoarding* sebagai bentuk eskapisme adalah fenomena yang kompleks secara psikologis dan kultural, yang tidak dapat direduksi menjadi variabel-variabel numerik tanpa kehilangan dimensi-dimensi substansial dari fenomena tersebut. Pendekatan kualitatif memungkinkan eksplorasi yang kaya dan menyeluruh terhadap pengalaman, motivasi, dan makna yang terkait dengan perilaku ini. Kedua, penelitian ini bersifat eksploratif karena kajian tentang *digital hoarding* konten wisata secara spesifik masih merupakan wilayah yang relatif belum dieksplorasi dalam literatur ilmiah, terutama dalam konteks Gen Z Indonesia. Dalam situasi di mana pengetahuan tentang suatu fenomena masih terbatas, pendekatan kualitatif yang induktif dan terbuka lebih tepat dibandingkan pendekatan deduktif-kuantitatif yang mengandaikan teori yang sudah mapan. Ketiga, tujuan penelitian ini adalah untuk menggali, memahami, dan memecahkan fenomena secara utuh, yang merupakan orientasi teologis yang secara inheren bersifat interpretatif dan lebih sesuai dengan epistemologi kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ragam Strategi Penyimpanan sebagai Wujud Technology Affordance

Para informan dalam penelitian ini mengembangkan strategi penyimpanan konten wisata yang berbeda-beda, dan perbedaan tersebut secara signifikan dipengaruhi oleh fitur-fitur teknis yang tersedia pada masing-masing platform. Hal ini sejalan dengan pandangan Hutchby (2001) bahwa teknologi memiliki properti material yang turut membentuk tindakan penggunanya, meskipun respons terhadap properti tersebut tetap bersifat kontekstual dan bergantung pada individu.

Sebagian informan memanfaatkan fitur *collection* Instagram sebagai sistem organisasi mandiri dengan membuat folder berdasarkan destinasi dan mengisi setiap folder dengan sekitar 20 konten. Pola ini mencerminkan pemanfaatan *affordance* platform secara paling intensif dan terstruktur, di mana fitur teknis platform digunakan secara optimal untuk manajemen informasi. Dalam kerangka *social media affordance* yang dikemukakan Leonardi dan Vaast (2018), perilaku salah satu informan merepresentasikan pemanfaatan dimensi *persistensi* secara maksimal yakni kemampuan platform untuk menjaga konten tetap dapat diakses dalam jangka panjang sekaligus *editability*, yaitu kemampuan untuk mengorganisasi dan merevisi koleksi konten secara berkelanjutan. Bravo-Adasme et al. (2026) mengklasifikasikan

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1141 – 1154 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13713

individu dengan perilaku semacam ini sebagai *digital collector*, yaitu tipe pengguna yang memanfaatkan alat-alat organisasi digital secara sistematis, termasuk folder, tag, dan sistem klasifikasi.

Sementara itu, sebagian informan juga menggunakan fitur *Direct Message* (DM) sebagai sarana penyimpanan utama dengan cara mengirimkan konten kepada teman perjalanan. Strategi ini mencerminkan dimensi sosial dari *social media affordance*, khususnya *social interaction affordance* sebagaimana dikategorikan Wu (2026), di mana platform tidak hanya berfungsi untuk penyimpanan pribadi, tetapi juga memfasilitasi distribusi informasi dan penguatan hubungan dalam jaringan sosial. Informan secara eksplisit menyebut tujuan pengiriman konten melalui DM adalah agar temannya yang melakukan pencatatan dan untuk mendukung pengambilan keputusan bersama. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas menyimpan konten telah bertransformasi dari praktik individual menjadi praktik sosial kolaboratif sebuah manifestasi dari dimensi asosiasi dalam *social media affordance* yang mempertemukan individu dengan informasi melalui jaringan relasi sosialnya (Leonardi & Vaast, 2018).

Sebagian informan mengembangkan strategi yang paling elaboratif, yakni memindahkan konten ke Google Sheet atau Google Drive bersama teman dengan kapasitas hingga 30 destinasi per dokumen. Pendekatan ini memperlihatkan bagaimana pengguna memanfaatkan *affordance* lintas platform untuk mengatasi keterbatasan satu platform tunggal. Dalam konteks mediatisasi yang dibahas Jiang (2025), perilaku informan merepresentasikan bagaimana logika media digital telah meresap sedemikian dalam ke dalam rutinitas perencanaan wisata sehingga individu secara aktif mengintegrasikan beberapa ekosistem digital sekaligus. Strategi ini juga merepresentasikan bentuk tertinggi dari *digital hoarding* yang terorganisir dalam konteks perencanaan wisata kolektif.

Navigasi Algoritma sebagai Praktik Literasi Digital

Seluruh informan menunjukkan pemahaman intuitif terhadap logika algoritma platform. Mereka secara sadar menghindari menekan tombol *follow* pada akun *travel* karena memahami bahwa tindakan tersebut justru akan mengurangi frekuensi kemunculan konten di laman *For You Page* (FYP). Sebagai gantinya, mereka menonton konten secara penuh sebagai cara untuk "melatih" algoritma agar terus menyajikan konten sejenis. Perilaku ini merupakan manifestasi dari proses mediatisasi sebagaimana dijelaskan Jiang (2025): algoritma platform telah menjadi "logika media" yang secara tidak langsung memaksa pengguna untuk menyesuaikan perilaku konsumsi mereka agar tetap mendapatkan konten yang diinginkan.

Informan juga mengungkap bahwa algoritma TikTok turut merespons posisi geografis pengguna, sehingga konten yang muncul di FYP dapat berubah sesuai dengan lokasi fisik pengguna saat itu. Fenomena ini berkaitan erat dengan *mobility affordance* yang dibahas Wu (2026), yakni kemampuan platform untuk memberikan kebebasan temporal-spasial sekaligus menyesuaikan konten dengan konteks ruang

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1141 – 1154 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13713

pengguna secara real-time. Dengan demikian, *affordance* berbasis lokasi turut membentuk akumulasi konten wisata secara dinamis, menghubungkan ruang fisik dengan ekosistem digital dalam satu pengalaman yang terintegrasi.

Kriteria Seleksi Konten: Preferensi Instrumental atas Estetis

Temuan penting dari FGD adalah bahwa konten yang diprioritaskan untuk disimpan bukan yang paling menarik secara visual, melainkan yang paling informatif dan bernilai praktis. Pola ini berkaitan langsung dengan salah satu ciri khas *digital hoarding* yang diidentifikasi Jia et al. (2024), yaitu mentalitas *just-in-case* menyimpan konten karena merasa akan berguna di masa depan. Namun dalam konteks wisata, penilaian "berguna" ini tidak bersifat abstrak, melainkan didasarkan pada kriteria instrumental yang konkret.

Informan menyatakan preferensinya terhadap konten yang memuat informasi konkret seperti kisaran harga dan kemudahan akses. Informan lebih menyukai konten yang didasarkan pada pengalaman langsung karena dianggap lebih detail dan akurat. Am mencari konten yang menawarkan paket informasi komprehensif dalam satu unit tontonan. Informan mengutamakan konten tentang destinasi yang dapat dijangkau dengan transportasi umum. Pola seleksi yang bersifat instrumental ini memperkuat argumen bahwa motivasi menyimpan konten wisata bersifat terutama fungsional, berbeda dari kecenderungan *digital hoarding* yang lebih umum, di mana konten kerap disimpan secara impulsif tanpa pertimbangan kegunaan praktis (Wu et al., 2023).

Motivasi Menyimpan Konten dan Fungsi Kompensatoris

Variasi waktu dan kondisi penyimpanan konten di antara para informan memberikan gambaran yang kaya tentang motivasi yang mendasarinya. Temuan ini dapat dianalisis melalui lensa *Compensatory Internet Use Theory* (CIUT) yang diajukan Kardefelt-Winther (2014), yang memandang penggunaan internet yang berlebihan bukan sebagai gangguan kompulsif, melainkan sebagai *coping strategy* yang bermotivasi dan dapat dipahami, yakni upaya sadar individu untuk mengkompensasi kekurangan psikologis atau meringankan kondisi disforik di dunia nyata.

Informan menyimpan konten wisata setelah mengalami kelelahan, yang merupakan manifestasi paling eksplisit dari mekanisme kompensasi sebagaimana dijelaskan CIUT, kelelahan fisik atau mental mendorong konsumsi konten wisata sebagai bentuk *escapism* digital. Menariknya, Informan sendiri tidak menyadari hal tersebut sebagai eskapisme sebelum ditanyakan oleh peneliti, yang mengonfirmasi sifat *subconscious* dari perilaku kompensatoris ini sebagaimana dicatat Wu et al. (2023).

Informan menunjukkan pola penyimpanan yang bersifat impulsif-sosial, terutama pada malam hari dan menjelang pertemuan dengan teman. Kondisi relaksasi pada malam hari ini konsisten dengan kerangka CIUT, di mana transisi

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1141 – 1154 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13713

antara aktivitas saat individu berada dalam kondisi relaksasi namun belum sepenuhnya istirahat kerap memicu konsumsi konten yang berlebih sebagai respons terhadap kekosongan psikologis sementara. Pola ini juga berkaitan dengan FOMO sebagaimana dijelaskan Wu et al. (2023), di mana kecemasan akan ketinggalan informasi berharga mendorong individu untuk secara impulsif mengakses dan menyimpan konten wisata.

Berbeda dari keduanya, Informan mengintegrasikan penyimpanan konten wisata ke dalam sistem motivasi personal yang lebih luas, yaitu sebagai bagian dari persiapan terstruktur menuju penghargaan atas pencapaian. Dalam konteks CIUT, motivasi informan tidak bersifat kompensatoris terhadap kondisi negatif, melainkan instrumental-reward, penyimpanan konten wisata berfungsi sebagai perencanaan konkret menuju tujuan yang telah ditetapkan. Sementara informan lainnya memiliki pola yang paling terencana, hanya menyimpan konten saat libur semester, yang menunjukkan tingkat regulasi diri yang tinggi dan kemampuan untuk membatasi perilaku *digital hoarding* agar tidak melampaui batas fungsional.

Respons Emosional Pasca-Penyimpanan dan Fungsi Aspirasional Konten

Seluruh informan melaporkan respons emosional positif setelah menyimpan konten, meskipun sumber kepuasannya berbeda-beda. Informan mengalami respons imajinatif yang paling intens, yaitu membayangkan dirinya berada di destinasi yang disimpan. Dalam kerangka *social media affordance*, respons ini berkaitan dengan *imagination affordance* sebagaimana dibahas Wu (2026), di mana platform berfungsi sebagai media pendukung untuk mengarsip memori yang belum terjadi sekalipun dalam hal ini, aspirasi perjalanan yang divisualisasikan melalui konten orang lain. Informan memperoleh kepuasan dari rasa kontrol atas informasi dan efisiensi akses di masa depan, yang mencerminkan dimensi *persistensi* dari *social media affordance* (Leonardi & Vaast, 2018).

Meski demikian, seluruh informan secara konsisten menolak gagasan bahwa mengoleksi konten wisata sudah cukup sebagai pengganti pengalaman fisik. Informan menempatkan konten tersimpan sebagai artefak aspirasional atau alat *manifesting*, bukan sebagai pengganti kunjungan nyata. Informan menegaskan perbedaan antara mengonsumsi representasi pengalaman orang lain dan benar-benar memiliki pengalaman tersebut. Informan mengakui kesenangan dari konten, namun menyatakan belum puas karena belum benar-benar mengunjungi tempat tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku menyimpan konten memiliki fungsi kompensatoris dalam kerangka CIUT, namun ia tidak sepenuhnya menggantikan kebutuhan akan pengalaman langsung sebuah temuan yang penting untuk membatasi sejauh mana *digital hoarding* konten wisata dapat dianggap sebagai substitusi pengalaman.

Kesenjangan Representasi: Konten vs. Kenyataan

Seluruh informan pernah mengalami kekecewaan akibat kesenjangan antara

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1141 – 1154 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13713

representasi konten dan kenyataan di lapangan. Fenomena ini berkaitan langsung dengan struktur *social media affordance* itu sendiri, dimensi *visibilitas* platform memungkinkan pengguna untuk melihat destinasi melalui sudut pandang yang telah dikurasi filter visual, sudut pengambilan gambar yang selektif, dan algoritma yang memprioritaskan konten menarik sehingga secara struktural menciptakan bias representasional (Leonardi & Vaast, 2018). Dalam konteks mediatisasi (Jiang, 2025), logika media yang mengutamakan estetika dan daya tarik visual telah menjadi norma produksi konten yang diterima begitu saja oleh para pengguna.

Informan mengalami kekecewaan terkait perbedaan skala fisik destinasi, namun menerimanya sebagai konsekuensi wajar dari logika produksi konten. Infroman mengembangkan strategi mitigasi dengan menelusuri kolom komentar sebagai bentuk verifikasi independen sebelum berkunjung menggunakan satu fitur platform untuk mengkalibrasi informasi dari fitur lain, yang mencerminkan literasi digital yang tinggi terhadap logika *affordance* platform. Informan mengadopsi prinsip kognitif *expect the unexpected* sebagai mekanisme manajemen ekspektasi, yang memungkinkannya tetap menikmati pengalaman wisata terlepas dari ketidaksesuaian dengan konten. Strategi-strategi adaptif ini menunjukkan bahwa para informan tidak sekadar menjadi korban pasif dari bias representasional platform, melainkan secara aktif mengembangkan mekanisme kognitif untuk menavigasinya.

Otentisitas Pengalaman dan Kebutuhan Dokumentasi Diri

Seluruh informan sepakat bahwa kepemilikan konten wisata tidak setara dengan kepemilikan pengalaman wisata itu sendiri. Informan secara khusus menyebutkan kebutuhan akan foto diri di lokasi sebagai penanda kepemilikan pengalaman yang otentik. Informan membedakan secara tegas antara konten sebagai representasi pengalaman orang lain dengan pengalaman sebagai milik pribadi, menunjukkan kesadaran epistemologis yang jelas tentang batas antara mengonsumsi representasi dan memiliki pengalaman langsung.

Kebutuhan akan dokumentasi diri ini berkaitan dengan proses mediatisasi yang dibahas Jiang (2025), di era di mana media digital meresap dalam hampir seluruh aspek kehidupan, kepemilikan pengalaman pun kerap divalidasi melalui artefak digital. Dalam hal ini, foto diri di lokasi wisata berfungsi bukan hanya sebagai kenangan pribadi, tetapi juga sebagai penanda identitas yang dapat dibagikan dalam jaringan sosial sebuah manifestasi dari bagaimana logika media turut membentuk cara individu memaknai dan mengklaim pengalaman mereka.

Tipologi Digital Hoarding pada Konteks Konten Wisata

Bravo-Adasme et al. (2026) dalam *scoping review*-nya mengidentifikasi tiga tipologi utama *digital hoarder* yang berada dalam sebuah kontinum perilaku: *digital minimalist* (pengguna yang menyimpan sesedikit mungkin dan cenderung menghapus konten secara rutin), *digital collector* (pengguna yang menyimpan secara

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1141 – 1154 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13713

sistematis dan terorganisir dengan menggunakan alat klasifikasi seperti *folder* dan *tag*), dan *problematic digital hoarder* (pengguna yang kehilangan kontrol atas akumulasi data, mengalami kesulitan menghapus konten, serta mengalami disorganisasi digital yang signifikan disertai dampak negatif pada fungsi sehari-hari). Para penulis juga mengusulkan kemungkinan adanya tipe keempat yang disebut *traditional hoarder*, yang terletak di antara *minimalist* dan *collector* dan merepresentasikan pola penimbunan umum yang paling banyak ditemui di kalangan pengguna rata-rata menyimpan lebih dari minimalis, namun belum mencapai tingkat disorganisasi dan distres yang karakteristik pada *problematic digital hoarder*.

Ketiga dimensi inti *digital hoarding* yang diidentifikasi Agarwal et al. (2024) dorongan mengumpulkan konten baru, keengganan menghapus file lama, dan kecenderungan kekacauan (*clutter propensity*) hadir dalam derajat yang berbeda-beda pada masing-masing informan, dan perbedaan derajat inilah yang memungkinkan penempatan mereka pada titik-titik berbeda dalam kontinum tipologi.

Menempatkan keempat informan dalam kontinum tipologi Bravo-Adasme et al. (2026), tidak ada informan yang dapat dikategorikan sebagai *digital minimalist* maupun *problematic digital hoarder*, yang mengindikasikan bahwa dalam konteks konten wisata, penyimpanan konten digital cenderung berada di zona tengah kontinum suatu temuan yang relevan dengan hipotesis tipe *traditional hoarder* Bravo-Adasme et al. (2026) sebagai representasi perilaku umum mayoritas pengguna. Adapun detail tipologi keempat informan yakni sebagai berikut.

Am: Digital Collector

Profil penyimpanan Am paling mendekati karakteristik *digital collector* sebagaimana digambarkan Bravo-Adasme et al. (2026). Am membuat folder per destinasi di fitur *saved* Instagram (±5 folder, ±20 konten/folder), menyimpan konten hanya setelah ada rencana konkret atau pencapaian target, dan secara aktif menghapus konten yang sudah tidak relevan baik karena destinasi sudah dikunjungi maupun karena konten sudah tidak tersedia. Dimensi ketiga dari *digital hoarding* yang diidentifikasi Agarwal et al. (2024), yakni *clutter propensity*, praktis tidak hadir dalam profil Am: ruang digitalnya terstruktur dan terpelihara.

Motivasi Am secara dominan bersifat instrumental. Kepuasan dari penyimpanan konten bersumber dari efisiensi informasi, bukan dari kesenangan estetis maupun keterikatan emosional. Ini berbeda dari ciri *digital hoarding* yang diidentifikasi Wu et al. (2023), di mana keterikatan emosional dan mentalitas *just-in-case* menjadi pendorong utama akumulasi. Pada Am, setiap konten yang disimpan memiliki fungsi yang terdefinisi dan masa berlaku yang jelas. Strategi verifikasi melalui kolom komentar sebelum berkunjung lebih lanjut menunjukkan pendekatan rasional dan terencana yang menjadi ciri khas tipe *digital collector* dalam skema Bravo-Adasme et al. (2026).

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1141 – 1154 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13713

Kn: Digital Collector dengan Tendensi Traditional Hoarder

Kn menunjukkan karakteristik *digital collector* dalam hal sistem pencatatan yang elaboratif menggunakan Google Sheet dan Google Drive dengan kapasitas hingga 30 destinasi per dokumen. Namun, ia juga memperlihatkan tendensi ke arah *traditional hoarder* melalui ambivalensinya terhadap penghapusan konten tersimpan. Kn menyatakan bahwa ia membiarkan konten yang sudah lama tersimpan karena jarang membuka kembali foldernya, namun tetap mempertahankannya dengan alasan "siapa tahu nanti berguna."

Pernyataan tersebut secara tepat merepresentasikan mentalitas *just-in-case* yang diidentifikasi Jia et al. (2024) sebagai salah satu ciri khas perilaku *digital hoarding*: menyimpan konten berdasarkan asumsi bahwa ia akan berguna di masa depan, meskipun pada praktiknya tidak pernah atau jarang diakses kembali. Dalam kerangka CIUT (Kardefelt-Winther, 2014), perilaku Kn yang hanya menyimpan konten saat libur semester juga menunjukkan kemampuan regulasi diri yang membedakannya dari profil *problematic digital hoarder*, sekalipun ambivalensi terhadap penghapusan menempatkannya lebih jauh dari profil *digital collector* murni seperti Am.

AN: Traditional Hoarder dengan Praktik Pembersihan Aktif

AN merupakan satu-satunya informan yang secara rutin membersihkan konten tersimpan, menjadikannya kasus yang menarik dalam kontinum tipologi. Di satu sisi, ia memiliki tendensi penyimpanan impulsif-sosial menyimpan konten secara masif saat malam hari dan berbagi konten via DM yang sesuai dengan dimensi pertama *digital hoarding* menurut Agarwal et al. (2024), yaitu dorongan kuat untuk terus mengumpulkan konten baru. Di sisi lain, ia secara aktif melakukan kurasi pasca-penyimpanan: konten dihapus setelah destinasi dikunjungi atau setelah ia pindah dari kota terkait.

Perilaku pembersihan aktif ini menunjukkan kesadaran meta-kognitif tentang ketidakrealistisan sebagian besar konten yang tersimpan, yang membedakan AN dari tipe *traditional hoarder* pada umumnya. Dalam konteks FOMO (Wu et al., 2023), pola AN menunjukkan bahwa kecemasan akan ketinggalan informasi mendorong akumulasi awal, namun tidak serta-merta menghasilkan kelekatan emosional jangka panjang terhadap konten tersebut. AN mampu melepas konten yang sudah tidak relevan secara kontekstual, sebuah kapasitas yang tidak dimiliki oleh tipe *traditional hoarder* maupun *problematic digital hoarder* dalam skema Bravo-Adasme et al. (2026).

Zi: Traditional Hoarder

Zi menampilkan profil yang paling mendekati tipe *traditional hoarder* hipotetis Bravo-Adasme et al. (2026): penyimpanan yang tidak terlalu sistematis (tidak sampai 10 konten per topik), tidak ada niat menghapus konten dalam kondisi apapun, serta keyakinan optimistik bahwa semua konten yang tersimpan akan terpakai suatu saat namun tanpa disorganisasi parah atau dampak negatif signifikan

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1141 – 1154 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13713

pada fungsi sehari-hari. Ketiga dimensi *digital hoarding* yang diidentifikasi Agarwal et al. (2024) hadir pada Zi: dorongan untuk mengumpulkan, keengganan menghapus, dan kecenderungan kekacauan (*clutter propensity*), meskipun ketiganya berada dalam derajat yang belum mencapai ambang *problematic*.

Keyakinan Zi bahwa konten yang tersimpan "sudah pasti akan terpakai ke depannya" merupakan manifestasi dari *knowledge panic* yang diidentifikasi Jiang (2025), individu merasa bahwa menimbun informasi setara dengan menguasainya, sehingga menghapus konten terasa seperti kehilangan akses terhadap sumber daya yang berharga. Pola penyimpanan Zi yang terpicu oleh kondisi kelelahan juga berkaitan langsung dengan mekanisme kompensasi dalam CIUT (Kardefelt-Winther, 2014), konsumsi konten wisata berfungsi sebagai pelarian digital dari kondisi disforik, dan penyimpanan konten menjadi bagian dari ritual kompensasi tersebut.

KESIMPULAN

Penelitian ini berupaya menemukan bahwa perilaku *digital hoarding* konten wisata pada Generasi Z menjembatani kesenjangan antara keterbatasan realitas fisik dengan kebutuhan untuk berwisata secara imajinatif. Melalui pendekatan kualitatif, studi ini mengeksplorasi bagaimana interaksi antara dinamika eskapisme psikologis dan kemampuan teknologi (*social media affordance*) membentuk pola perilaku baru dalam mengonsumsi konten pariwisata. Fenomena ini menunjukkan bahwa bagi Generasi Z, aktivitas wisata tidak lagi hanya dimulai saat keberangkatan fisik, melainkan sejak mereka mulai menimbun konten di ruang digital mereka.

Strategi penyimpanan konten yang dilakukan informan dalam penelitian ini sangat bervariasi, mulai dari yang bersifat mandiri hingga kolaboratif. Aksi ini memanfaatkan fitur-fitur platform secara intensif. Informan menggunakan fitur *collection* atau folder untuk organisasi yang terstruktur, namun ada juga yang memanfaatkan fitur *Direct Message* (DM) dan pemindahan data ke Google Sheets untuk dibagikan bersama teman sebagai bentuk perencanaan sosial. Hal ini mencerminkan pemanfaatan *social media affordance*, khususnya dimensi persistensi untuk menjaga aksesibilitas konten jangka panjang dan dimensi asosiasi dalam memperkuat hubungan sosial melalui pertukaran informasi.

Motivasi di balik penyimpanan konten ini didominasi oleh alasan yang instrumental dan praktis, di mana informan lebih mengutamakan nilai informasi daripada sekadar estetika visual. Berdasarkan *Compensatory Internet Use Theory* (CIUT), perilaku ini berfungsi sebagai mekanisme koping (*coping mechanism*) psikologis untuk mengompensasi tekanan hidup, stres akademik, atau kelelahan fisik. Meskipun sering kali dilakukan secara bawah sadar, tindakan menekan tombol simpan memberikan rasa puas dan hiburan sejenak, bertindak sebagai bentuk eskapisme digital dari realitas harian yang penat.

Informan Generasi Z dalam penelitian ini terklasifikasi sebagai *digital collector* dan *traditional hoarder*. Mereka cenderung mempertahankan akumulasi konten sebagai *wishlist* masa depan yang mungkin tidak pernah dikunjungi, didorong

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1141 – 1154 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13713

oleh argumen "*just-in-case*" atau perasaan bahwa informasi tersebut akan berguna suatu saat nanti. Berbeda dengan gangguan klinis, perilaku menimbun konten wisata ini tidak memicu dampak psikologis negatif yang signifikan, melainkan lebih berfungsi sebagai arsip akan aspirasi mereka berwisata yang kemudian memberikan mereka rasa kendali imajinatif atas wisata impian mereka.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa meskipun koleksi konten digital memberikan kepuasan emosional dan sensasi "liburan virtual", hal tersebut tidak mampu menggantikan otentisitas pengalaman fisik di lokasi. Terdapat kesadaran yang jelas di kalangan informan bahwa kepemilikan artefak digital tidak setara dengan kepemilikan pengalaman nyata, sehingga mereka tetap mengupayakan berwisata secara langsung untuk memvalidasi pengalaman tersebut melalui dokumentasi diri. Dengan demikian, *digital hoarding* konten wisata bagi Generasi Z adalah sebuah praktik budaya baru yang merefleksikan bagaimana logika media digital telah meresap dalam cara mereka memaknai dan merencanakan masa depan di tengah kondisi sosio-ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

Agarwal, R., Mehrotra, A., Pant, M. K., Alzeiby, E. A., & Vishnoi, S. K. (2024). Digital Photo Hoarding in Online Retail Context And in-depth Qualitative Investigation of Retail Consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 78 Article 103729. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698924000250

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2) 77-101. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1191/1478088706qp063oa

Bravo-Adasme, N., Cataldo, A., & Grandon, E. (2026). Understanding Digital Hoarding: Conceptual Framework and Future Research Based on a Scoping Review. *Humanities and Social Sciences Communications.* Manuscript in press. https://www.nature.com/articles/s41599-026-07263-3

Creswell, J.W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.). SAGE.

Denzin, N.K., & Lincoln, Y. S. (2014). The SAGE Handbook of Qualitative Research (5th ed.). SAGE.

IDN Research Institute. (2024). *Indonesia millennial and Gen Z report 2025*. IDN Media. https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-millennial-genz-report-2025.p df

Jia, M., Zhao, Y. C., Zhang, X., & Wu, D. (2024). That Looks Like Something I Would Do : Understanding Humanities Researchers' Digital Hoarding Behaviors in Digital Scholarship. *Journal of Documentation*, 81(1), pp. 24–55. https://doi.org/10.1108/JD-01-2024-0004

Jia, M., Chao, Y.C., Zhang, X., Zhang, J. (2026). How does digital hoarding affect user resistance to social media switching behavior: The role of nostalgia, inertia and

Volume 8 Nomor 11 (2026) 1141 – 1154 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v8i11.13713

mindfulness. *Information Processing and Management, 63 (2026),* 104823. https://doi.org/10.1016/j.ipm.2026.104823

Jiang, N. (2025). The Sociopsychological Motivations and Intervention Strategies for Digital Hoarding Among Young People. PsychBehav, 1(2) 29-34. https://pb.cultechpub.com/index.php/pb/article/view/14

Kardefelt-Winther, D. (2014). A conceptual and methodological critique of internet addiction research: towards a model of compensatory internet use. *Computers in Human Behavior, 31*, pp. 351-354. http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.059

Leonardo, P.M., Vaast, E. (2017). Social Media and Their Affordances for Organizing: A Review and Agenda for Research. *The Academy of Management Annals 11(1)*, pp. 150-188. https://doi.org/10.5465/annals.2015.0144

Sun, Z., Chen, M., Cui, X., Gao, X. (2025). Does digital hoarding lead to nostalgic consumption? The dual mediating effects of cognitive dissonance and emotional memory linkage. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 1-19.* https://doi.org/10.1108/APJML-06-2025-1285

Wu, D., Zhao, Y.C., Wang, X., Song, S., Lian, J. (2023). Digital Hoarding in Everyday Hedonic Social Media Use: The Roles of Fear of Missing out (FoMO) and Social Media Affordances. *International Journal of Human–Computer Interaction, 40:18,* pp. 5399-5414*.* https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2233139

Wu, X. (2026). A Media Affordance Perspective on Digital Hoarding Behavioural Motivational Mechanisms Among Female Youth Users: A Case of Rednote. *Journal of Youth Impact, 1*(1), pp. 40-55*.* DOI: https://doi.org/10.66245/jyi.v1.i1.004