



Relasi Sosial Generasi Muda Dalam Pengembangan Wisata Budaya Di Era Society 5.0

Social Relations of The Young Generation in The Development of Cultural Tourism in The Society Era 5.0

Muhammad Ziauddin Mas'ud¹, Gina Puspitasari Rochman²

¹Universitas Islam Bandung, Bandung

²Universitas Islam Bandung, Bandung

Corresponding author : gina.puspitasari@unisba.ac.id

Abstrak

Evolusi bidang teknologi dan komunikasi berkontribusi terhadap pembangunan kota cerdas dan berkelanjutan, termasuk di sektor pariwisata. Pemuda sebagai pengguna atau bahkan inovator di bidang tersebut berpotensi mendorong percepatan pembangunan pariwisata melalui partisipasinya di masyarakat. Kontribusi pemuda bagi masyarakat seringkali tidak dipandang karena adanya stereotip tentang usia dan kapasitas mereka. Namun, studi sebelumnya menjelaskan bahwa pemuda mampu berkontribusi dan berkinerja baik dalam komunitas. Untuk itu, studi ini bertujuan menganalisis relasi sosial generasi muda dalam mendukung pengembangan wisata budaya di era Society 5.0. Studi ini mempelajari pengetahuan, jejaring, dan interaksi sosial generasi muda di Kota Cirebon yang mana kota ini tengah mengembangkan wisata budaya sebagai bagian dari upaya pelestarian budaya dan peningkatan pembangunan ekonomi kota. Pendekatan penelitian kuantitatif diterapkan dengan menggunakan metode analisis skoring terhadap hasil kuesioner. Responden sebanyak 100 sampel dan merupakan penduduk Kota Cirebon berusia 18-35 tahun yang dipilih secara acak. Studi ini menyimpulkan bahwa pemuda di Kota Cirebon mengetahui dengan baik kebudayaan dan potensi wisata budaya di Kota Cirebon atau sebesar 82,6 persen, tetapi jejaring dan interaksi sosial di dalam pelestarian budaya dan pengembangan wisata budaya cukup rendah masing – masing sebesar 70,8 persen dan 68 persen. Hasil ini menyimpulkan bahwa pengetahuan pemuda mengenai kebudayaan dan potensi wisata tidak sejalan atau bahkan tidak memotivasi pemuda untuk berpartisipasi di dalamnya. Untuk itu, studi ini merekomendasikan upaya pelestarian budaya dan pengembangan wisata budaya melalui pemanfaatan inovasi di bidang teknologi dan komunikasi yang diharapkan dapat memotivasi keterlibatan generasi muda.

Kata Kunci : Relasi Sosial, Generasi Muda, Society 5.0, Wisata Budaya

Abstract

The evolution of the field of technology and communication contributes to the development of smart and sustainable cities, including in the tourism sector. Youth as users or even innovators in this field have the potential to encourage the acceleration of tourism development through their participation in the community. The contribution of youth to society is often overlooked due to stereotypes about their age and capacities. However, previous studies have shown that youth are able to contribute and perform well in the community. For this reason, this study aims to analyze the social relations of the younger generation in supporting the development of cultural tourism in the Society 5.0 era. This study examines the knowledge, networks, and social interactions of the young generation in Cirebon City, where the city is currently developing cultural tourism as part of efforts to preserve culture and increase the city's economic development. The quantitative research approach is applied by using the scoring analysis method on the results of the questionnaire. Respondents were 100 samples and were residents of Cirebon City aged 18-35 years who were randomly selected. This study concludes that youth in Cirebon City know well the culture and potential of cultural



tourism in Cirebon City or 82.6 percent, but social networking and interaction in cultural preservation and cultural tourism development are quite low at 70.8 percent and 68 percent. These results conclude that youth's knowledge of culture and tourism potential is not in line or even does not motivate youth to participate in it. Thus, this study recommends efforts to preserve culture and develop cultural tourism through the use of innovations in technology and communication which are expected to motivate the involvement of the younger generation.

Keywords: *Social Relations, Young Generation, Society 5.0, Cultural Tourism*

PENDAHULUAN

Era millennial atau usia yang lebih muda sangat diidentikkan dengan era *society 5.0*. Dimana dengan *General Public 5.0*, masyarakat dididik untuk memiliki pilihan untuk menggabungkan kehidupan antara dunia maya dan realitas masa kini dengan baik, sehingga akan berdampak positif dan selaras dengan hakikat keberadaan manusia. (Rezky et all., 2019). Di mata publik 5.0, nilai baru yang diciptakan melalui kemajuan inovatif dapat membatasi penyimpangan manusia dan masalah moneter di kemudian hari. *Society 5.0* Dalam istilah dasar, ia cenderung diuraikan sebagai gagasan masyarakat yang berfokus pada manusia dan berbasis inovasi (Mardiya, 2019).

Peran kaum muda dalam peningkatan sosial industri wisata budaya di kota Cirebon sangat penting karena remaja sebenarnya sebagai klien atau bahkan *trend-setter* di bidang ini mungkin dapat mendukung kecepatan peningkatan kemajuan industri travel. melalui minat mereka secara lokal. Usia muda dengan segala manfaatnya diandalkan untuk menjadi penghubung antara sosial industri perjalanan dan peningkatan inovasi di masa masyarakat 5.0, seiring kemajuan sosial kemajuan industri perjalanan. Dipercaya bahwa batas yang digerakkan oleh usia yang lebih muda dapat membuat hubungan yang bersahabat antara penghuni terdekat dan pelancong (Putra, 2013).

Sementara itu, industri perjalanan wisata berbasis budaya merupakan salah satu bentuk kegiatan industri perjalanan wisata yang memanfaatkan budaya sebagai objek utamanya. Industri perjalanan semacam ini diakui dari kunjungan minat unik lainnya. Ada 12 komponen budaya yang dapat menarik dalam penampilan traveler, yaitu: (bahasa), masyarakat (adat istiadat), hasil karya (kerja telaten), pola makanan dan pola makan (sumber makanan dan pola makan), musik dan ekspresi (pengerjaan dan musik) , sejarah ruang. tempat (sejarah kabupaten), karya dan inovasi (karya dan inovasi), (agama) dikomunikasikan dalam cerita atau sesuatu yang dapat dilihat, struktur dan atribut bangunan di setiap lokasi wisatawan (desain merek dagang terdekat), peraturan pakaian penghuni lingkungan (pakaian dan pakaian), kerangka instruksi (*instructive framework*), dan latihan relaksasi (Osin & Purwaningsih, 2020).

Fungsi dari relasi sosial dalam peningkatan wisata budaya adalah pertama, hubungan sosial bekerja dengan perkembangan data tentang berbagai jenis persyaratan ekologi. Kewenangan data memainkan peran penting dalam meramalkan



kebutuhan yang berkembang dan tercipta di arena publik. Kedua, relasi sosial secara tegas dikaitkan dengan dampak yang dapat menjadi kekuatan untuk menggalang dukungan. Ketiga, relasi sosial adalah media untuk menanamkan dan menyebarkan kepercayaan sehingga individu dapat membina hubungan yang bermanfaat secara umum. Keempat, relasi sosial adalah media yang mendukung kepribadian sehingga individu dapat dengan mudah mengembangkan koneksi yang saling menghargai antar sesama. Kesamaan ini membuat kondisi membantu untuk berbagi kepentingan (Fathy, 2019).

Cirebon sendiri memiliki sesuatu yang berbeda dan keunikannya sendiri, misalnya keberadaan tiga keraton bersejarah di Cirebon, yang seringkali sejalan dengan perkembangan Islam di Sunda. Desain kaligrafi, lukisan kaca, kreasi batik, pembuatan rotan, ekspresi sosial tepi laut. Tempat wisata, destinasi sejarah, hingga kuliner yang berbeda merupakan perpaduan dari berbagai negara yang telah tersedia di Cirebon. Motivasi di balik tinjauan ini adalah untuk memecah hubungan sosial usia yang lebih muda dalam mendukung peningkatan sosial industri perjalanan di era *society* 5.0. Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis relasi sosial generasi muda dalam mendukung pengembangan wisata budaya di era *society* 5.0. Studi ini mengkaji informasi, organisasi, dan kerjasama sosial generasi muda di Kota Cirebon, Dimana kota tersebut saat ini sedang mengembangkan wisata budaya sebagai bagian dari upaya pelestarian budaya dan peningkatan pembangunan ekonomi kota (Hariyanto, 2016).

METODE

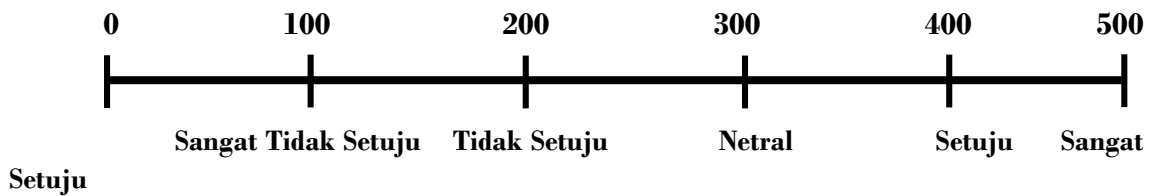
Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan informasi akan menggunakan penelitian survey, yang memanfaatkan kuesioner sebagai instrumen estimasi untuk mengumpulkan informasi responden. Sedangkan strategi pembobotan adalah teknik yang digunakan jika masing-masing karakter memainkan peran alternatif atau sebaliknya jika memiliki beberapa batasan untuk memutuskan relasi sosial/urban tolerance atau semacamnya. Metode pengumpulan informasi dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pemuda berusia 18-35 tahun yang merupakan penduduk Kota Cirebon yang dipilih secara acak. Kemudian dari hasil responden yang ada akan ditentukan kriteria skor yaitu sangat tidak setuju – skor 1, tidak setuju – skor 2, kurang setuju – skor 3, setuju – skor 4, dan sangat setuju – skor 5. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS for Windows Versi 21 dan dengan metode Pearson Correlation. Hasilnya valid dan reliable. Berikut merupakan skor berdasarkan 100 orang responden dan menggunakan rumus perhitungan Skor Ideal = Nilai Skala x Jumlah Responden. (Rijal Nur et al., 2019).



Tabel 1
Penentuan Skor Ideal

Rumus	Jawaban
$5 \times 100 = 500$	Sangat Setuju (SS)
$4 \times 100 = 400$	Setuju (S)
$3 \times 100 = 300$	Netral (N)
$2 \times 100 = 200$	Tidak Setuju (TS)
$1 \times 100 = 100$	Sangat Tidak Setuju (STS)

Setelah didapatkan skor maksimal dari setiap kategori jawaban, kemudian ditentukan *rating scale* untuk mengetahui jarak interval antar nilai seperti berikut, Kemudian dilakukan analisis berdasarkan presentase terhadap skor tersebut.



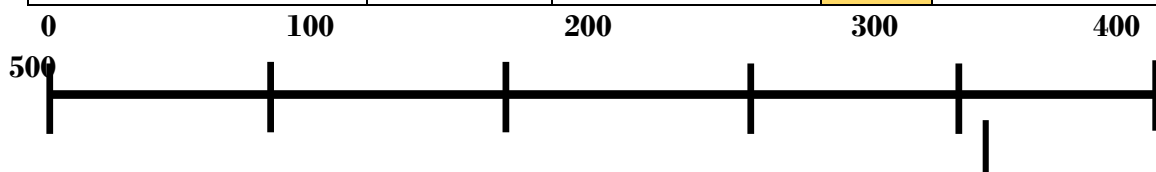
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis, pengetahuan generasi muda di Kota Cirebon mengenai kebudayaan dan potensi wisata budaya memiliki skor total 413. Skor tersebut menunjukkan perolehan 82,6% dari keseluruhan nilai skor maksimum. Berikut merupakan hasil analisis skoring untuk pengetahuan generasi muda terhadap kebudayaan dan wisata budaya di Kota Cirebon.



Tabel 2
Kategori dan Hasil Skor Variabel Kebudayaan dan Wisata Budaya

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)	Skor	Total Skor
Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1	1
Tidak Setuju	2	2,0	2	4
Netral	13	13,0	3	39
Setuju	51	51,0	4	204
Sangat Setuju	33	33,0	5	165
Jumlah	100	100		413



413

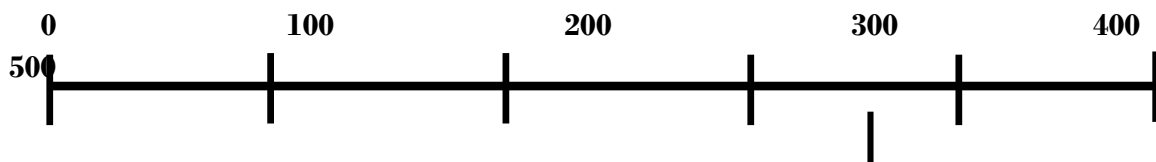
Kebudayaan dan Wisata

Budaya

Sementara itu, variabel jejaring sosial sendiri di Kota Cirebon cukup tergolong rendah dengan nilai skor 354 dengan presentase sebesar 68%. Sedangkan, untuk interaksi sosial memiliki total skor 340 dengan presentase sebesar 70,8% dari keseluruhan total skor. Sebagaimana dapat dilihat pada tabel dan rating scale berikut ini.

Tabel 3
Kategori dan Hasil Skor Variabel Jejaring Sosial

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)	Skor	Total Skor
Sangat Tidak Setuju	5	5,0	1	5
Tidak Setuju	11	11,0	2	22
Netral	28	28,0	3	84
Setuju	37	37,0	4	148
Sangat Setuju	19	19,0	5	95
Jumlah	100	100		354



354

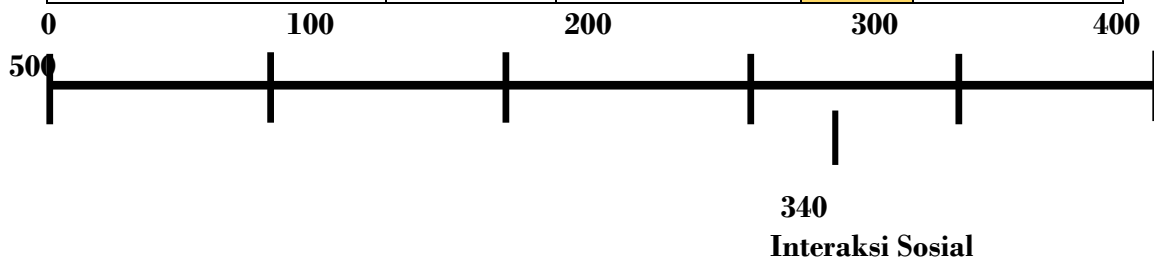
Jejaring Sosial

Tabel 4



Kategori dan Hasil Skor Variabel Interaksi Sosial

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)	Skor	Total Skor
Sangat Tidak Setuju	3	3,0	1	3
Tidak Setuju	16	16,0	2	32
Netral	31	31,0	3	93
Setuju	38	38,0	4	152
Sangat Setuju	12	12,0	5	60
Jumlah	100	100		340



Dari hasil analisis variabel kebudayaan dan wisata budaya, bahwa generasi muda di Kota Cirebon berpotensi dalam mengembangkan wisata budaya yang ada di era society 5.0, Karena generasi milenial sendiri diharapkan mampu dalam mengoptimalkan peluang dan tantangan dalam menghadapi era society 5.0. di Indonesia sendiri untuk industri pariwisata saat ini telah menduduki posisi nomor dua sebagai penyumbang devisa terbesar di Indonesia. Pencapaian hal tersebut bukanlah sesuatu yang tidak disengaja, beberapa strategi dilakukan oleh pemerintah untuk mencapai posisi tersebut salah satunya adalah strategi pemasaran /marketing dalam bidang pariwisata. perkembangan pariwisata Indonesia akan mengandalkan teknologi digital untuk mengakselerasi pertumbuhannya dan dalam menghadapi destinasi wisata berkonsep kekinian. Penggunaan teknologi digital dirasa paling tepat di era milenial saat ini, Karena itu, industri pariwisata pun harus mengandalkan teknologi digital. Tumbuhnya sektor pariwisata Indonesia juga didorong tingginya minat masyarakat melakukan perjalanan wisata, terutama oleh generasi milenial.

Tetapi generasi muda di Kota Cirebon dalam hal interaksi sosial dan jejaring sosial sangat rendah dikarenakan pengetahuan pemuda mengenai kebudayaan dan potensi wisata tidak sejalan atau bahkan tidak memotivasi pemuda untuk berpartisipasi di dalamnya. Hal ini perlu diperhatikan untuk melibatkan generasi muda dalam aktivitas kepariwisataan sangat perlu ditingkatkan untuk melatih generasi muda dalam berkreativitas secara mandiri melalui aktivitas kepariwisataan. Sektor pariwisata yang membutuhkan pengembangan sangat membutuhkan partisipasi generasi muda dalam berjuang mengembangkan sektor tersebut sehingga potensi wisata budaya yang ada dapat dimanfaatkan untuk mensejahterakan masyarakat yang ada di Kota Cirebon. Generasi muda merupakan garda terdepan yang mengetahui potensi daerah dan juga paham akan perkembangan teknologi di era society 5.0.



KESIMPULAN

Hasil ini menyimpulkan bahwa pengetahuan pemuda mengenai kebudayaan dan potensi wisata tidak sejalan atau bahkan tidak memotivasi pemuda untuk berpartisipasi di dalamnya. Hal ini dibuktikan dari hasil responden generasi muda di Kota Cirebon yang sudah di analisis menggunakan analisis skoring skala likert dan rating scale dari 100 responden yang ada. Dari total 100 responden untuk variabel kebudayaan dan wisata budaya yang telah dianalisis diperoleh 82,6% sedangkan untuk variabel interaksi sosial dan jejaring sosial yaitu 68% untuk interaksi sosial dan 70,8% untuk jejaring sosial.

Studi ini merekomendasikan upaya pelestarian budaya dan pengembangan wisata budaya melalui pemanfaatan inovasi di bidang teknologi dan komunikasi yang diharapkan dapat memotivasi keterlibatan generasi muda. Dalam pengembangan wisata budaya di era *society* 5.0, generasi muda sangat berperan penting dalam meningkatkan dan menjaga keberlangsungan wisata budaya yang ada, dengan cara ikut berpartisipasi dalam kegiatan budaya dan juga siap dalam menghadapi era *society* 5.0. Generasi muda sebagian besar memiliki sifat atau karakter sebagai klien media dan inovasi canggih dan juga usia yang generasi muda adalah konsumen wisatawan yang sangat potensial. Terlepas dari jumlah yang sangat besar, karakter mereka secara tidak langsung sangat kuat dalam siklus perkembangan pariwisata budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Drs. Mardiya. (2019, November 29). Mengenal Konsep Society 5.0. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana UNNES*, 2019. <https://proceeding.unnes.ac.id/index.php/snpasca/article/view/424/265>
- Fathy, R. (2019). Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jps.v6i1.47463>
- Hariyanto, O. I. B. (2016). Destinasi Wisata Budaya dan Religi di Cirebon. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 214–222. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/830>
- Heliany, I. (2019). *Wonderful Digital Tourism Indonesia Dan Peran Revolusi Industri Dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital 5 . 0*. 1(1), 21–35. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/DESTINESIA/article/view/551/352>
- Osin, R. F., & Purwaningsih, N. K. (2020). Peran Generasi Milenial Dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Ilmiah Manajemen*



Dan, 5(2), 63–74. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2690>

- Prabawati, N. P. D. (2019). Peran Pemuda Dalam Kegiatan Pengembangan Pariwisata Di Desa Tibubeneng, Kabupaten Badung, Bali. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 13(1), 73–84. <https://doi.org/10.47608/jki.v13i12019.73-84>
- Putra, G. S. P. (2013). *PARTISIPASI PEMUDA DALAM PENGEMBANGAN AGROWISATA DI DESA BERJO, NGARGOYOSO, KARANGANYAR*. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/33105/Partisipasi-Pemuda-Dalam-Pengembangan-Agrowisata-Di-Desa-Berjo-Ngargoyoso-Karanganyar>
- Rezky, M. P., Sutarto, J., Prihatin, T., Yulianto, A., Haidar, I., & Surel, A. (2019). Generasi Milenial yang Siap Menghadapi Era Revolusi Digital (Society 5.0 dan Revolusi Industri 4.0) di Bidang Pendidikan Melalui Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana UNNES, 2019*, 1118–1125. <https://proceeding.unnes.ac.id/index.php/snpasca/article/view/424/265>
- Rijal Nur, A. A., Purnama Alam, A. R., & Anggi, A. (2019). Pengaruh Kemasan Produk Susu Bear Brand Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Oze Power Switch Di Makassar. *Movere Journal*, 1(2), 111–120. <https://doi.org/10.53654/mv.v1i2.63>