

## ABSTRAK

*Kawasan Kota Lama Semarang sebagai destinasi wisata heritage menghadapi tekanan keberlanjutan, ditandai dengan peningkatan kunjungan sebesar 22% pada tahun 2024-2025 yang berpotensi mempercepat degradasi fisik bangunan cagar budaya. Di tengah tekanan tersebut, Generasi Z yang dikenal sebagai generasi peduli terhadap isu keberlanjutan seharusnya memiliki potensi besar sebagai agen keberlanjutan kawasan. Namun kenyataannya, kunjungan mereka masih didominasi oleh aktivitas yang berorientasi pada kepentingan pribadi seperti jalan-jalan, foto, nongkrong, belajar, dan mencari uang tanpa adanya partisipasi nyata dalam mendukung keberlanjutan kawasan. Kondisi ini mencerminkan adanya ketidaksesuaian antara potensi dengan partisipasi nyata wisatawan Generasi Z dalam mendukung keberlanjutan wisata heritage, sehingga diperlukan penelitian mendalam untuk menganalisis faktor-faktor yang melatarbelakanginya.*

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor utama yang berhubungan dengan partisipasi wisatawan Generasi Z dalam mendukung keberlanjutan wisata heritage di Kota Lama Semarang. Pendekatan kuantitatif diterapkan melalui observasi dan penyebaran kuesioner kepada 96 responden wisatawan Generasi Z yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Responden merupakan individu berusia 17-27 tahun yang sedang atau pernah berkunjung ke Kota Lama Semarang. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan indeks partisipasi dan korelasi Rank Spearman. Kerangka Value Belief Norm dipilih sebagai pendekatan analisis karena keunggulannya dalam menggambarkan hubungan bertahap dari nilai dan keyakinan wisatawan Generasi Z hingga terwujudnya tindakan nyata mereka. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk tidak hanya mengukur sikap wisatawan, tetapi juga mengidentifikasi pada tahap mana hubungan tersebut melemah sehingga kepedulian yang dimiliki belum berkembang menjadi partisipasi nyata dalam mendukung keberlanjutan kawasan.*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan Generasi Z merupakan pelajar/mahasiswa yang berasal dari Kota Semarang dengan pola kunjungan singkat selama 1-2 jam. Preferensi kunjungan didominasi oleh atraksi visual-fotografi, sedangkan atraksi heritage memperoleh nilai rata-rata terendah meskipun masih termasuk dalam kategori menarik. Tingkat partisipasi wisatawan Generasi Z berada pada kategori tinggi dengan indeks partisipasi sebesar 60%, dan bentuk partisipasi yang paling banyak dilakukan adalah partisipasi lingkungan dan kognitif, sementara partisipasi sosial-budaya dan digital berada pada level terendah. Kondisi ini selaras dengan temuan bahwa nilai yang dominan pada wisatawan Generasi Z bersifat egoistik, yaitu lebih berorientasi pada pemenuhan kepuasan pribadi dibandingkan keterlibatan aktif terhadap nilai heritage kawasan. Berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman, seluruh faktor (X1-X5) berhubungan signifikan terhadap partisipasi, dengan sikap terhadap keberlanjutan (X1) dan perilaku pro-lingkungan (X4) sebagai faktor utama dengan korelasi sedang dan koefisien korelasi masing-masing sebesar 0,526 dan 0,415. Temuan ini memperkuat kerangka Value Belief Norm (VBN) sekaligus mengungkap melemahnya rantai kausal pada tahap kesediaan untuk bertanggung jawab, sehingga nilai internal yang dimiliki wisatawan Generasi Z belum berkembang menjadi norma personal yang mendorong partisipasi nyata secara menyeluruh. Selain itu, temuan memberikan kontribusi empiris yang belum banyak dikaji sebelumnya, yaitu penggunaan kerangka Value Belief Norm untuk membedah partisipasi wisatawan Generasi Z dalam konteks wisata heritage Indonesia. Penelitian ini mengungkap bahwa hambatan partisipasi bukan terletak pada ketiadaan nilai, melainkan pada belum optimalnya kesediaan untuk bertanggung jawab sebagai jembatan antara kepedulian dan tindakan nyata. Implikasinya, strategi pengelolaan Kawasan Kota Lama Semarang ke depan perlu mengintegrasikan perbaikan fasilitas fisik pada simpul aktivitas utama, penyempaian informasi heritage berbasis digital di setiap bangunan cagar budaya, dan progra partisipasi yang memanfaatkan karakteristik digital dan orientasi sosial wisatawan Generasi Z untuk mendorong nilai internal mereka menjadi partisipasi nyata yang mendukung keberlanjutan kawasan wisata.*

**Kata Kunci : Generasi Z, Keberlanjutan Wisata Warisan Budaya, Partisipasi**