

Motivasi Wisatawan Gen Z dalam Mengunjungi Objek Wisata Sejarah Lobang Jepang di Bukittinggi

Dwi Sulistia Wati¹, Reri Damai Gea², Dira April Indria³, Delmira Syafrini^{4*},
Selfira Cania⁵, Elvaririn Elvaririn⁶, Fira Fadila⁷, Tiara Sabrina Wulandari⁸,
Zahra Najla⁹, Bunga Dinda Permata¹⁰

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10} Universitas Negeri Padang

*Corresponding author, e-mail: delmirasyafrini@fis.unp.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya minat Generasi Z terhadap wisata sejarah, termasuk kunjungan ke objek wisata Lobang Jepang di Bukittinggi yang memiliki nilai historis penting terkait masa penjajahan Jepang. Objek wisata Lobang Jepang ini menarik Gen Z memaknai pengalaman wisata sejarah tersebut untuk rekreasi dan kebutuhan visual, atau juga melibatkan motivasi edukatif dan emosional yang berkaitan dengan pemahaman sejarah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motif kunjungan Generasi Z ke Lobang Jepang dengan mempertimbangkan aspek edukasi, emosi, rekreasi, estetika visual, serta dorongan sosial-digital. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe studi kasus untuk menggali fenomena motivasi wisatawan Gen Z secara mendalam. Teknik pengumpulan data meliputi observasi langsung untuk mengamati motif Gen Z secara spontan saat mengunjungi Lobang Jepang, dan wawancara mendalam dengan panduan pertanyaan terbuka agar informan bebas menceritakan pengalaman mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi Gen Z bersifat beraneka ragam. Di satu sisi, mereka terdorong untuk memahami sejarah kelam yang berkaitan dengan kerja paksa pada masa pendudukan Jepang, sehingga kunjungan menjadi sarana refleksi dan pembelajaran. Di sisi lain, motivasi rekreasi seperti menikmati pemandangan, refreshing, dan kebutuhan dokumentasi visual juga menjadi faktor penting. Dengan demikian, Lobang Jepang berfungsi sebagai destinasi yang menggabungkan nilai edukatif, emosional, dan rekreatif bagi Generasi Z.

Kata Kunci: Edukasi; Generasi Z; Motivasi wisata; Sejarah; Wisata budaya.

Abstract

This research is motivated by the increasing interest of Generation Z in historical tourism, including visits to the Japanese Hole tourist attraction in Bukittinggi, which holds significant historical value related to the Japanese colonial period. This Japanese Hole tourist attraction is interesting for Gen Z to interpret this historical tourism experience for recreation and visual needs, or it also involves educational and emotional motivations related to historical understanding. This research aims to analyze the motivations of Generation Z's visits to the Japanese Hole, considering educational, emotional, recreational, visual esthetic, and social-digital aspects. The approach used in this study is a qualitative approach with a case study type to deeply explore the phenomenon of Gen Z tourist motivation. Data collection techniques include direct observation to spontaneously observe Gen Z's motives when visiting the Japanese Hole, and in-depth interviews with open-ended questions to allow informants to freely share their experiences. The research results indicate that Gen Z's motivations are diverse. On one hand, they are driven to understand the dark history related to forced labor during the Japanese occupation, making the visit a means of reflection and learning. On the other hand, recreational motivations such as enjoying the scenery, refreshing, and the need for visual documentation are also important factors. Thus, the Japanese Hole serves as a destination that combines educational, emotional, and recreational value for Generation Z.

Keywords: Education; Gen Z; Historical Tourism; Motivation.

How to Cite: Wati, D. S. et al. (2025). Motivasi Wisatawan Gen Z dalam Mengunjungi Objek Wisata Sejarah Lobang Jepang di Bukittinggi. *Social Empirical: Prosiding Berkala Ilmu Sosial*, Vol. 2 No. 2 Tahun 2025. (pp. 490-498). Padang: Universitas Negeri Padang.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author.

Pendahuluan

Pariwisata merupakan kegiatan perjalanan sementara dari tempat tinggal asal menuju daerah tujuan tertentu tanpa tujuan menetap atau mencari nafkah, melainkan untuk rekreasi, memenuhi rasa ingin tahu, atau tujuan lain yang memberi pengalaman baru. [Bina et al. \(2009\)](#) menjelaskan bahwa pariwisata adalah perjalanan untuk menemukan keseimbangan, keserasian, dan kebahagiaan dalam dimensi sosial, budaya, akademik, maupun agama. Dengan demikian, pariwisata tidak hanya menjadi aktivitas berpindah tempat, tetapi juga proses interaksi manusia dengan lingkungan untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial.

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi yang memiliki daya tarik wisata kuat karena keindahan alam, kekayaan budaya, dan nilai sejarahnya. Kota Bukittinggi menjadi salah satu destinasi wisata yang paling diminati, terutama karena keberadaan objek wisata seperti Taman Panorama dan Lobang Jepang. Taman Panorama menawarkan pemandangan Gunung Merapi dan Lembah Ngarai Sianok yang memukau, sedangkan Lobang Jepang memberikan pengalaman sejarah terkait masa pendudukan Jepang. Objek wisata ini dikelola oleh Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kota Bukittinggi dan tercatat mampu menarik banyak wisatawan setiap tahun ([Adhitia, 2017](#)).

Wisata sejarah memiliki fungsi edukatif dan rekreatif karena memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk memahami nilai historis sekaligus menikmati suasana destinasi. [Ii \(2009\)](#) menegaskan bahwa wisata sejarah bertujuan menyampaikan pengetahuan penting kepada masyarakat. [Kuntowijoyo dalam Biyanto \(2010\)](#) menjelaskan bahwa sejarah merupakan rekonstruksi masa lalu yang dijadikan pelajaran untuk membangun masa depan, sehingga generasi masa kini dapat belajar dari kesalahan dan pencapaian generasi sebelumnya. Lobang Jepang sebagai situs sejarah memiliki nilai penting dalam mengenalkan masa penjajahan Jepang kepada generasi muda.

Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan “trigger” dari proses perjalanan wisata. Menurut [Ryan \(dalam Pitana, 2005\)](#) terdapat beberapa faktor pendorong (Push Factor) seseorang dalam melakukan perjalanan wisata, faktor tersebut adalah: perjalanan wisata, faktor tersebut adalah: a) Escape, ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasa menjemukan, atau kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari, b) Relaxation, keinginan untuk mendapatkan penyegaran yang juga berhubungan dengan motivasi untuk escape di atas, c) Play, ingin menikmati kegembiraan melalui berbagai permainan yang merupakan pemunculan kembali dari sifat keanak-kanakan, dan melepaskan diri dari berbagai urusan yang serius, d) Strengthening family memberat hubungan bonds, ingin kekerabatan. Hubungan kekerabatan ini terjadi diantara anggota keluarga perjalanan yang bersama-sama, melakukan karena kebersamaan sangat sulit diperoleh dalam suasana kerja sehari-hari di negara industri, e) Prestige, untuk menunjukkan gengsi dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, yang juga merupakan dorongan untuk meningkatkan status dan derajat sosial, f) Social interaction, untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat dan masyarakat lokal yang dikunjungi, g) Educational opportunity, atau keinginan untuk melihat sesuatu yang baru, mempelajari orang lain atau daerah lain atau untuk mengetahui kebudayaan etnis lain, h) Self-fulfillment, keinginan untuk menemukan diri sendiri karena diri sendiri biasanya ditemukan pada saat kita menemukan daerah lain yang baru, i) Romance, keinginan untuk bertemu seseorang yang bisa memberikan suasana romantic, atau kebutuhan seksual, j) untuk memenuhi Wish fulfillment, keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi yang lama dicita-citakannya sampai mengorbankan diri dengan cara berhemat agar bisa melakukan perjalanan, k) Financial Security, financial masyarakat serta kemampuan Leisure Time, menggunakan waktu senggang yang dimiliki.

Sementara menurut [Wibisono](#) terdapat beberapa faktor penarik (Pull Factor) yang merupakan destination specific attributes. Berbagai faktor penarik yang seharusnya dimiliki oleh daerah tujuan wisata untuk menjadi destinasi pilihan adalah yang memenuhi “needs dan wants” yaitu: 1) Cuaca / Iklim Destinasi, 2) Transportasi, Akses, 3) Atraksi Pariwisata, 4) Amenities, 5) Adanya keterlibatan lembaga pariwisata, 6) Lingkungan hidup yang alami juga yang buatan.

Wisatawan usia remaja atau Gen Z merupakan wisatawan yang potensial dan kelak dapat menjadi pangsa pasar yang besar. Menurut [Ismayanti \(2010\)](#) wisatawan usia remaja atau muda ini termasuk kedalam wisatawan yang diklasifikasikan dalam karakteristik sosiodemografis berdasarkan umur dengan ciri-ciri

sebagai berikut: Melakukan kegiatan wisata untuk melakukan interaksi lingkungan sosial pada lingkungan, Melakukan kegiatan wisata secara berkelompok dan terorganisir, Menyukai tantangan dalam kegiatan wisata, Melihat prestige ketika melakukan kegiatan wisata, Memiliki keterbatasan waktu, Ingin mengenal daerah wisata secara mendalam, Tingkat permintaan pelayanan tinggi. Sedangkan jika diklasifikasikan kedalam usia berdasarkan ciri-ciri wisatawan diatas, yang disebut wisatawan usia remaja atau muda adalah wisatawan yang berusia remaja dan anak muda atau berdasarkan departemen kesehatan dinyatakan pada usia 12 sampai 25 tahun.

Generasi Z memainkan peran penting. Sebagai kelompok yang lahir setelah tahun 1997 (Raslie, 2021), mereka dikenal sebagai generasi digital native yang sangat terbiasa dan cepat beradaptasi dengan teknologi, serta aktif di berbagai platform media sosial. Khan dan Bansal (2018) menyebutkan bahwa Generasi Z tumbuh di era internet global, sehingga menjadikan media sosial sebagai bagian penting dari kehidupan mereka. Media sosial memiliki pengaruh besar terhadap perilaku mereka dalam berbagai sektor, termasuk pariwisata (Mude & Undale, 2023), dan memungkinkan mereka untuk menjalin interaksi langsung dengan merek dan perusahaan. Platform seperti Facebook, Twitter, blog, YouTube, Instagram, hingga Google Docs menjadi sarana favorit untuk berbagai aktivitas digital (Devi et al., 2019). Kemampuan mereka dalam mengekspresikan diri melalui media sosial juga memperkuat identitas mereka di ruang digital. Dalam konteks promosi pariwisata, karakteristik ini membuat Generasi Z berpotensi besar sebagai micro-influencer yang dapat memengaruhi opini publik melalui narasi personal serta konten visual yang menarik.

Dalam konteks perkembangan wisata modern, Generasi Z menjadi kelompok wisatawan yang memiliki karakteristik unik. Generasi ini lahir dalam era digital, menyukai pengalaman autentik, edukatif, serta estetika visual yang dapat didokumentasikan dan dibagikan di media sosial. Hal ini menjadikan Lobang Jepang sebagai destinasi yang tidak hanya memiliki daya tarik edukatif, tetapi juga estetis dan emosional bagi generasi digital (Adhithia, 2017). Dengan karakteristik tersebut, pengalaman wisata sejarah bagi Gen Z tidak hanya terkait pengetahuan, tetapi juga bagaimana mereka memvisualisasikan dan membagikannya dalam ruang digital.

Tabel data pengunjung Lobang Jepang 2016-2018

Tahun	Jumlah Pengunjung Ke Lobang Jepang
2016	333.474
2017	293.742
2018	345,905

Sumber: Dinas Pariwisata, Olahraga Kota Bukittinggi

Pada tahun 2016 menunjukkan angka cukup tinggi, karena promosi wisata sedang gencar, kondisi objek wisata sedang baik dan menarik pengunjung dan tidak ada pembatasan social atau situasi yang menghambat pariwisata, pada tahun 2017 turun cukup signifikan dari 2016 penurunan ini disebabkan oleh cuaca, bencana lokal atau perbaikan kawasan wisata, penurunan promosi atau berkurangnya minat wisatawan dan adanya destinasi baru yang membuat pengunjung terbagi, pada 2018 meningkat cukup tajam karena adanya event atau promosi besar, infrastruktur atau fasilitas diperbaiki sehingga lebih menarik pertumbuhan wisatawan secara umum.

Penelitian sebelumnya telah meletakkan dasar yang kuat dalam memahami dinamika motivasi perjalanan wisata, khususnya pada destinasi tertentu dan segmen minat khusus. Penelitian yang dilakukan oleh Isra (2021) dan Dwisaputra (2017), misalnya, secara spesifik mengkaji motivasi pengunjung ke Kota Wisata Bukittinggi. Temuan kunci dari kedua studi ini menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan dipengaruhi oleh tiga jenis motivasi utama: fisik, fantasi, dan budaya. Menariknya, analisis lebih lanjut mengungkapkan bahwa motivasi yang paling dominan di Bukittinggi adalah relaksasi fisik. Dominasi ini terwujud dalam berbagai aktivitas, seperti keinginan untuk mencari kenyamanan, menikmati pengalaman berwisata kuliner dan belanja, serta bersantai dan melepaskan diri dari rutinitas harian.

Sementara fokus motivasi fisik mendominasi, studi-studi lain mulai menyentuh dimensi pariwisata yang lebih spesifik dan termotivasi. Mahrida & Afrilian (2024), misalnya, telah meninjau destinasi Lobang Jepang dari perspektif dark tourism (wisata gelap), yang menyiratkan adanya motivasi kognitif dan emosional yang mendalam di luar sekadar relaksasi. Lebih lanjut, penelitian oleh Desmala et al (2018) menyorot segmen wisatawan muda dengan minat khusus. Penelitian ini berhasil mengidentifikasi dan mengelompokkan 34 indikator motivasi awal menjadi tujuh faktor baru yang lebih komprehensif, yaitu: Faktor Pendukung Berwisata, Faktor Novelty, Faktor Ego and Family Enhancement, Faktor Leisure Time, Faktor Aktualisasi Diri, Faktor Wish-Fulfillment, dan Faktor Interaksi Sosial. Pengelompokan ini menunjukkan kompleksitas motif kunjungan pada generasi muda, melampaui dikotomi tradisional.

Aspek perilaku dan niat berkunjung yang lebih modern juga telah dianalisis. Suci Nirma Lestia dan Ali Hanafiah (2024) menemukan bahwa Motivasi, Citra Destinasi, dan Pengetahuan secara positif dan signifikan memengaruhi niat berkunjung Generasi Z ke pariwisata halal di Malang. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya faktor kognitif dan persepsi dalam membentuk keputusan perjalanan generasi muda.

Meskipun kajian-kajian tersebut telah memberikan wawasan yang berharga mengenai apa yang memotivasi wisatawan untuk berkunjung, terdapat satu dimensi krusial yang belum terintegrasi secara mendalam, yaitu karakteristik unik Generasi Z sebagai digital native. Studi-studi yang ada bahkan yang secara spesifik menargetkan Generasi Z belum secara eksplisit menelaah bagaimana perilaku digital, keterlibatan media sosial, kebutuhan akan konten yang instagrammable, dan penggunaan teknologi yang melekat pada Generasi Z, secara fundamental memengaruhi motif kunjungan mereka ke suatu destinasi. Motif yang teridentifikasi (seperti Novelty atau Aktualisasi Diri) mungkin dipicu dan dimediasi secara berbeda oleh karakteristik digital ini.

Oleh karena itu, kesenjangan penelitian yang harus diisi adalah: Belum adanya penelitian yang secara eksplisit menghubungkan dan menganalisis bagaimana karakteristik digital Generasi Z (seperti ketergantungan pada ulasan digital, sharing economy, atau kebutuhan akan validasi sosial melalui konten) memengaruhi secara spesifik struktur dan prioritas motif kunjungan mereka ke destinasi wisata. Kajian ini penting untuk memahami pergeseran motivasi di era digital.

Melihat celah tersebut, penelitian ini berfokus untuk memahami motif Generasi Z dalam mengunjungi Lobang Jepang dengan mempertimbangkan aspek sejarah, emosi, rekreasi, estetika visual, serta dorongan sosial-digital. Penelitian ini memiliki kebaruan karena secara khusus mengintegrasikan karakter Generasi Z sebagai generasi digital dalam konteks wisata sejarah. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian pariwisata sejarah berbasis generasi serta menghasilkan rekomendasi praktis bagi pengelola destinasi dalam merancang strategi wisata yang lebih relevan dan adaptif bagi wisatawan muda (Isra, 2021; Mahrida & Afrilian, 2024).

Metode Penelitian

Dalam sebuah penelitian ilmiah, penjelasan mengenai metode menjadi bagian penting untuk menunjukkan bagaimana data diperoleh dan dianalisis secara sistematis. Karena penelitian ini berupaya memahami motivasi wisatawan Gen Z secara mendalam dalam konteks kunjungan wisata, maka metode yang dipilih harus mampu menangkap pengalaman, persepsi, serta makna subjektif yang mereka rasakan. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif dipandang paling sesuai untuk mencapai tujuan tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe studi kasus untuk menggali fenomena motivasi wisatawan Gen Z secara mendalam. Penelitian dilakukan pada Sabtu, 8 November 2025, di Lobang Jepang, Bukittinggi. Menurut Saryono (2010) yang dikutip Nasution (2023), penelitian kualitatif bertujuan menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan karakteristik atau keunikan pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur, atau digambarkan dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini sesuai untuk menekankan konteks alami dan narasi subjektif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi langsung untuk mengamati motif Gen Z secara spontan, wawancara mendalam dengan panduan pertanyaan terbuka agar informan bebas menceritakan pengalaman, serta data sekunder dari studi literatur buku, media online, jurnal sebagai rujukan relevan.

Hasil dan Pembahasan

Gen Z Dalam Memahami Sejarah Lobang Jepang

Motivasi wisatawan berkunjung ke objek wisata sejarah umumnya dipengaruhi oleh keinginan untuk memahami dan mempelajari sejarah yang kaya dari suatu tempat atau warisan budaya. Wisatawan tertarik untuk menjelajahi objek wisata sejarah karena mereka ingin menambah wawasan, mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang narasi sejarah, dan memperoleh kepuasan intelektual.

Motivasi pengunjung merupakan salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangan suatu destinasi wisata. Menurut Muksin & Sunarti (2018) motivasi wisatawan untuk berkunjung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan untuk mengunjungi sebuah destinasi wisata. Ada beberapa Motivasi pengunjung terutama Gen Z yang ingin mengunjungi wisata Lobang Jepang Seperti yang di sampaikan oleh informan Alif (21 tahun):

“...Dulu saya waktu kecil sudah tau tentang lubang jepang ini namun waktu kecil itu kita kan kurang mengamati sejarah yang ada, cuma menikmati pemandangan nya aja, dan sekarang saya merasa terpanggil lagi untuk mengetahui lebih dalam tentang sejarah lubang jepang ini.

karena sejarahnya kelam dibalik lubang Jepang ini, dimana nenek moyang kita dulu pernah di suruh kerja paksa disini, di siksa dll lah..." (Wawancara pada tanggal 08 November 2025).

Pernyataan ini menunjukkan bahwa Gen Z memiliki motivasi edukatif dan emosional yang kuat. Mereka ingin memahami peristiwa masa lalu secara lebih mendalam sekaligus merasakan kedekatan emosional dengan pengalaman para leluhur. Kunjungan ke situs sejarah bagi mereka menjadi sarana memperkaya wawasan dan menghayati kembali peristiwa kelam yang membentuk sejarah bangsa.

Pendapat yang tidak jauh berbeda terlihat pada informan Aini (21 tahun) yang datang dengan dorongan untuk melihat langsung jejak sejarah bekas romusha, namun juga menikmati suasana destinasi yang nyaman. Ia menyampaikan:

"...Pertama kali kesini dan suka dengan pemandangan suasananya adem, nyaman dan juga ingin melihat lobang Jepang bekas romusha dan melihat secara langsung bagaimana tragedi di Indonesia ini di kerjapaksakan oleh Jepang, dan lobang Jepang ini digali zaman Jepang dulu. Serta... dari dulu suka sejarah..." (Wawancara pada tanggal 08 November 2025).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa selain minat terhadap sejarah, aspek kenyamanan dan daya tarik lingkungan juga mempengaruhi motivasi Gen Z. Mereka menginginkan kombinasi antara pengalaman belajar yang autentik dan suasana yang mendukung aktivitas wisata.

Berdasarkan wawancara tersebut, kita dapat mengetahui motivasi pengunjung lubang Jepang dapat dianalisis sebagai motivasi yang memiliki dimensi edukatif dan emosional. Pengunjung merasa terpanggil untuk menggali lebih dalam pengetahuan sejarah yang kelam di balik lubang Jepang, terutama kisah penderitaan nenek moyang yang dipaksa kerja paksa dan mengalami penyiksaan. Motivasi ini tidak sekadar untuk menikmati pemandangan fisik, tetapi juga keinginan untuk memahami makna sejarah dan merasakan koneksi emosional dengan perjuangan masa lalu. Motivasi ini mencerminkan kebutuhan untuk memperoleh pengalaman belajar yang bermakna dan penghargaan terhadap nilai sejarah serta trauma yang pernah dialami oleh nenek moyang.

Wisatawan Gen Z datang dengan hasrat yang kuat untuk belajar dan memperoleh pengetahuan otentik tentang peristiwa masa lalu yang terjadi di situs tersebut. Kunjungan ini berfungsi sebagai sarana untuk memperkaya wawasan sejarah, yang sejalan dengan motivasi wisata warisan (heritage tourism). Wisatawan dengan motivasi edukatif cenderung memiliki karakteristik Allocentric atau Near-Allocentric, yang tertarik pada pengalaman baru, eksplorasi budaya, dan pembelajaran mendalam, berbeda dengan hanya mencari relaksasi. Meskipun motivasi edukasi dan emosional adalah pendorong utama, faktor eksternal seperti kenyamanan fisik dan suasana lingkungan yang menarik bertindak sebagai daya tarik tambahan yang melengkapi pengalaman wisata. Gen Z mencari perpaduan antara pengalaman belajar yang serius dengan lingkungan wisata yang menyenangkan. Kenyamanan dan suasana destinasi berkontribusi pada kualitas pengalaman (service quality). Meskipun konten sejarahnya penting, kenyamanan juga esensial untuk memuaskan wisatawan modern yang mengharapkan fasilitas dan lingkungan yang mendukung.

Lobang Jepang Sebagai Tempat Rekreasi

Motivasi Pengunjung terutama Gen Z pada suatu wisata tidak terlepas dari daya tarik seperti menikmati keindahan alam, refreshing, kenyamanan, ingin hiburan serta mengambil momen foto-foto yang bagus saat berkunjung ke destinasi wisata tersebut seperti yang di sampaikan oleh informan Zahra (21 Tahun)

"...Saya lebih ke pemandangan nya juga apalagi kan ini lubang Jepang ini langsung berhadapan dengan ngarai sianok, jadi lebih ke pemandangan nya, keasriannya, dan masih asri juga pemandangannya, dan ... untuk hiburan dan foto-foto sih untuk saat ini ya, soalnya karena udah pusing sama pelajaran selama kuliah minggu ini jadi pengen refreshing gitu..." (Wawancara pada tanggal 08 November 2025).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Gen Z memandang Lobang Jepang sebagai ruang rekreasi yang mampu memberikan pengalaman pemulihan emosional (emotional restoration) setelah melalui aktivitas akademik yang melelahkan. Motif refreshing, menikmati keindahan alam, dan mengambil foto mencerminkan bahwa mereka mengutamakan kenyamanan dan aspek visual dalam mengonsumsi destinasi wisata. Dengan demikian, kehadiran unsur rekreasi memperkuat posisi Lobang Jepang sebagai destinasi wisata yang relevan bagi kebutuhan psikologis generasi muda.

Motivasi rekreasi juga tampak dalam wawancara dengan informan Lisa (20 tahun). Meskipun awalnya mengenal Lobang Jepang melalui kegiatan study tour sekolah, alasan utamanya untuk kembali berkunjung dilandasi oleh kombinasi antara ketertarikan pada suasana destinasi dan minat terhadap sejarah. Lisa mengungkapkan:

“...Saya mengetahui lobang jepang ini dari sekolah sewaktu kami study tour, Jadi alasan saya mengunjungi wisata lobang jepang ini suasana yang bagus dengan keindahan alamnya dan juga spot foto yang bagus dan juga tertarik pada sejarah masa lalu...” (Wawancara pada tanggal 08 November 2025).

Dari wawancara tersebut bahwasanya Lobang Jepang sebagai destinasi wisata tidak hanya menarik karena nilai sejarahnya yang kelam dan sarat makna, tetapi juga karena daya tarik alam dan fasilitas yang mendukung kebutuhan pengunjung untuk hiburan dan relaksasi. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi wisatawan bersifat multifaset, yakni kombinasi dari motivasi kognitif untuk belajar dan memahami sejarah, serta motivasi afektif yang mencari pengalaman menyenangkan, ketenangan, dan kesempatan mengabadikan momen melalui fotografi. Dengan demikian, pengelolaan wisata Lobang Jepang sebaiknya memperhatikan keseimbangan antara mempertahankan nilai sejarah dan memberikan pengalaman rekreasi yang berkualitas agar memenuhi berbagai kebutuhan dan harapan pengunjung.

Kunjungan ke Lobang Jepang berfungsi sebagai mekanisme pelepasan diri dari stres sehari-hari kuliah. Tujuannya adalah untuk mencapai pemulihan emosional *emotional restoration* dan penyegaran pikiran *rejuvenation*. Keindahan alam Ngarai Sianok, keasrian menjadi latar belakang yang mendukung proses pemulihan ini. Dalam berwisata tujuan utamanya *refreshing* menyegarkan diri adalah manifestasi dari kebutuhan untuk *escape* melarikan diri sementara dari rutinitas dan lingkungan yang penuh tekanan, yang dikombinasikan dengan *seeking* (mencari) pengalaman santai di lingkungan yang berbeda. Lingkungan alam yang “adem” dan “asri” seperti Ngarai Sianok menyediakan elemen yang memfasilitasi pemulihan perhatian, membantu wisatawan memulihkan kapasitas kognitif dan emosional setelah kelelahan mental.



Gambar 1. Objek Wisata Lobang Jepang
Sumber : Peneliti

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan banyaknya wisatawan Gen Z yang mengunjungi wisata Lobang Jepang Bukittinggi. Dominasi anak muda ini menggambarkan bahwa mereka memiliki minat besar terhadap wisata sejarah. Kehadiran mereka menandakan adanya motivasi untuk memahami sejarah secara langsung, karena Gen Z cenderung lebih suka belajar melalui pengalaman nyata daripada hanya membaca atau melihat dari media. Selain itu, Lobang Jepang menawarkan pengalaman eksplorasi yang unik, seperti menjelajahi terowongan peninggalan perang, yang membuat tempat ini menarik bagi mereka. Tampak pula beberapa kelompok anak muda yang datang bersama, menunjukkan adanya motivasi sosial, yaitu menjadikan wisata ini sebagai ajang kebersamaan dan aktivitas bersama teman. Spot ikonik di depan pintu masuk juga menjadi daya tarik tersendiri bagi Gen Z yang gemar membuat foto atau konten untuk media sosial. Secara keseluruhan, banyaknya Gen Z dalam gambar ini menunjukkan bahwa motivasi mereka berkunjung ke Lobang Jepang adalah perpaduan antara rasa ingin tahu sejarah, mencari pengalaman baru, bersosialisasi, dan membuat konten visual yang menarik.

Gen Z memiliki minat besar terhadap wisata sejarah dan cenderung lebih suka belajar melalui pengalaman nyata daripada hanya membaca atau melihat dari media. Ini menegaskan bahwa Gen Z memprioritaskan pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*). Mereka tidak sekadar mencari informasi, tetapi ingin mengalami (*experience*) sejarah secara fisik dan indrawi dengan menjelajahi terowongan. Kehadiran fisik di situs sejarah memberikan tingkat otentisitas (*authenticity*) yang tidak bisa digantikan oleh media digital. Spot ikonik di depan pintu masuk juga menjadi daya tarik tersendiri bagi Gen Z yang gemar membuat foto atau konten untuk media sosial. Motivasi ini mengikat pengalaman fisik dengan kebutuhan digital Gen Z. Membuat konten visual foto atau video adalah bagian integral dari pengalaman berwisata. Mereka mencari spot yang memiliki nilai estetika, yang kemudian digunakan untuk presentasi diri (*self-presentation*) di platform digital.

Pembahasan

Pembahasan mengenai motivasi wisatawan Gen Z dalam mengunjungi objek wisata sejarah Lobang Jepang menunjukkan bahwa pengalaman wisata sejarah bagi generasi digital bukanlah aktivitas tunggal, tetapi merupakan interaksi kompleks antara kebutuhan edukatif, emosional, dan rekreatif. Berdasarkan data wawancara, banyak wisatawan Gen Z yang merasa “terpanggil” untuk memahami sejarah masa pendudukan Jepang yang penuh penderitaan, khususnya praktik kerja paksa (*romusha*). Hal ini sejalan dengan pandangan Kuntowijoyo dalam [Biyanto \(2010\)](#) yang menekankan bahwa sejarah berfungsi sebagai rekonstruksi masa lalu untuk pembelajaran masa kini dan masa depan. Pengalaman memahami sejarah secara langsung melalui kunjungan ke situs seperti Lobang Jepang membuat Gen Z mampu membangun koneksi emosional dengan peristiwa historis tersebut, sekaligus memperoleh wawasan reflektif tentang identitas kebangsaan.

Selain edukatif, ditemukan bahwa rekreasi juga memainkan peran yang sangat signifikan bagi Gen Z. Mereka datang untuk menikmati suasana alam, refreshing dari tekanan akademik, serta mencari kenyamanan fisik dan mental. Informan seperti Zahra dan Lisa menegaskan bahwa pemandangan alam sekitar seperti Ngarai Sianok menjadi daya tarik kuat yang memberikan ketenangan dan pengalaman estetis. Fenomena ini selaras dengan teori motivasi wisata McIntosh dan Murphy ([dalam Pitana & Gayatri, 2005](#)) yang menjelaskan bahwa motivasi fisik dan fisiologis, seperti relaksasi dan kenyamanan, merupakan salah satu faktor utama seseorang melakukan perjalanan wisata. Dengan demikian, Lobang Jepang tidak hanya berfungsi sebagai situs sejarah, tetapi juga sebagai ruang rekreasi yang memenuhi kebutuhan afektif dan psikologis pengunjung muda.

Pada konteks Teori Tindakan Sosial Max Weber menjelaskan bahwa setiap tindakan manusia memiliki makna subjektif dan dilakukan dengan pertimbangan tertentu. Weber membagi tindakan sosial menjadi empat tipe, yaitu: (1) Tindakan rasional instrumental, yaitu tindakan yang dilakukan secara sadar untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara yang paling efektif; (2) Tindakan rasional berorientasi nilai, yaitu tindakan yang dilakukan karena keyakinan pada nilai moral dan prinsip tertentu; (3) Tindakan afektif, yaitu tindakan yang didorong oleh emosi atau perasaan; serta (4) Tindakan tradisional, yaitu tindakan yang dilakukan karena kebiasaan atau rutinitas yang telah berlangsung lama. Melalui keempat kategori ini, Weber berupaya memahami bagaimana individu menafsirkan makna dari setiap tindakan sosial yang mereka lakukan.

Motivasi Gen Z dapat dipahami melalui empat tipe tindakan sosial Max Weber: 1) Rasional Instrumental: Untuk refreshing, menikmati pemandangan, dan mengambil foto untuk media sosial. 2) Rasional Berorientasi Nilai: Untuk memahami sejarah kelam, refleksi, dan penghormatan terhadap penderitaan nenek moyang. 3) Afektif: Dorongan oleh rasa penasaran, kagum, haru, atau suasana emosional saat berada di lokasi. 4) Tradisional: Kunjungan karena kebiasaan atau pengalaman masa lalu (misalnya, *study tour* sekolah).

Berdasarkan teori tersebut, motivasi Gen Z dalam mengunjungi Lobang Jepang dapat dipahami sebagai tindakan sosial yang penuh makna. Tindakan rasional-instrumental terlihat dari dorongan pengunjung untuk refreshing, menikmati pemandangan Ngarai Sianok, dan mengambil foto untuk kebutuhan estetika visual serta media sosial. Di sisi lain, tindakan rasional berorientasi nilai muncul ketika pengunjung merasa penting untuk memahami sejarah kelam masa pendudukan Jepang serta menghargai penderitaan nenek moyang. Kunjungan ini tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai bentuk kesadaran historis, refleksi, dan penghormatan terhadap nilai-nilai sejarah.

Selain itu, tindakan Gen Z juga mencerminkan tindakan afektif dan tradisional. Banyak pengunjung yang terdorong oleh rasa penasaran, kagum, haru, atau suasana emosional yang muncul saat berada di dalam Lobang Jepang, sehingga emosi menjadi faktor penting dalam keputusan mereka. Sementara itu, tindakan tradisional terlihat dari pengunjung yang sudah mengenal Lobang Jepang sejak kecil melalui *study tour* sekolah atau kunjungan keluarga, sehingga mereka datang karena kebiasaan atau pengalaman masa lalu yang tertanam. Keseluruhan motivasi ini menunjukkan bahwa perilaku wisata Gen Z merupakan kombinasi antara tujuan rasional, nilai, emosi, dan kebiasaan, yang sepenuhnya sesuai dengan empat tipe tindakan sosial Max Weber.

Aspek edukatif Generasi Z didorong oleh keingintahuan yang otentik untuk memahami sejarah kelam masa pendudukan Jepang, khususnya terkait praktik *romusha* (kerja paksa). Kunjungan ke Lobang Jepang menjadi sarana refleksi dan pembelajaran langsung (*experiential learning*) yang tidak didapatkan di ruang kelas. Pengalaman ini bahkan memicu motivasi emosional yang kuat merasakan suasana kelam, berempati, dan menjadi momen untuk berdiam diri sejenak. Ini menunjukkan bahwa pariwisata sejarah bagi Gen Z adalah sebuah proses *internalization*, bukan sekadar melihat artefak.

Aspek visual dan sosial-digital juga menjadi faktor yang tidak dapat dipisahkan dari perilaku wisatawan Gen Z. Generasi ini tumbuh dalam lingkungan digital yang sangat mempengaruhi cara mereka mengonsumsi pengalaman wisata. Mereka tidak hanya datang untuk “melihat” sejarah, tetapi juga untuk

mendokumentasikan dan membagikannya ke media sosial sebagai bentuk ekspresi identitas digital. Hal ini sejalan dengan temuan [Isra \(2021\)](#) yang menjelaskan bahwa wisatawan modern, khususnya generasi muda, semakin terdorong oleh kebutuhan estetika visual dan peluang untuk menghasilkan konten digital. Dengan demikian, Lobang Jepang menjadi ruang interaksi antara edukasi sejarah dan pembentukan citra diri digital, karena sejarah yang divisualisasikan secara menarik mampu meningkatkan perhatian Gen Z terhadap nilai-nilai masa lalu.

Lebih jauh lagi, motivasi Gen Z dalam mengunjungi situs sejarah juga dipengaruhi oleh minat terhadap dark tourism. [Mahrida & Afrilian \(2024\)](#) menegaskan bahwa Lobang Jepang termasuk dalam kategori dark tourism karena menawarkan pengalaman wisata yang berhubungan dengan tragedi, kematian, dan penderitaan masa lalu. Bagi Gen Z, daya tarik ini tidak selalu berarti kesenangan terhadap tragedi, tetapi lebih pada rasa ingin tahu, empati, dan refleksi moral. Mereka ingin memahami sisi kelam sejarah secara langsung melalui ruang fisik tempat tragedi itu terjadi. Pengalaman emosional seperti rasa haru, simpati, dan keprihatinan menjadi aspek penting yang memperkuat kunjungan mereka, sebagaimana ditunjukkan oleh informan seperti Alif dan Aini. Hal ini membuktikan bahwa motivasi Gen Z bukan hanya superfisial atau sekadar mencari hiburan visual, tetapi juga sarat dengan kesadaran historis dan refleksi sosial.

Temuan keseluruhan menunjukkan bahwa motivasi Gen Z bersifat multifaset, terdiri dari gabungan dimensi edukatif, emosional, rekreatif, estetika visual, dan kebutuhan sosial-digital. Keberagaman motivasi ini menguatkan pernyataan [Pitana & Gayatri \(2005\)](#) bahwa keputusan wisata seseorang dipengaruhi oleh preferensi individual, pengalaman masa lalu, serta konteks sosial yang berubah. Dengan memahami karakteristik ini, pengembangan wisata sejarah seperti Lobang Jepang perlu mempertahankan nilai otentik sejarah, sekaligus menyediakan fasilitas rekreasi dan ruang dokumentasi visual yang aman, informatif, dan edukatif. Dengan demikian, situs sejarah dapat terus relevan bagi generasi muda dan berperan dalam menguatkan kesadaran sejarah dalam era digital.

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motivasi Generasi Z dalam mengunjungi objek wisata sejarah Lobang Jepang di Bukittinggi. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, dapat disimpulkan bahwa motivasi Gen Z bersifat multifaset, mencakup dimensi edukatif, emosional, rekreatif, estetika visual, serta dorongan sosial-digital. Gen Z terdorong untuk memahami sejarah kelam masa pendudukan Jepang dan kerja paksa (romusha), sehingga kunjungan menjadi sarana refleksi dan pembelajaran sejarah. Selain itu, mereka juga mencari pengalaman rekreasi seperti menikmati pemandangan Ngarai Sianok, refreshing, dan mengabadikan momen foto sebagai bagian dari ekspresi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa Lobang Jepang berfungsi sebagai destinasi yang mengintegrasikan nilai sejarah, pengalaman emosional, dan kebutuhan rekreasi generasi muda. Penelitian ini merekomendasikan pentingnya pengembangan kajian pariwisata sejarah berbasis karakteristik generasi, khususnya terkait perilaku digital wisatawan. Selain itu, pengelola destinasi perlu mengembangkan strategi interpretasi sejarah yang lebih interaktif dan ramah digital, sehingga dapat meningkatkan minat Gen Z dan memperkuat kontribusi wisata sejarah terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan pelestarian memori kolektif bangsa.

Rujukan

- Adhithia, I. (2017). Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Taman Panorama Dan Lobang Jepang Di Kota Bukittinggi. *Fillgap in Management and Tourism*, 1(1), 1-5.
- Amira, R. A., & Ferdian, F. (2025). Peran Generasi Z dalam Promosi Wisata Lokal melalui Media Sosial Digital. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(6), 1482–1490.
- Bina, B., Mehdinejad, M., Nikaeen, M., & Attar, H. M. (2009). Effectiveness of chitosan as natural coagulant aid in treating turbid waters. *Journal of environmental health science & engineering*, 6(4), 247-252.
- Biyanto, B. (2010). Mempromosikan Wisata Rohani Jatim.
- Desmala, S., Kusumah, A. H. G. & Marhanah, S. (2018). Analisis faktor motivasi wisatawan muda dalam mengunjungi destinasi wisata minat khusus. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 11–25.
- Devi, K. S., Gouthami, E., & Lakshmi, V. V. (2019). Role of social media in teaching–learning process. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 6(1), 96-103.
- Dwisaputra, M. (2017). Motivasi Pengunjung ke Kota Wisata Bukittinggi Sumatera Barat. *JOM FISIP*, Universitas Riau.
- Khan, I. A., & Bansal, V. (2018). Effect of using PC tablets on perceived learning outcomes of generation Z trainees. *International Journal of Learning and Development*, 8(1), 21-36.

-
- Lestia, S. N., & Hanafiah, A. (2024). Memahami niat perilaku Generasi Z Muslim Indonesia dalam berkunjung ke pariwisata halal Malang. *Journal of Indonesian Marketing Association*, 2(2), 144–158.
- Mahrída, J., & Afrilian, P. (2024). Pengaruh Variabel Dark Tourism terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung di Bukittinggi (Studi Kasus Lobang Jepang). *Jurnal Bisnis Hospitality*, 13(1).
- Mude, G., & Undale, S. (2023). Social media usage: A comparison between Generation Y and Generation Z in India. *International Journal of E-Business Research (IJEER)*, 19(1), 1-20.
- Pitana, I., & Gayatri, P. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Jakarta: Andi.
- Raslie, H. (2021). Gen Y and gen Z communication style. *Studies of Applied Economics*, 39(1).