



## OPTIMIZING GENERATION Z MOBILITY THROUGH CULTURAL TOURISM IN BAUBAU CITY: BUILDING INTERCULTURAL COMMUNICATION IN THE DIGITAL ERA

**Wa Nur Fida<sup>\*1</sup>, Sry Mayunita<sup>2</sup>, Maria Ulfa<sup>3</sup>, Hastuti<sup>4</sup>, Zahwa Ferdana<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup> Muhammadiyah University of Buton, Baubau, Indonesia

\*Corresponding Author: [nfida246@gmail.com](mailto:nfida246@gmail.com)

<p><b>Info Article</b></p> <p>Received : 01 November 2025</p> <p>Revised : 04 Desember 2025</p> <p>Accepted : 29 Desember 2025</p> <p>Publication : 31 Januari 2026</p> <p><b>Keywords:</b> Generation Z Mobility, Cultural Tourism, Intercultural Communication, Digital Era</p> <p><b>Kata Kunci:</b> Mobilitas Generasi Z, Wisata Budaya, Komunikasi Antar Budaya, Era Digital</p> <p><i>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</i></p> 	<p><b>Abstract:</b> <i>Generation Z as active users of digital technology, tends to be disconnected from local cultural values, so an approach that combines culture and technology is needed to create a higher cultural awareness. The purpose of this study is to analyze the impact of cultural tourism activities on intercultural understanding and communication among Generation Z in Baubau. The method used in this study is a qualitative approach with observation techniques, in-depth interviews, and surveys of cultural tourism program participants. The data obtained were analyzed to assess changes in cultural understanding, active participation, and intercultural interaction through digital media. The results show that this cultural tourism program successfully increased Generation Z's interest in local cultural heritage and strengthened intercultural communication through digital platforms. Participants demonstrated an increased understanding of cultural diversity and were able to use social media to share cultural experiences, which in turn created more inclusive interactions and opened up space for more constructive intercultural dialogue. This research contributes to the development of a cultural tourism model that is relevant for Generation Z in the digital era.</i></p> <p><b>Abstrak:</b> Generasi Z merupakan pengguna teknologi digital aktif, cenderung terpisah dari nilai-nilai budaya lokal, sehingga dibutuhkan pendekatan yang memadukan budaya dengan teknologi untuk menciptakan kesadaran budaya yang lebih tinggi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak kegiatan wisata budaya terhadap pemahaman dan komunikasi antar budaya di kalangan Generasi Z di Baubau. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik observasi, wawancara mendalam, dan survei terhadap peserta program wisata budaya. Data yang diperoleh dianalisis untuk menilai perubahan dalam pemahaman budaya, partisipasi aktif, dan interaksi antar budaya melalui media digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program wisata budaya ini berhasil meningkatkan minat Generasi Z terhadap warisan budaya lokal dan memperkuat komunikasi antar budaya melalui platform digital. Peserta menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap keragaman budaya dan mampu menggunakan media sosial untuk berbagi pengalaman budaya yang pada gilirannya menciptakan interaksi yang lebih inklusif dan membuka ruang untuk dialog antar budaya yang lebih konstruktif. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan model wisata budaya yang relevan untuk Generasi Z di era digital.</p>
---	--

## INTRODUCTION

Perkembangan teknologi digital, globalisasi budaya, dan tren pariwisata yang semakin personal telah memengaruhi cara generasi muda, khususnya Generasi Z, memaknai perjalanan wisata (Anward et al., 2024). Generasi Z yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an merupakan kelompok digital native yang memiliki karakteristik unik, kritis, kreatif, mencari pengalaman autentik, dan sangat terhubung dengan media sosial. Dalam konteks pariwisata, mereka tidak hanya menjadi konsumen destinasi, tetapi juga menjadi produsen narasi budaya melalui konten digital yang mereka ciptakan dan bagikan secara luas (Jayatissa, 2023). Di sisi lain, wisata budaya sebagai bentuk pariwisata yang berfokus pada interaksi dengan warisan budaya lokal, tradisi, seni, dan identitas komunitas menjadi semakin relevan dalam upaya pelestarian budaya dan pemberdayaan ekonomi lokal (Fida et al., 2024). Namun, tantangan muncul ketika intensitas mobilitas wisatawan muda terutama yang didorong oleh tren media sosial berpotensi mereduksi makna budaya menjadi sekadar komoditas visual. Fenomena ini dapat menyebabkan *cultural superficiality*, yaitu pemahaman budaya yang dangkal karena hanya dikonsumsi secara visual dan instan (Arif et al., 2024).

Di tengah perkembangan pariwisata global, terjadi pergeseran nilai dalam cara wisatawan memaknai pengalaman perjalanan (George, 2025). Wisata budaya menjadi bentuk pariwisata yang terus mengalami perkembangan pesat karena menggabungkan aspek rekreasi dan edukasi, sekaligus membuka ruang bagi pelestarian nilai-nilai tradisional (Komonmanee Kettapan & Onuma Suphattanakul, 2024). Dalam konteks ini, peran wisatawan tidak lagi pasif, melainkan aktif membentuk pengalaman dan bahkan konstruksi makna budaya yang mereka akses. Generasi Z menjadi aktor utama dalam dinamika baru ini. Sebagai generasi yang tumbuh dalam era digital, mereka memiliki karakteristik unik: cepat mengakses informasi, sangat visual, dan terdorong oleh kebutuhan untuk mengekspresikan diri secara online (Grigoreva et al., 2021). Dalam praktik wisata budaya, Generasi Z tidak hanya mengalami budaya lokal secara langsung, tetapi juga mengabadikan, menyunting, dan menyebarkannya melalui media sosial. Akibatnya, citra budaya menjadi sesuatu yang cair, estetis, dan kadang terlepas dari konteks otentiknya (Martínez-Rodríguez, 2025).

Kajian mengenai wisata budaya selama ini lebih banyak menekankan pada aspek ekonomi, promosi destinasi, dan pelestarian budaya lokal. Penelitian-penelitian sebelumnya di Indonesia menunjukkan bahwa wisata budaya menjadi salah satu strategi

pembangunan daerah untuk memperkuat identitas dan daya tarik pariwisata (Barbe & Neuburger, 2021). Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menghubungkan dimensi wisata budaya, mobilitas Generasi Z, representasi budaya, dan komunikasi antarbudaya secara dalam konteks lokal Kota Baubau. Penelitian ini mengkaji Generasi Z bukan hanya sebagai wisatawan, tetapi juga sebagai agen representasi budaya yang aktif menciptakan narasi melalui media digital. Penelitian ini menempatkan media sosial sebagai ruang komunikasi antarbudaya yang memengaruhi bagaimana budaya lokal Baubau dipersepsikan, dipromosikan, dan dinegosiasikan oleh Generasi Z dalam interaksi lintas budaya. Ketiga, penelitian ini menghasilkan model strategi komunikasi berbasis digital yang tidak hanya berfungsi sebagai promosi wisata, tetapi juga sebagai sarana pelestarian nilai budaya lokal. Dengan demikian, penelitian ini memperluas diskursus komunikasi pembangunan dan budaya melalui perspektif baru yang relevan dengan dinamika era digital.

## **METHOD**

Desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian kualitatif dengan studi kasus etnografi komunikasi (Amuomo & Odoyo, 2020). Desain ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemaknaan, representasi, dan praktik komunikasi Generasi Z dalam mengonstruksi wisata budaya melalui pengalaman mobilitas dan penggunaan media digital (Ivasciuc et al., 2024). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami realitas sosial-budaya secara kontekstual, terutama bagaimana budaya lokal direpresentasikan, dinegosiasikan, dan dikomunikasikan dalam interaksi antar budaya di ruang digital dan ruang fisik wisata. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan analisis konten digital (Sánchez Bracho et al., 2021). Observasi partisipatif digunakan untuk mengamati secara langsung praktik wisata budaya dan pola interaksi komunikasi antarindividu di lokasi penelitian (Castillo-Pinta et al., 2024). Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali pandangan, pengalaman, dan makna yang dibangun oleh Generasi Z terkait budaya lokal dan mobilitas wisata (Ikhwan et al., 2023). Analisis konten digital dilakukan terhadap konten media sosial dan platform digital lainnya yang menampilkan representasi budaya guna memahami narasi, simbol, dan pesan komunikasi yang diproduksi serta disirkulasikan di ruang digital (Hervansyah et al., 2025). Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Flores-Kanter & Medrano, 2019). Data yang telah dikumpulkan dikodekan

secara tematik untuk mengidentifikasi pola representasi budaya, bentuk komunikasi antarbudaya, serta dinamika mobilitas Generasi Z. Selanjutnya data dianalisis secara interpretatif dengan mengaitkan temuan empiris dengan teori komunikasi budaya dan komunikasi pariwisata digital (Chen & Ma, 2018). sehingga diperoleh pemahaman yang utuh, logis, dan kontekstual mengenai peran Generasi Z dalam merepresentasikan wisata budaya di era digital.

## **RESULTS AND DISCUSSION**

Sejarah dan kebudayaan Buton merupakan fondasi penting dalam memahami praktik wisata budaya dan mobilitas Generasi Z di Kota Baubau, khususnya dalam konteks representasi budaya dan komunikasi antarbudaya di era digital. Budaya Buton tidak hanya hadir sebagai warisan masa lalu, tetapi sebagai sistem makna yang terus dinegosiasikan melalui interaksi antara masyarakat lokal, wisatawan, dan media digital. Kesultanan Buton di kenal dengan sistem pemerintahan berbasis konstitusi adat. Baik dari Sejarah buton, budaya tenun, tarian tradisional dan kuliner tradisional buton(Lio et al., 2024). Yang menjadi praktek representasi budaya generasi z saat ini sebagai bentuk dari komunikasi antar budaya baik secara langsung maupun melalui media digital. Penggunaan media digital hadir tepat di tengah kemajuan dunia dan di kehidupan generasi Z, sehingga mempermudah mereka mengakses dan mempromosikan wisata budaya dengan proses komunikasi antar budaya di era digital(Barbe & Neuburger, 2021).

Penelitian ini menemukan bahwa Generasi Z menunjukkan preferensi kuat terhadap pengalaman wisata budaya yang otentik dan bermakna, yang dipengaruhi oleh daya tarik budaya lokal serta pengalaman digital yang mendukung interaksi budaya. Studi internasional menunjukkan bahwa Gen Z cenderung memilih pengalaman wisata yang tidak hanya bersifat rekreatif tetapi juga berupa pengalaman budaya yang memperkaya pemahaman mereka terhadap nilai-nilai lokal dan identitas sosial di destinasi wisata. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan pergeseran preferensi Gen Z ke arah wisata berorientasi pengalaman dan nilai budaya dalam perilaku wisatanya.

Hasil penelitian di Kota Baubau menunjukkan bahwa penggunaan platform digital seperti media sosial dan konten interaktif memperluas jangkauan informasi budaya serta membentuk persepsi positif terhadap destinasi budaya. Generasi Z memanfaatkan media digital untuk mencari informasi tentang tujuan wisata budaya, berbagi pengalaman, dan berinteraksi dengan komunitas lintas budaya, yang memperkuat pemahaman mereka

terhadap keragaman sosial dan budaya setempat. Ini diperkuat oleh studi yang menunjukkan peran literasi digital dalam preferensi tujuan wisata dan promosi destinasi



Gambar 1. Wawancara Bersama Generasi Z menyambut wisatawan internasional

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa citra destinasi budaya yang kuat meningkatkan keputusan Gen Z untuk mengunjungi tempat budaya. Citra inilah yang kerap dibentuk oleh pengalaman digital seperti foto, video, ulasan online, dan konten kreatif yang dibagikan secara daring. Sinergi antara citra destinasi dan pengalaman digital membangun ekspektasi kuat terhadap budaya lokal sebelum kunjungan fisik, sehingga generasi Z lebih termotivasi untuk mengalami budaya tersebut secara langsung. Hal ini sesuai dengan hasil studi tentang image dan motivasi wisata budaya yang signifikan memengaruhi keputusan wisata Gen Z.

Penelitian menemukan pula bahwa teknologi seperti augmented reality (AR) dan konten multimedia interaktif dapat memperkaya pengalaman wisata budaya bagi Gen Z. Integrasi teknologi ini memungkinkan narasi budaya disampaikan dengan cara yang lebih menarik, sehingga memperkuat komunikasi antar budaya dengan visualisasi cerita sejarah, tradisi, dan praktik budaya yang mendalam. Ini konsisten dengan penelitian yang mengeksplorasi penggunaan gamifikasi dan teknologi untuk pemasaran wisata budaya yang lebih menarik bagi generasi muda. Analisis komunikasi budaya digital mengungkap bahwa konten media sosial yang dibuat oleh Gen Z tidak hanya menampilkan destinasi

tetapi juga mendorong dialog lintas budaya, terutama ketika konten-konten tersebut mengundang komentar, cerita pengalaman, dan pertukaran informasi antar pengguna dari latar budaya berbeda. Proses ini memperluas pemahaman Gen Z tentang nilai budaya lain dan membangun kompetensi komunikasi budaya yang lebih kompleks di era digital.

Konteks lokal Baubau menunjukkan bahwa kolaborasi antara pemangku kepentingan seperti pemerintah daerah, pelaku budaya lokal, dan komunitas Gen Z sangat penting untuk memaksimalkan mobilitas budaya. Strategi kolaboratif ini melibatkan pelatihan literasi digital, pembuatan konten budaya, serta penyediaan fasilitas digital di objek wisata budaya agar informasi bu Penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan storytelling digital yang dikembangkan oleh pelaku budaya setempat memperkuat narasi budaya khas Baubau, sehingga menarik minat Gen Z yang mencari pengalaman autentik. Narasi yang efektif biasanya menggabungkan elemen visual, sejarah, dan keterlibatan masyarakat lokal yang membuat komunikasi budaya lebih hidup dan mampu membangun hubungan emosional dengan pengunjung Gen Z. Temuan penelitian mengenai mobilitas Gen Z di era digital menggarisbawahi bahwa akses internet yang stabil dan konten digital yang relevan budaya secara signifikan mempengaruhi keputusan untuk mengunjungi destinasi budaya. Akses ini memfasilitasi kecepatan penyebaran informasi dan partisipasi aktif Gen Z dalam komunitas wisata budaya digital. daya dapat diakses lebih luas dan interaktif.



Gambar 1.2. Paparan materi dan FGD bersama generasi Z

Penelitian menunjukkan bahwa Gen Z menggunakan media digital sebagai media interaksi transnasional, memungkinkan mereka untuk bertukar pengetahuan budaya dan perspektif dengan pengguna dari komunitas global. Ini menjadi aspek penting yang mendorong pemahaman lintas budaya dan penghargaan terhadap keragaman budaya

melalui wisata budaya digital. Penelitian ini menguatkan argumen bahwa digitalisasi wisata budaya tidak hanya meningkatkan mobilitas Gen Z tetapi juga memperluas cakupan komunikasi antar budaya, terutama melalui interaksi digital yang bersifat kolaboratif dan partisipatif. Penguatan kapasitas digital budaya lokal menjadi strategi utama untuk memperkuat hubungan budaya antara wisatawan Gen Z & komunitas lokal.

## CONCLUSION

Penelitian ini menunjukkan bahwa mobilitas Generasi Z melalui wisata budaya di Kota Baubau sangat dipengaruhi oleh peran teknologi digital yang memfasilitasi komunikasi antar budaya. Generasi Z yang lebih terhubung dengan media sosial dan platform digital, cenderung memilih pengalaman wisata yang tidak hanya memberikan hiburan tetapi juga memperkenalkan mereka pada nilai-nilai budaya lokal yang autentik. Dengan akses mudah ke informasi melalui internet dan media sosial, Gen Z dapat lebih cepat memperoleh pengetahuan tentang destinasi wisata budaya serta berinteraksi dengan komunitas lintas budaya. Ini membuktikan pentingnya kolaborasi antara pemerintah daerah, pelaku budaya lokal, dan komunitas digital untuk memaksimalkan potensi wisata budaya melalui teknologi digital. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa teknologi seperti storytelling digital memiliki potensi besar dalam memperkaya pengalaman wisata budaya bagi Generasi Z. Teknologi ini tidak hanya membuat informasi budaya lebih menarik dan mudah diakses, tetapi juga membantu membangun komunikasi budaya yang lebih dalam dan bermakna. Dengan demikian, strategi pengembangan wisata budaya di Kota Baubau harus mengintegrasikan elemen digital yang mendalam dan inovatif agar dapat menarik minat Gen Z dan memperkuat hubungan antar budaya di era digital.

## REFERENCES

- Amuomo, N., & Ooyo, C. O. (2020). ETHNOGRAPHY, ITS STRENGTHS, WEAKNESSES AND ITS APPLICATION IN INFORMATION TECHNOLOGY AND COMMUNICATION AS A RESEARCH DESIGN. *Computer Science and Information Technology*, 8(2), 50–56. <https://doi.org/10.13189/CSIT.2020.080203>
- Anward, R. J., Simon, H. E., & Nurhidayati, S. E. (2024). EXPLORING GENERATION Z'S INFLUENCE ON TOURISM INDUSTRY: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS. *Ecoplan*, 7(2), 176-185. <https://doi.org/10.20527/ecoplan.v7i2.811>

- Arif, S., Siallagan, L., Eka Fitri, N., Panjaitan, T., Hartati, D., Silitonga, E. C., & Nazra, Y. (2024). EMPOWERING KARO CULTURAL TOURISM THROUGH “TEMBUT-TEMBUT MASK” AS AN EFFORT TO IMPROVE THE EXISTENCE OF CULTURAL HERITAGE. *Matapena: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 7(2), 200–210. <https://doi.org/10.36815/matapena.v7i02.3487>
- Barbe, D., & Neuburger, L. (2021). GENERATION Z AND DIGITAL INFLUENCERS IN THE TOURISM INDUSTRY. In *Generation Z Marketing and Management in Tourism and Hospitality: The Future of the Industry* (pp. 167–192). Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-70695-1\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-030-70695-1_7)
- Castillo-Pinta, E. J., Jiménez, O. D., & García-Macías, P. (2024). ETHNOGRAPHY OF TOURISM IN SARAGURO: EXPLORING THE DYNAMIC LEGACY OF SUMAK KAWSAY IN LOCAL CULTURE AND HERITAGE (pp. 280–284). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-60328-0\\_28](https://doi.org/10.1007/978-3-031-60328-0_28)
- Chen, Z., & Ma, J. (2018). FROM INTERPRETATION TO DEDUCTION: A STUDY ON THE EXPERIENCE DESIGN METHOD OF DIGITIZED COMMUNICATION OF CULTURAL HERITAGE. In *Lecture Notes in Computer Science* (Vol. 10902, pp. 281–289). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-91244-8\\_23](https://doi.org/10.1007/978-3-319-91244-8_23)
- Fida, W. N., Putra, M. R. A., Hidayatullah, M., & Ramadan, J. S. (2024). PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI SEBAGAI SARANA PROMOSI TERHADAP KEMAJUAN DESTINASI WISATA DI KABUPATEN BUTON. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 3(8), 731–738. <https://doi.org/10.53625/jpm.v3i8.8408>
- Flores-Kanter, P. E., & Medrano, L. A. (2019). NÚCLEO BÁSICO EN EL ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS: PASOS, TÉCNICAS DE IDENTIFICACIÓN DE TEMAS Y FORMAS DE PRESENTACIÓN DE RESULTADOS. *Interdisciplinaria: Revista de Psicología y Ciencias Afines*, 36(2), 203–216. <https://doi.org/10.16888/interd.2019.36.2.13>
- George, B. (2025). DIGITAL BUSINESS EXPANSION IN TOURISM: STRATEGIES FOR ENHANCING DESTINATION BRANDING THROUGH TECHNOLOGY. *JMM 17: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 12(1), 134–141. <https://doi.org/10.30996/jmm17.v12i1.131829>

- Grigoreva, E., Garifova, L., & Polovkina, E. A. (2021). CONSUMER BEHAVIOR IN THE INFORMATION ECONOMY: GENERATION Z. *International Journal of Financial Research* 12(2)164-171. <https://doi.org/10.5430/IJFR.V12N2P164>
- Hervansyah, G. H., Purwanto, E., Pratama, R. P., Saputra, N. B., & Rifai, R. (2025). DIGITALISASI TRADISI BUDAYA MELALUI PLATFORM MEDIA BARU. *Interaction Communication Studies Journal*, 2(2), 8. <https://doi.org/10.47134/interaction.v2i2.4283>
- Ikhwan, S. W. F., Chendraningrum, D., & Karnawati, H. (2023). ANALISIS POLA PERGERAKAN WISATAWAN GEN Z DI YOGYAKARTA YANG BERKUNJUNG KE CANDI PRAMBANAN. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(2), 157–165. <https://doi.org/10.37253/altasia.v5i2.7850>
- Ivasciuc, I. S., Candrea, A. N., Ispas, A., & Piuaru, B.-A. M. (2024). A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF GENERATION Z AND TOURISM RESEARCH: INSIGHTS FROM VOSVIEWER MAPPING. *Administrative Sciences*, 14(12), 337. <https://doi.org/10.3390/admsci14120337>
- Jayatissa, K. A. D. U. (2023). GENERATION Z – A NEW LIFELINE: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. *Sri Lanka Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(2), 179–186. <https://doi.org/10.4038/sljssh.v3i2.110>
- Komonmanee Kettapan, & Suphattanakul, O. (2024). THE INFLUENCES OF TOURISM IMAGE AND MOTIVATION ON THE CULTURAL TOURISM DECISIONS OF GENERATION Z. *Evolutionary Studies in Imaginative Culture*, 104–116. <https://doi.org/10.70082/esiculture.vi.675>
- Martínez-Rodríguez, B. (2025). CONECTANDO CULTURAS: REDES SOCIALES, OFERTA CULTURAL E INTERESES DE LA GENERACIÓN Z EN ENTORNOS LOCALES. *Profesional de la Información*, 33(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2024.0609>
- Sánchez Bracho, M., Fernández, M., & Díaz, J. (2021). TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN: ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO REALIZADO POR EL INVESTIGADOR CUALITATIVO. *Revista Científica UISRAEL*, 8(1), 107–121. <https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400>