

## INTISARI

Sensus penduduk tahun 2020 menunjukkan bahwa Generasi Z (Gen Z) mendominasi penduduk Indonesia hingga sebesar 27,94%. Gen Z yang lahir diantara tahun 1997-2012, dianggap sebagai generasi potensial dalam sektor pariwisata. Indonesia memiliki potensi objek-objek warisan perkotaan (*urban heritage*) yang ada kecenderungan menarik minat Gen Z untuk berkunjung. Fenomena ini terlihat pada aktivitas di media sosial khususnya Instagram yang menjadi platform favorit Gen Z (Global Web Index, 2021). Sehingga perlu kajian yang membahas mengenai motivasi Gen Z berwisata di *urban heritage*.

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif naturalistik untuk memahami motivasi Gen Z berwisata di *urban heritage*, dengan data primer dikumpulkan menggunakan metode wawancara semi-terstruktur yang dirancang berdasarkan kerangka teori motivasi wisata McIntosh. Periode pengumpulan data Maret – September 2023 dengan kriteria informan Gen Z yang telah memiliki pengalaman wisata berkunjung ke objek-objek warisan perkotaan di keempat kota (Jakarta, Bandung, Jogja, Surakarta). Data wawancara ditranskripsi dan ditelaah menggunakan analisis konten tematik.

Penelitian ini menemukan bahwa adanya pandangan *urban heritage* sebagai ‘ruang dan/atau barang lama’ yang menarik bagi Gen Z. Daya tariknya karena kontras dengan rutinitas modern mereka dan memberikan kebebasan untuk eksplorasi ‘ruang’. Keinginan mendapatkan kebebasan untuk mengatur ritme perjalanan mereka secara personal, menciptakan pengalaman bermakna bagi Gen Z yang ingin mereka bagikan di sosial media. Gen Z termotivasi mengemas pengalaman wisata di *urban heritage* menjadi konten estetika yang diunggah pada sosial media, dan secara simultan dapat menarik bagi teman sejawat yang saling mengikuti (*followers*). Keinginan itu merujuk pada motivasi Gen Z yang tidak hanya berwisata untuk mendapat kesenangan dan pengalaman, melainkan juga keinginan untuk meningkatkan diri dengan cara memaknai peninggalan objek/kawasan bersejarah, sehingga pengalaman yang diharapkan turut menjaga eksistensi dan pelestarian objek dan/atau kawasan *urban heritage*.

Kata kunci: Gen Z, objek warisan perkotaan, motivasi wisata.

## **ABSTRACT**

*The 2020 population census shows that Gen Z makes up 27.94% of Indonesia's population. Born between 1997-2012, Gen Z is deemed a promising cohort in the tourism sector. Indonesia has many urban heritage sites that tend to attract the interest of Gen Z. This can be seen through their activity on social media, especially Instagram, which is their preferred platform (Global Web Index, 2021). Therefore, it is important to study the motivations behind Gen Z's interest in visiting urban heritage sites.*

*This study uses a qualitative approach to understand why Gen Z is motivated to visit urban heritage sites. Data were collected through semi-structured interviews based on McIntosh's tourism motivation theory. The data collection period was from March to September 2023. Criteria informant is Gen Z individuals who have had travel experiences visiting urban heritage sites in the four cities (Jakarta, Bandung, Yogyakarta, and Surakarta). The interviews were transcribed and analyzed using thematic content analysis.*

*The study finds that Gen Z views urban heritage as "old spaces" that intrigue them. These sites attract them because they offer a contrast to their modern routines and give them the freedom to explore. Gen Z wants the freedom to control their travel pace and create meaningful experiences that they can share on social media. They are motivated to turn their experiences into aesthetic content for social media, which can also attract their followers. This shows that Gen Z is motivated not only to travel for enjoyment and new experiences but also to contribute in their own way.*

**Keyword:** *Generation Z, urban heritage, tourism motivation*