



PERAN GEN Z DALAM PENGEMBANGAN WISATA BERBASIS SEJARAH

Rukmini Elysa Simanungkalit

*Jurusan Pendidikan Dasar Program Pascasarjana Universitas Negeri Medan
rukmini.simanungkalit@gmail.com*

ABSTRAK

Artikel ini membahas kegiatan yg berhubungan dengan pariwisata sejarah serta menitikberatkan pada bentuk narasi yang dapat dipergunakan pada kegiatan pariwisata berbasis sejarah. Narasi tersebut bertujuan untuk menarik generasi Z untuk promosi pariwisata. Generasi Z merupakan sebuah generasi yang berkembang atau bertumbuh ditengah paparan internet, media sosial, dan teknologi, dengan menelusuri surat kabar khususnya dalam media sosial, baik dari masa kolonial maupun kotemporer serta melakukan wawancara dengan beberapa narasumber ditemukan bahwa kegiatan wisata oleh komunitas yang berhubungan dengan sejarah yang telah ada pada masa kolonial. sementara itu narasi yang dapat digunakan untuk menarik generasi Z ialah narasi alternatif, menarik, tidak monoton, dan mempunyai keterikatan dengan lokalitas. Penelitian ini memakai teknik analisis data deskriptif kualitatif melalui wawancara dengan informan, observasi, serta dokumentasi.

KATA KUNCI : *Generasi Z, Wisata Sejarah*

ABSTRACT

This article discusses activities related to historical tourism and emphasizes on the form of narrative that can be used in history -based tourism activities. The narrative aims to attract generation Z to the promotion of tourism. Generation Z is a generation that is growing or growing amidst the exposure of the internet, social media, and technology, by searching newspapers, especially on social media, both from the colonial and contemporary periods and conducting interviews with several sources, it was found that tourism activities by the community are related to the history that has existed in the colonial period. while the narrative that can be used to attract generation Z is an alternative narrative, interesting, not monotonous, and has an attachment to the locality. This research uses qualitative descriptive data analysis techniques through interviews with informants, observations, and documentation.

KEYWORDS : *Generation Z, Historical Tourism*

PENDAHULUAN

Saat ini dunia pariwisata telah menjadi industri yang berkembang untuk mendapatkan keuntungan sebanyak- banyaknya. Upaya pemerintah dalam melestarikan sejarah dan budaya dengan menjadikan sebagai destinasi pariwisata ialah langkah yang tepat agar dapat menarik minat warga datang berkunjung melihat peninggalan sejarah yang dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan akan keragaman budaya setiap daerah. Sektor pariwisata menjadi salah satu tempat yang sangat digangrumi oleh wisatawan untuk menyenangkan diri bersama teman dan keluarga. Kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi turut memberikan andil besar dalam



perkembangan pariwisata di Indonesia. Dengan kemajuan teknologi dan informasi memungkinkan produk wisata dipromosikan dan ditampilkan didalam suatu halaman situs internet sehingga dapat dilihat dan dibaca oleh orang di seluruh dunia. Sementara itu objek wisata merupakan salah satu faktor krusial yang dapat menjadi daya tarik kunjungan pariwisata. Promosi yang dilakukan tentu bertujuan menarik minat para wisatawan untuk datang ke objek wisata tersebut. Sejarah perkembangan kegiatan pariwisata di Indonesia, objek wisata alam dan budaya menjadi daya tarik, terutama turis asing untuk datang dan menikmati objek wisata tersebut. Objek wisata lainnya yang perlu dikembangkan adalah objek wisata berbasis sejarah. Kawasan bersejarah tentu yang kita ingat adalah kesan kuno dan identik dengan sejarah. Stigma tersebut memang tidak dapat dilepaskan dari kawasan bersejarah. Kawasan bersejarah terlihat tertutup dan menjadi kawasan privat bagi beberapa orang.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang sedemikian pesat membuat tidak ada batasan di dunia. Perkembangan tersebut juga mempengaruhi generasi yang ada saat ini. Generasi yang tumbuh dan berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dikenal dengan generasi Z. Generasi tersebut berbeda dengan generasi generasi sebelumnya. Perbedaan perbedaan tersebut terlihat dari kecepatan dan penguasaan dalam menggunakan teknologi dan informasi. Generasi tersebut lebih menyukai penggunaan media berbasis teknologi dan asyik dengan *smartphone*. Tantangan generasi Z tentu berbeda dengan generasi sebelumnya. Tantangan kedepan tentu sedikit lebih sulit, yaitu bagaimana membuat generasi Z dapat mengenal kawasan bersejarah yang ada di lingkungan terdekat. Upaya itu dapat diwujudkan dalam pemanfaatan media dalam pembelajaran, kegiatan jelajah sejarah dan memanfaatkan media sosial sebagai sumber belajar.

Berdasarkan pendahuluan di atas, fokus kajian dalam artikel ini adalah (1) bagaimana kondisi kawasan bersejarah di kota Sibolga saat ini dan (2) bagaimana upaya yang dapat dilakukan dalam mengenalkan jejak peninggalan kolonial di kota delta untuk generasi Z. Peneliti hanya memfokuskan pembahasan pada peninggalan kolonial yang ada di kota Sibolga. Hal ini karena beberapa penelitian selama ini lebih banyak mengkaji tentang peninggalan masa Hindu-Buddha. Selain itu peneliti juga ingin mengajak peneliti lain untuk melakukan penelitian tentang kawasan kolonial di kota Sibolga lebih mendalam terutama tentang bangunan peninggalan kolonial Belanda di kota Sibolga.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai teknik analisis data deskriptif kualitatif melalui wawancara dengan informan, observasi, serta dokumentasi. Penelitian ini berlokasi di Kelurahan Pasar Baru, Kecamatan Sibolga Kota, Kota Sibolga yang dilakukan sejak bulan April 2022 sampai bulan Mei 2022. Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang diungkapkan dalam bentuk kalimat serta uraian (Bungin, 2007). Untuk memperoleh data, penelitian ini menggunakan dua sumber, yaitu data primer yang diperoleh secara langsung saat melakukan penelitian dan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber bacaan, seperti jurnal, skripsi, buku, dan sebagainya (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000 ; Moleong, 2012). Data diperoleh melalui studi kepustakaan, observasi,



wawancara, dan dokumentasi (Bungin, 2007; Moleong, 2014; Sugiyono, 2013). Untuk menganalisis data digunakan teknik deskriptif kualitatif yang menggambarkan suatu fenomena kemudian mengaitkannya dengan fenomena lain melalui interpretasi untuk dideskripsikan dalam satu kualitas yang mendekati kenyataan (Muhadjir, 1996).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Sibolga terletak di 1 0 44' Lintang Utara serta 98 0 47' Bujur Timur. Sebelah utara, timur, selatan dan barat berbatasan dengan kabupaten Tapanuli Tengah. Luas daerah Sibolga seluas 3.536 Ha yang terdiri dari 1.126,67 Ha daratan Sumatera, 238,32 Ha daratan kepulauan serta dua,171,01 Ha lautan. Dilihat berdasarkan kepercayaan yang dianut berdasarkan hasil sensus penduduk 2000, penduduk Sibolga sebagian besar adalah beragama Islam 58,46% kemudian Protestan 32,26%, Katholik lima,21%, Budha 3,67% serta sisanya Hindu serta lainnya sebanyak 0,3%.

Sibolga adalah salah satu kota yang terdapat di Sumatera Utara yang terdiri dari banyak sekali aneka wisata yang berpotensi untuk mendatangkan para wisatawan. Jenis potensi wisata yang dimiliki Sibolga yakni: wisata alam, wisata sejarah serta wisata makanan dan wisata budaya. akan tetapi, wisata budaya bisa kita temui hanya di waktu-saat tertentu saja. Pengertian dari potensi wisata ialah daya tarik yang terkandung pada suatu daerah untuk dikembangkan menjadi suatu objek wisata yang menarik serta juga mampu mendatangkan wisatawan untuk berkunjung ke wilayah tersebut. Sedangkan objek wisata artinya perwujudan ciptaan manusia, tata hidup seni budaya dan sejarah bangsa serta kawasan atau keadaan alam yang memiliki daya tarik untuk dikunjungi. Selanjutnya Direktorat perlindungan serta Pengawetan Alam mengasumsikan objek wisata merupakan pelatihan terhadap kawasan beserta seluruh isinya maupun terhadap aspek perusahaan yang mencakup kegiatan pemeliharaan dan pengawasan terhadap daerah wisata. Objek wisata yang memiliki unsur fisik lingkungan berupa tanaman, satwa, geomorfologi, tanah, air, udara, dan lain sebagainya serta suatu atribut dari lingkungan yang menurut anggapan manusia mempunyai nilai eksklusif seperti estetika, keunikan, kelangkaan, kekhasan, keragaman, bentangan alam serta keutuhan.

Wisata Sejarah

Kata sejarah mengandung arti peristiwa yang terjadi di masa lampau yang dialami manusia. Dari peristiwa-peristiwa yang terjadi pada masa lampau meninggalkan bangunan atau benda-benda yang sangat bernilai dan penting untuk diketahui. Bangunan-bangunan tua serta benda-benda bersejarah lainnya sangat potensial untuk dijadikan sebagai objek wisata yaitu wisata sejarah. Jadi, pengertian dari wisata sejarah adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan dengan maksud untuk mengetahui tentang simbol, bangunan, benda-benda tua dan sejarah serta untuk menambah pengetahuan akan peristiwa-peristiwa di masa lampau. Wisata jenis ini sangat potensial untuk mendatangkan wisatawan oleh karena itu, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan wisata sejarah antara lain: 1. Upaya pelestarian situs atau



bangunan-bangunan tua atau bersejarah 2. Menjaga kebersihan daerah objek wisata sejarah 3. Adanya sarana dan prasarana menuju tempat wisata 4. Melakukan promosi tentang objek-objek wisata bersejarah. Kota Sibolga sering juga disebut dengan kota tua hal ini disebabkan banyaknya bangunan-bangunan tua yang terdapat di kota Sibolga dengan berbagai sejarah yang dimilikinya. Situs bangunan tua atau bersejarah yang ada di kota Sibolga sangat berpotensi dalam mendatangkan wisatawan. Apabila pengelolaan wisata sejarah terlaksana dengan baik maka tidak hanya menarik dari segi ekonomi karena memacu pendapatan dari kedatangan wisatawan dan masuknya investasi namun wisata sejarah bahkan bisa jauh lebih potensial dari wisata jenis lain seperti: wisata belanja, wisata alam dan lingkungan yang terdapat di Sibolga.

Situs bangunan tua yang sarat akan sejarah yang ada di kota Sibolga membuat kota ini juga berpotensi menjadi kawasan wisata sejarah guna untuk memperdalam pengetahuan kita akan sejarah-sejarah yang terjadi pada masa lampau. Adapun situs bangunan tua yang terdapat di kota Sibolga diantaranya yaitu Tangga seratus serta Goa Tangga Seratus. Objek wisata ini terletak di jalan sutoyo siswomiharjo kelurahan pasar baru serta yang paling menonjol pada peninggalan sejarah dari masa penjajahan Belanda. Objek ini dikenal dengan nama Tanggo Saratus walau pada kenyataannya jumlah tangga yang ada berjumlah 293 anak tangga. Pula ada goa dikereng bukit dibawah tangga seratus. Berbentuk terowongan serta memiliki dua pintu yg menghadap ke arah selatan. Dinding gua terbuat dari batu andesit muda dan selalu lembab karena tetesan air yang berasal dari dinding atas.

Pariwisata Sejarah Generasi Z

Generasi Z sebagai pelaku serta sasaran penting dalam aktivitas pariwisata berbasis sejarah. Mereka mempunyai karakteristik tidak sama dengan generasi-generasi sebelumnya. istilah (atau Y) diperkenalkan sang 2 ahli sejarah dan penulis Amerika Willem Strauss serta Neil Howe (1991, 2000) dalam beberapa buku mereka. Mereka membagi generasi sesuai kesamaan rentang waktu kelahiran serta kesamaan kejadian-kejadian historis. sesuai kategori usia, Generasi Milenial ialah mereka yang lahir di rentang tahun 1980-1990-an atau di awal 2000. Generasi berikutnya adalah Generasi Z. Namun, rentang tahun generasi-generasi tersebut, oleh para pakar didefinisikan berbeda-beda. Meskipun, rentangnya tidak begitu jauh.

Ketika jurnalis Bruce Horovitz memperkenalkan istilah Generasi Z pada tahun 2012, rentang umur yang digunakan masih belum jelas. Ketika agen pemasaran Sparks and Honey melakukan presentasi pada 2014 rentang umur yang mereka gunakan untuk Generasi Z, disepakati bahwa Gen Z adalah mereka yang lahir pada 1995 hingga 2014. Masa tersebut berkaitan dengan kemunculan internet. Hal ini yang menjadi kesepakatan para pakar bahwa Generasi Z adalah mereka yang lahir di era internet. Karakter Generasi Z dikenal memiliki karakter yang lebih tidak fokus daripada namun mereka lebih serba-bisa, lebih individual, lebih global, berpikiran lebih terbuka, dan lebih ramah teknologi. Bagi Generasi Z hal yang menarik perhatian mereka adalah *Netflix*, *Virtual Reality* dan *Video Games*. Sebelum berbelanja, Generasi Z mencari inspirasi dalam jaringan (*online*) pada platform seperti Instagram, Pinterest, Facebook,



dan YouTube. Setiap mereka berbelanja di toko fisik, mereka mendapatkan umpan balik secara langsung dari kawan-kawan mereka melalui *WhatsApp* (www.engage.net diakses 12 November 2018). Salah satu karakteristik Generasi Z yang bersentuhan dengan teknologi digital merupakan pintu masuk yang tepat dalam konteks kegiatan pariwisata berbasis sejarah. Bentuk komunikasi yang dijalin oleh komunitas-komunitas pencinta sejarah yang menggunakan teknologi digital sangat sesuai dengan karakteristik generasi tersebut. Bahkan, dalam beberapa kegiatan, mereka memanfaatkan teknologi digital yang sudah akrab di tengah-tengah generasi ini

Pemerintah (Kementerian Pariwisata) melihat Gen Z dapat menjadi salah satu ujung tombak duta pariwisata setiap daerah. Mereka memberikan kesempatan dan wadah bagi para duta pariwisata di setiap daerah. Generasi Pesona Indonesia (Genpi) merupakan komunitas yang dibentuk oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia sebagai salah satu strategi pemasaran pariwisata Indonesia, terutama dalam program promosi “Go digital”. Komunitas ini terdiri atas anak-anak muda yang aktif melakukan promosi pariwisata melalui media sosial, seperti *blog*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Path*, *YouTube*. Media sosial ini merupakan media yang akrab di antara Gen Z. Kesempatan yang diberikan oleh pemerintah (Kementerian Pariwisata) kepada Generasi Z merupakan langkah strategis dalam program promosi pariwisata Indonesia. Jaringan digital yang mereka kuasai dapat menjangkau dan menembus batas negara. Maka promosi yang mereka lakukan tidak hanya mampu menarik wisatawan lokal tapi jika dimungkinkan (terkait bahasa yang digunakan) dapat menjangkau wisatawan mancanegara. Pariwisata berbasis sejarah menjadi salah satu modal promosi pariwisata bagi wisatawan yang menyukai sejarah. Selain itu pariwisata berbasis sejarah dapat juga menjadi alternatif objek wisata budaya yang belum banyak dikembangkan. Seperti yang diungkapkan Presiden Joko Widodo di Istana Maimun Medan pada 26 November 2017 bahwa banyak negara yang berkembang pariwisatanya justru dengan mengangkat peninggalan kerajaan masa lalu, seperti di istana atau benteng di Jepang, istana di negara-negara Eropa dan Inggris. Hal yang penting bangunan-bangunan tersebut diperkuat dengan narasi. Narasi berupa cerita sehingga wisatawan menjadi tertarik tidak hanya pada bangunan tetapi juga kisah-kisah tersebut. Dalam kegiatan pariwisata berbasis sejarah, narasi merupakan faktor penting. Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya, selain situs, tempat bersejarah, unsur narasi juga sangat penting. Narasi ampuh yang disajikan bagi Generasi Z adalah dengan menggunakan pendekatan ala anak muda yang ditandai dengan interpretasi luas dan lebih inklusif (ikut di dalamnya) terhadap situasi perkotaan masa lalu. Dalam hal ini hubungan yang baru ditarik dari kenangan yang pernah mengalami ‘tekanan’ termasuk komunitas lokal dan etnis minoritas sebagai dasar untuk kesadaran kritis dan keterlibatan sosial pada masa kini (Sastramidjaja, 2014: 445).

Benang merah yang dapat ditemukan pada Generasi Z adalah penggunaan teknologi dan keragaman narasi. Dukungan perkembangan teknologi dalam jaringan memperkuat upaya komunikasi komunitas-komunitas tersebut dengan para anggotanya. Pada awal komunitas-komunitas berdiri, SMS, E-mail (milis) digunakan sebagai sarana komunikasi andalan, disusul penggunaan *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* pada periode berikutnya. Komunitas-komunitas seperti Sahabat Museum, Komunitas Jelajah Budaya, Komunitas Historia Indonesia, Komunitas Aleut!



menjadi beberapa komunitas pelopor yang memanfaatkan kemajuan teknologi. Narasi alternatif dan tidak monoton menjadi pilihan yang dapat disajikan kepada mereka. Faktor kedekatan mereka terhadap kota, wilayah tempat tinggal mereka merupakan faktor penting. Dalam hal ini narasi mengenai sejarah lokal juga perlu disampaikan. Cerita- cerita tentang tempat, situs atau tokoh sejarah lokal sebagai bentuk alternatif dari sejarah resmi dengan harapan Gen Z kelak memiliki keinginan memahami narasi mengenai hal tersebut. Kunci untuk sejarah lokal adalah ‘*sense of place*’ (rasa tempat) yang justru berasal dari tempat sehari-hari dan berbeda dengan tempat monumentalisasi oleh negara (De Groot, 2009: 63-64). Namun, tidak tertutup kemungkinan menawarkan narasi alternatif dari sejarah arus utama, misalnya kisah para tokoh sejarah bukan hanya ditampilkan sebagai pahlawan sempurna, melainkan kisah keseharian mereka yang dapat saja berhubungan dengan kota, wilayah tertentu (tempat mereka mulai berkarir, tempat dibuang).

Setelah dilakukan wawancara kepada sejumlah kelompok Generasi Z (usia 16-24 tahun) di lingkungan Kota Sibolga, maka ditemukan hasil sebagai berikut:

No	Instrumen wawancara	Jumlah	Persentase
1	Mengabadikan objek wisata sejarah di kunjungi & meng-upload ke dalam media sosialnya	24	80%
2	Mengabadikan objek wisata sejarah di kunjungi & tidak meng-upload ke dalam media sosialnya	5	16%
3	Tidak mengabadikan objek wisata sejarah di kunjungi	1	3,3%

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dari 30 masyarakat Generasi Z (usia 16-24 tahun) di lingkungan Kota Sibolga, 80% menyatakan mengabadikan objek wisata sejarah di kunjungi & meng-upload ke dalam media sosialnya, 16% menyatakan mengabadikan objek wisata sejarah di kunjungi & tidak meng-upload ke dalam media sosialnya, dan 3,3% tidak mengabadikan objek wisata sejarah di kunjungi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Gen Z berpartisipasi dalam mengembangkan objek wisata sejarah di Kota Sibolga dengan cara mengabadikan objek wisata sejarah di kunjungi & meng-upload ke dalam media sosialnya. Tanpa disadari mereka telah membantu pemerintah untuk memperkenalkan objek wisata Sibolga ke dunia.

PENUTUP

Dalam konteks pariwisata berbasis sejarah, narasi yang bisa dipergunakan untuk menarik generasi generasi Z merupakan narasi alternatif selain narasi primer. Narasi tersebut harus menarik, tidak monoton, serta mempunyai keterikatan dengan lokalitas dan didukung oleh teknologi informasi. Narasi tersebut bisa dikembangkan oleh komunitas-komunitas setempat. waktu ini hampir pada setiap kota, bahkan hampir pada setiap kotamadya serta kabupaten Indonesia ada komunitas yg kegiatannya dapat dikategorikan kegiatan pariwisata berbasis



sejarah. Pemerintah melalui Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Kementerian Pariwisata jua menyampaikan dukungan terhadap aktivitas komunitas tersebut. khusus dukungan dari Kementerian Pariwisata terhadap komunitas ini terkait dengan promosi pariwisata akan sangat bermanfaat bagi setiap daerah. Satu hal yang tidak kalah penting dalam aktivitas yang dilakukan terkait pariwisata berbasis sejarah adalah semangat untuk melakukan sendiri. Semangat yang dimiliki oleh Generasi Z yg adalah modal penting. Gen Z dengan karakteristik serta ciri mereka, dalam hal ini dapat menjadi duta promosi pariwisata berbasis sejarah. Hal terpenting lain ialah mempertahankan sinergi di antara banyak sekali pihak dan melepaskan ego masing-masing demi kepentingan bangsa, terutama kegiatan promosi pariwisata di Indonesia, seperti yang sudah dilakukan oleh beberapa pihak beberapa tahun terakhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, H.M Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta : PT Prenada Media Group.
- Groot, Jerome de. 2009. *Consuming history: Historians and heritage in contemporary popular culture*. London: Routledge.
- Kusmayadi dan Sugiarto, E., 2000, *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, Lexy. J. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Edisi Revisi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Muhadjir, Noeng. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Ke – 3*. Yogyakarta : Rake Sarasain.
- Sastramidjaja, Yatun. 2014. 'This is not a Trivialization of the Past' *Youthful ReMediations of Colonial Memory in Jakarta*, Bijdragen tot de Taal-, Land en Volkenkunde. 170. hal. 443-472.
- Strauss, W., & Howe, N. 1991. *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Badung : CV Alfabeta.
- Engarde. 1 Juni 2017. *Introducing Generation Z*. <https://www.engage.net/introducing-generation-z/#.W-11FOgzbIU> diakses 12 Mei 2022.