
TREN WISATA HOROR DIKALANGAN GENERASI Z

Oleh

Jovan Abdul Asyraf¹⁾, Elly Malihah²⁾, Rini Andari³⁾¹Departemen Magister Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia.²Sekolah Pascasarjana, Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia.E-mail: jovanasyraf25@gmail.com**Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi Perkembangan tren wisata horor dikalangan Generasi Z di Kota Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, untuk menyajikan gambaran lengkap tentang Tren Wisata Penelusuran Destinasi *Dark Tourism* oleh Generasi Z di Kota Bandung. Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi sejauh mana Tren Wisata Penelusuran Destinasi *Dark Tourism* oleh Generasi Z di Kota Bandung sebagai media mengenal sejarah suatu destinasi. Penelitian ini dilakukan dengan membahas Pariwisata, *Dark Tourism*, *Ghost Tour*, Sejarah, *New Media*, dan Generasi Z dengan studi kasus di Kota Bandung.

PENDAHULUAN

Kota wisata identik dengan kota Bandung yang memang sudah terkenal sebagai tujuan wisata atau rekreasi sejak lama, bahkan semenjak penjajahan Belanda. Dari sekian banyak destinasi wisata yang dapat dilakukan di Bandung, sebagian besar kegiatannya adalah wisata massal, seperti kuliner, belanja, dan wisata alam. Selain kegiatan wisata tersebut, ada jenis wisata lain yang sebenarnya memiliki potensi yang cukup besar karna telah dilakukan oleh beberapa wisatawan dan masih perlu dikembangkan, dan itu adalah *Dark Tourism*. *Dark Tourism* merupakan objek wisata ini adalah tempat dengan sejarah kelam yang mengerikan atas kekerasan yang dialami masyarakat pada masa kolonialisme masa lampau¹.

Jenis wisata ini memiliki perbedaan yang cukup kontras dengan jenis-jenis wisata lain sebagaimana yang telah disebutkan diatas. Biasanya berwisata itu identik dengan menikmati keindahan alam ataupun budaya dengan kesenangan, perasaan happy atau bahagia. Dalam *Dark Tourism* ini sangat bertolak belakang, disini kita akan mendapatkan sensasi berdebar-debar, ketakutan, kesedihan dan kita akan dipenuhi

dengan perasaan penasaran dan tidak jarang pula kita akan merasakan *vibes* dendam dari masa lampau. Selain itu *Dark Tourism* juga sarat akan nilai-nilai peninggalan sejarah karna acap kali berkaitan dengan kematian dan tragedi di suatu objek pada masa lampau, seperti bekas penjara, bekas arena perang, bekas tempat mengungsi, dan sebagainya². Akan tetapi di Indonesia, sebagai sebuah negara yang sebenarnya memiliki atraksi *dark tourism* baik dari segi fisik wilayah maupun sosialnya (warisan sejarah), potensi *dark tourism* ini masih belum dikenali dan dikembangkan, hal ini karena kurangnya minat wisatawan terhadap jenis wisata yang satu ini.

Dengan perkembangan *New media* saat ini yang telah memainkan peran penting pada proses perubahan sosial dalam masyarakat termasuk juga dalam sektor pariwisata memunculkan tren baru dikalangan masyarakat khususnya Generasi Z³. Tren ini dikenal dengan sebutan Jurnal atau Penelusuran. Merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan dengan mengunjungi destinasi *Dark Tourism*. Tren ini sedang menjamur dikalangan kaum Milenial ataupun Gen Z. Ini berawal dari munculnya *Influencer* yang memperkenalkan potensi *Dark Tourism* di berbagai wilayah melalui kanal

Youtube mereka yang membahas tentang pengalaman diluar nalar selama berada disuatu destinasi bersejarah ataupun destinasi yang dikenal angker. Kegiatan mereka ini dapat dikategorikan sebagai kegiatan wisata *Dark Tourism* sebagaimana yang dijelaskan Philip Stone yaitu, wisatawan yang mengunjungi tempat-tempat terjadinya tragedi dan tertarik untuk mencari makna dari kejadian yang pernah terjadi di tempat itu⁴.

Keberadaan *new media* sangat berpengaruh dalam menyajikan informasi serta acap kali memicu perubahan sosial serta membawa pengaruh pada penetapan pola hidup masyarakat. *new media* sangat terkait erat dengan hadirnya Internet dan media sosial di dunia ini . Perkembangannya *new media* tidak hanya terbatas kepada Internet, namun Internet merupakan alat atau media yang paling dominan dalam era *new media*⁵. Internet merupakan media yang terbaru, paling banyak didiskusikan, dan mungkin penjelmaan paling penting dari *New media*⁶. Perjalanan dan pariwisata merupakan salah satu Topik paling populer di media online, serta pariwisata di internet sudah menjadi salah satu pemain utama belakangan ini⁷.

Sesuai dengan ciri dark tourism yang merupakan kegiatan wisata yang menyuguhkan hal-hal yang terkait dengan kematian, maka peristiwa masa lalu, baik sejarah maupun suatu peristiwa yang terkait dengan kematian ataupun kejadian tragis yang tak terlupakan, menjadi pendukung yang sangat besar. Potensi ini dapat dimanfaatkan untuk menambah kegiatan wisata di Kota Bandung, mengingat Bandung yang kaya akan destinasi yang kental dengan nilai sejarah serta nilai magis yang dihasilkan dari background kelam sejarah yang pernah terjadi di kota ini, sehingga tempat-tempat tersebut dapat lebih bermanfaat, khususnya bagi masyarakat sekitar lokasi, jika dikembangkan secara tepat. wisatawan yang berkunjung tidak hanya berwisata untuk melihat lokasi dark tourism, tetapi juga mendapatkan pengetahuan

sejarah sekaligus nilai nilai budaya di suatu objek.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mengidentifikasi sejauh mana Tren wisata penelusuran pada destinasi *Dark Tourism* oleh Generasi Z di Kota Bandung sebagai media mengenal sejarah suatu destinasi. Khususnya melalui *platform* sosial media berupa Instagram, Tiktok ataupun Youtube yang kini banyak digandrungi para kaum Milenial ataupun Gen Z, yang dapat menjadi sebuah hal yang sangat strategis dan menjadi sarana dalam membantu mengenalkan suatu destinasi dan dapat pula membantu membentuk *destination branding* suatu objek. Pemerintah juga menjadikan Millennial and Gen Z Tourist fokus utama sebagai *Influencer Promotion*. Disamping itu ini juga diharapkan dapat menjadi sarana bagi kaum Milenial ataupun Gen Z dalam mengenal sejarah suatu objek yang mereka kunjungi.

LANDASAN TEORI

Dark Tourism atau dalam bahasa Indonesia disebut wisata gelap juga dikenal dengan sebutan "*thanatourism*"⁸, yang mana merupakan suatu kegiatan berwisata dengan berkunjung di situs kematian, bencana dan tempat-tempat yang mengerikan⁹. *Dark tourism* biasa juga digunakan dalam segala bentuk pariwisata yang berkaitan dengan kematian, penderitaan, kekejaman, tragedi atau kejahatan. Thanatourism itu sendiri adalah sebuah konsep yang lebih spesifik membicarakan tentang praktik perjalanan jangka panjang yang termotivasi dengan hal tertentu yang bertujuan untuk bertemu dengan kematian¹⁰. Kunjungan ke medan perang, kuburan, museum, bekas rumah almarhum selebritis dan situs kematian massal juga mewakili tentang pariwisata¹¹.

Dark tourism juga bisa diartikan sebagai suatu produk wisata situs kematian atau bencana yang dikunjungi oleh wisatawan dengan minat khusus. Ini mengidentifikasi bahwa situs-situs yang dikunjungi memiliki sejarah masa silam yang terkait dengan

kematian yang memilukan dan menyedihkan hingga dikenang banyak orang. *Dark tourism* dapat di juga sebagai sebagai wisata kenangan¹².

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, untuk menyajikan gambaran lengkap tentang Fenomena Tren wisata penelusuran pada destinasi *Dark Tourism* oleh Generasi Z di Kota Bandung yang mana dengan munculnya tren ini dapat dimanfaatkan juga sebagai media mengenal sejarah suatu destinasi yang dikunjungi. Subjek dari penelitian ini adalah sekelompok Generasi Z yang menyebut kelompok mereka dengan sebutan Tim Rengginang terdiri dari 10 orang dengan rentang usia 20 sampai dengan 25 tahun yang giat melakukan kunjungan ke berbagai desinasi *dark tourism* disekitaran Bandung yang mendokumentasikan serta meng-*share* kegiatan mereka melalui fitur *Live Streaming* di media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan pariwisata di Kota Bandung terus meningkat. Ini semua tidak terlepas dari peran pemerintah serta msayarakat sekitar yang dapat bersinergi dalam menggarap potensi yang ada. Dengan semakin berjalannya waktu zaman pun semakin berubah. Saat ini sektor pariwisata tidak bisa terlepas dengan generasi Z, karena mengingat posisi mereka yang kini menjelma sebagai sosok Influencer promotion yang disebabkan generasi mereka yang lahir ditengan perkembangan teknologi yang semakin pesat yang mengakibatkan mereka melek akan teknologi.

Dengan munculnya media sosial sebagai sebuah hasil dari perkembangan *new media* memunculkan tren baru juga dalam perkembangan didunia pariwisata. Saat ini tren yang sedang berkembang adalah melakukan kunjungan keberbagai destinasi dengan latar belakang historis yang mengandung kesedihan

penyiksaat ataupun hal yang berbau mistis. Tren ini berawal dari beberapa *influencer* yang memiliki *branding* indigo atau orang dengan kemampuan khusus yang tidak dapat dijelaskan dengan logika atau diluar nalar, yang membagikan kegiatan penelusuran mereka destinasi *dark tourism* yang pada akhirnya diikuti juga oleh banyak orang khususnya Gen Z yang secara umur masi memiliki sifat penasaran dan keingintahuan yang sangat tinggi terhadap hal-hal baru.

Banyak objek wisata *dark tourism* yang terdapat di sekitaran Bandung, dan ini lah yang menjadi daya tarik bagi Gen Z untuk mengunjungi destinasi tersebut dan membagikan kegiatan mereka tersebut di berbagai *platform social media* yang mereka miliki. Dari sekian banyak Gen Z yang mengikuti tren ini Tim Rengginang merupakan salah satunya. Terdiri dari 10 orang pria dan wanita dengan rentang umur 20 sampai dengan 25 tahun. Mereka acap kali mengunjungi berbagai destinasi yang memiliki latar belakang sejarah dengan kisah kisah mistis dan ragis dibalikny, sebut saja Taman Maluku, Kampung Gajah, SMA 5 Bandung, wilayah Awiligar, Dago Bengkok dan masi banyak destinasi lainnya.

Gambar 1



Kegiatan Penelusuran di Jembatan Cincin, Jatinangor

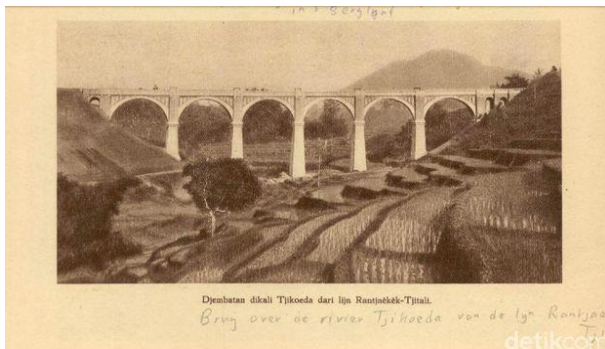
Sumber: Peneliti 2022

Sebelum melakukan penelusuran biasanya kelompok ini akan mencari informasi terlebih dahulu tentang objek yang akan mereka sambangi.

“Biasanya sebelum melakukan penelusuran kita akan menentukan terlebih dahulu objek mana yang akan disambangi, setelah itu baru menggali informasi lebih dalam tentang objek tersebut, yang mana biasanya berkaitan dengan latar belakang historis dari objek tersebut, apa yang pernah terjadi, serta berbagai data yang dapat mendukung saat melakukan penelusuran”. (B anggota tim Rengginang)

Jembatan cincin yang terdapat di daerah Jatinangor menjadi salah satu destinasi *dark tourism* yang pernah dikunjungi oleh kelompok ini. Sejarah dari jembatan ini dahulunya merupakan sebuah jembatan perlintasan kereta api yang dibangun pada masa penjajahan Belanda, dibangun pada kisaran tahun 1916 yang mana pembangunannya memanfaatkan tenaga masyarakat dengan sistem kerja paksa atau yang populer disebut dengan istilah *Rodi*. Selain dikarenakan pengerjaannya yang memanfaatkan sistem kerja paksa, banyak juga peristiwa tragis yang pernah terjadi di lokasi tersebut, ini menambah suasana sedih bercampur mistis pada destinasi ini.

Gambar 2



Penampakan dari Jembatan Cincin,
 Jatinangor.

Sumber: Internet 2022

Dalam melaksanakan penelusuran tim ini dibagi menjadi 2 kelompok yang mana tiap anggota kelompok memiliki perannya masing-masing. Hal ini dilakukan agar nanti diakhir penelusuran tiap kelompok akan menyamakan informasi yang mereka dapat.

“Dari 10 anggota tim ketika penelusuran selalu akan dibagi menjadi 2 tim yang berbeda, dan tiap tim akan melakukan penelusuran secara terpisah tetapi tetap disatu destinasi yang sama dan di akhir penelusuran akan meng- *compair* informasi yang didapat dari masing-masing tim”. (W anggota tim Rengginang)

Dalam tim selalu ada 1 atau 2 orang yang bertugas untuk mencari informasi latar belakang sejarah yang pernah terjadi di destinasi yang akan mereka sambangi.

“Sebelum melakukan penelusuran salah satu tim akan mencari informasi seputar objek tersebut, nantinya informasi yang didapat tidak akan di beberkan terlebih dahulu ke anggota tim yang lain, dan di akhir penelusuran baru akan ada sesi penyocokan informasi yang didapat pra-penelusuran dengan pasca penelusuran”. (N anggota tim Rengginang)

Dalam kegiatan penelusuran banyak sekali terjadi hal di luar nalar yang tidak dapat dijelaskan secara logika. Ini lah yang dimanfaatkan oleh tim tersebut untuk menggali informasi sejarah yang pernah terjadi di objek tersebut serta membandingkan informasi yang didapat dari hasil pencarian informasi melalui *Internet Searching* dan informasi dari pengalaman dan mediasi yang mereka lakukan selama penelusuran.

“Selama penelusuran akan ada salah satu dari anggota tim dengan kelebihan khusus yang akan melakukan mediasi, yaitu interaksi dengan alam lain atau penghuni tak kasat mata yang sebenarnya tidak bisa di jelaskan secara *science* ataupun logika”. (W anggota tim Rengginang)

Selama melakukan penelusuran mereka selalu membagikan momen tersebut secara *live streaming* melalui akun Instagram dan Tiktok dari anggota tersebut. Selain bertujuan untuk membagikan pengalaman selama penelusuran, mereka juga ingin membagikan informasi yang mereka dapat dari hasil kegiatan penelusuran tersebut yang biasanya meliputi informasi

seputar destinasi yang mereka kunjungi latar belakang sejarah dan peristiwa yang pernah terjadi khususnya peristiwa tragis di seputar destinasi tersebut.

Untuk memperkuat informasi yang diterima, selain melalui *internet searching* dan mediasi secara astral mereka juga sering kali melakukan wawancara kepada warga sekitar ataupun bisa juga dengan bertanya kepada tetua atau kuncen di destinasi yang mereka sambangi. Ini dimaksudkan agar setiap informasi yang mereka dapat dan mereka sebarakan melalu media sosialnya menjadi *credible*, jadi bukan sekedar informasi yang belum jelas keabsahannya.

Tren wisata horor yang terjadi saat ini tidak hanya dilakuakn oleh Tim Rengginang ini saja, masi banyak kelompok kelompok lain yang melakukan hal yang sama, yang berlantaskan akan hasrat keinnghintahuan yang sangat tinggi akan pengalama diluar nalar yang dapat dirasakan ketika mengunjungi beberapa destinasi yang memiliki latar belakang sejarah yang tragis. Kelompok-kelompok lainnya ini dapat kita temukan diberbagai platform sosial media dan kanal-kalan youtube dengan tema *horror story*.

PENUTUP

Kesimpulan

New media memunculkan berbagai pengaruh dalam segala sektor kehidupan. Sektor Pariwisata pun tidak luput dari pengaruh *new media* ini. Kebanyakan orang mulai mencari referensi untuk berkunjung pada suatu destinasi melalui *paltform* media sosial, yang mana media sosial merupakan salah satu bentuk atau hasil dari perkembangan *new media*. Dengan munculnya berbagai jenis media sosial yang tersedia saat ini pada akhirnya memunculkan tren ditengah khalayak khususnya bagi kaum Milenials dan Generasi Z. Banyak dari gen z yang mulai memamerkan dan membagikan pengalamannya saat melakukan kunjungan pada suatu destinasi.

Dengan berkembangnya tren tersebut muncul juga influencer-influencer yang membagikan pengalaman mereka saat mengunjungi suatu destinasi, tetapi dengan *vibes* yang berbeda. Mereka membagikan pengalaman diluar nalar dan logika yang mereka alami selama penelusuran di suatu destinasi, dan dengan manfaat *new media* yaitu kemudahan dalam mencari informasi menjadikan banyak gen z yang mulai mengikuti hal tersebut.

Berawal dari rasa ingin tau dan ingin merasakan hal baru yang berebeda saat berkunjung ke suatu destinasi yang pada akhirnya mereka melakukan wisata *dark tourism* keberbagai tempat yang memiliki latar belakang sejarah yang kalam memiliki peristiwa kalam dibaliknnya. Kegiatan mereka ini dapat dikatakan sebagai *Ghost tour* yaitu sebagai bentuk hiburan untuk bersenang-senang dengan memberikan pengalaman yang berkaitan dengan emosi negatif para pengunjung yaitu perasaan takut¹³. Bisa juga dimaknai sebagai sebuah kegiatan kunjungan wisata yang dilakukan saat malam hari dengan destinasi yang dikunjungi tidak hanya memiliki cerita seram dan cerita mitos, tetapi juga mempunyai cerita sejarah. Wisata ini menjadi sarana bagi wisatawan yang ingin langsung berhadapan dengan makhluk gaib atau pengalaman horor.

Sesuai definisi *ghost tour*, sebenarnya selain berwisata mereka juga pada akhirnya mendapatkan ilmu dan pengetahuan lain seperti sejarah seputar destinasi yang mereka kunjungi. Dan dari kegiatan ini secara tidak langsung mereka telah melakukan kegiatan yang cukup bermanfaat karna dapat mempelajari nilai *historis* dari suatu objek, dan karena dalam setiap kegiatannya mereka selalu melakukan *live streaming* maka secara tidak langsung mereka juga sudam mengedukasi penonton dan followers mereka tentang peristiwa bersejarah yang pernah terjadi dan mengenalkan sejarah dari tempat tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dini Rahmawati, (2018). *Potensi Dark Tourism di Bandung*. Jurnal Media Wisata (2018) Vol 6, No. 1.
- [2] Darmawan, F., Mellina, N., & P. Mbulu, Y. (2018). Analisis Lawang Sewu sebagai Destinasi Dark Tourism terhadap Pengalaman Wisatawan Nusantara (Studi Kasus Bangunan Bersejarah Lawang Sewu). *Journal of Tourism Destination and Attraction* , 6(1), 1-14.
- [3] Jovan Abdul Asyraf, (2022). *The Role of Instagram Media in Branding Destinations Among Youth in Bukittinggi City*. Journal of Humanities and Sosial Studies (2022), Vol 6, No. 2.
- [4] Press Stone, P.R. 2005. *Consuming Dark Tourism: a call for research*. e-Review of Tourism Research (eRTR), 3(5):109-117.
- [5] Situmorang, J. R. (2012). New media era because the Internet is very different from the previous media. At the beginning, the . Jurnal Administrasi Bisnis (2012), Vol.8, No.1: hal. 73–87
- [6] Flew, Terry. 2005. *New Media*. Oxford University Press
- [7] D. Buhalis, *Strategis pemanfaatan teknologi informasi dalam industri pariwisata*. Manajemen Pariwisata, 19(5), 409-421, 1998.
- [8] Timm Knudsen, Britta. 2011. “*Thanatourism: Witnessing Difficult Pasts*.” *Tourist Studies* 11(1):55–72.
- [9] Biran, Avital, Yaniv Poria, and Gila Oren. 2011. “*Sought Experiences at (Dark) Heritage Sites*.” *Annals of Tourism Research* 38(3):820– 41.
- [10] Light, Duncan. 2017. “*Progress in Dark tourism and Thanatourism Research: An Uneasy Relationship with Heritage Tourism*.” *Tourism Management* 61:275–301.
- [11] Farmaki, Anna. 2013. “*Dark tourism Revisited: A Supply/Demand Conceptualisation*.” *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research* 7(3):281–92.
- [12] Janianton Damanik. 2012. *Tipologi Dark Tourism*. Jakarta: Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- [13] Garcia, B.R. 2012 *Management Issues in Dark Tourism Attraction: The Case of Ghost Tours in Edinburgh and Toledo*. Journal of Unconventional Parks, Tourism & Recreation Research. 4. 14 – 19.