

Persepsi Gen Z terhadap Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam Pengalaman Berwisata di Timezone Margonda: Sebuah Studi Kualitatif

Afifah Azzahra¹, Dinda Aini Shifa², Dianeira Aisyatarridha³, Siti Nurhalizha⁴, Hendry Panji Kusuma⁵, M. Dwiyoga Budiyanto⁶, Iqbal Yusgiantoro⁷, Farell Dwie Laksana P.⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Program Studi/Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Pancasila

Jl. Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan, Indonesia

Email: afifahazzahraafifah@gmail.com, dndaa155@gmail.com, dianeira.aisyatarridha@gmail.com, snurhalizha4@gmail.com, hendrypanjikusuma@gmail.com, yogadwi31082005@gmail.com, iqbalyusgiantoro@gmail.com, farelldwielp@gmail.com

Article Info

Article history:

Received December 27, 2025

Revised January 01, 2025

Accepted January 11, 2026

Keywords:

Artificial Intelligence, Generation Z, Tourism Experience, Digital Entertainment, Virtual Reality

ABSTRACT

The rapid development of digital technology, particularly Artificial Intelligence (AI), has significantly transformed the tourism and entertainment industries by creating more interactive and technology driven experiences. Generation Z, as a digital native generation, has distinct characteristics and expectations regarding the use of technology in leisure and entertainment activities. This study aims to describe Generation Z's perceptions of the utilization of Artificial Intelligence (AI) in tourism experiences at Timezone Margonda. The research problem focuses on how Generation Z perceives, experiences, and evaluates the presence of AI within entertainment attractions. This study employs a qualitative descriptive approach, using in-depth interviews with Generation Z visitors and a key informant from the management of Timezone Margonda as the primary data collection technique. The findings indicate that Generation Z generally holds positive perceptions of AI utilization, particularly through Virtual Reality (VR)-based attractions that offer immersive, interactive, and modern gaming experiences. However, the study also reveals certain limitations, such as physical discomfort and limited game variations, which affect user experience. Furthermore, AI-based entertainment is not perceived as reducing social interaction nor generating significant concerns related to data privacy. The findings of this study are expected to contribute academically to the discourse on technology-based tourism and entertainment, as well as provide practical insights for entertainment destination managers in developing AI-driven experiences that align with the characteristics and expectations of Generation Z in the digital era.

This is an open access article under the CC BY-SA license.



Article Info

Article history:

Received December 27, 2025

Revised January 01, 2025

Accepted January 11, 2026

Keywords:

Artificial Intelligence, Generasi Z, Pengalaman Berwisata, Hiburan Digital, Virtual Reality

ABSTRACT

Perkembangan teknologi digital, khususnya Artificial Intelligence (AI), telah mendorong transformasi signifikan dalam industri pariwisata dan hiburan, termasuk pada pengalaman berwisata berbasis wahana interaktif. Generasi Z sebagai kelompok yang tumbuh di era digital memiliki karakteristik dan ekspektasi tersendiri terhadap pemanfaatan teknologi dalam aktivitas hiburan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi Generasi Z terhadap pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam pengalaman berwisata di Timezone Margonda. Rumusan masalah dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana Generasi Z memaknai, merasakan, dan menilai keberadaan AI dalam wahana hiburan yang mereka gunakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam terhadap



pengunjung Generasi Z serta informan kunci dari pihak pengelola Timezone Margonda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki persepsi yang cenderung positif terhadap pemanfaatan AI, khususnya melalui wahana berbasis Virtual Reality (VR) yang dinilai mampu menghadirkan pengalaman bermain yang lebih interaktif, imersif, dan modern. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya keterbatasan, seperti ketidaknyamanan fisik dan keterbatasan variasi permainan, yang memengaruhi pengalaman pengguna. Selain itu, pemanfaatan AI tidak dipersepsikan mengurangi interaksi sosial maupun menimbulkan kekhawatiran signifikan terkait privasi data. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam kajian pariwisata dan hiburan berbasis teknologi, serta menjadi bahan pertimbangan praktis bagi pengelola destinasi hiburan dalam mengembangkan pengalaman berwisata yang selaras dengan karakteristik dan ekspektasi Generasi Z di era digital.

This is an open access article under the CC BY-SA license.



Corresponding Author:

Afifah Azzahra
Universitas Pancasila
Email: afifahazzahraafifahh@gmail.com

PENDAHULUAN

Sektor Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan mendasar pada industri pariwisata dan hiburan di Indonesia. Salah satu inovasi paling signifikan adalah Artificial Intelligence (AI) atau kecerdasan buatan, yang kini menjadi komponen utama dalam menciptakan layanan wisata yang efisien, responsif, dan berorientasi pada pengalaman pengguna. Penerapan AI telah meluas mulai dari sistem pemesanan daring, rekomendasi destinasi wisata, hingga wahana hiburan interaktif yang mampu menyesuaikan pengalaman berdasarkan preferensi individu (Kusumadewi et al., 2023). Dalam konteks hiburan modern, Timezone Margonda menjadi contoh menarik bagaimana pusat hiburan keluarga mulai mengadopsi teknologi cerdas untuk menciptakan pengalaman digital yang lebih interaktif dan personal bagi pengunjung muda, terutama dari kalangan Generasi Z. Generasi ini tumbuh bersama kemajuan teknologi digital dan memiliki ekspektasi tinggi terhadap pengalaman hiburan yang cepat, dinamis, serta berorientasi personalisasi. Menurut Fero dan Silalahi (2024), media digital telah mengubah pola interaksi Generasi Z terhadap dunia pariwisata dan hiburan; bagi mereka, aktivitas wisata bukan lagi sekadar sarana rekreasi, melainkan bentuk ekspresi diri dan gaya hidup.

Kusumadewi et al. (2023) menegaskan bahwa integrasi teknologi dalam sektor ekonomi kreatif dan pariwisata membuka peluang besar bagi inovasi layanan berbasis digital yang bersifat imersif dan emosional. Sejalan dengan itu, Ismayanti (2024) menjelaskan bahwa penerapan kecerdasan buatan dalam sektor pariwisata mampu meningkatkan kualitas pelayanan serta kepuasan wisatawan melalui personalisasi pengalaman, meskipun di sisi lain menghadirkan tantangan etis, seperti isu privasi data dan kurangnya interaksi manusiawi. Selain itu, Alvin (2022) dalam kajiannya mengenai Pariwisata Metaverse Indonesia dalam Kacamata Gen Z menemukan bahwa wisatawan muda menunjukkan ketertarikan tinggi



terhadap teknologi baru seperti AI, Augmented Reality (AR), dan Metaverse karena mampu menciptakan pengalaman hiburan yang lebih mendalam dan berorientasi pada sensasi. Penelitian Milawaty, Nanita, dan Santoso (2024) turut memperkuat temuan ini dengan menyoroti pergeseran strategi promosi budaya dan pariwisata Indonesia menuju digitalisasi berbasis media interaktif, di mana teknologi berperan penting dalam menarik minat generasi digital terhadap destinasi wisata dan hiburan modern. Berdasarkan sintesis dari berbagai pandangan tersebut (Fero & Silalahi, 2024; Kusumadewi et al., 2023; Ismayanti, 2024; Alvin, 2022; Milawaty et al., 2024), dapat disimpulkan bahwa kecerdasan buatan tidak hanya berfungsi sebagai teknologi pendukung, tetapi juga sebagai penghubung antara kebutuhan psikologis dan perilaku digital wisatawan modern. AI mampu menghadirkan *smart entertainment experience* yang menyesuaikan preferensi individu, memperkuat interaksi emosional, dan meningkatkan loyalitas pengguna terhadap destinasi hiburan.

Namun demikian, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) dalam kajian penerapan AI di sektor hiburan langsung (*onsite entertainment*). Sebagian besar studi terdahulu di Indonesia berfokus pada digitalisasi promosi pariwisata atau destinasi virtual, sementara kajian mengenai persepsi Generasi Z terhadap pemanfaatan AI di wahana hiburan onsite seperti Timezone masih sangat terbatas. Padahal, studi semacam ini penting untuk memahami bagaimana teknologi membentuk persepsi, kepuasan, serta interaksi sosial dalam konteks hiburan modern. Oleh karena itu, penelitian ini relevan untuk memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan strategi hiburan berbasis teknologi yang selaras dengan karakteristik Generasi Z di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam persepsi, pengalaman, serta makna yang dibangun oleh Generasi Z terhadap pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam pengalaman berwisata di Timezone Margonda. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak bertujuan untuk mengukur fenomena secara kuantitatif, melainkan menggali pandangan subjektif, pengalaman personal, serta respons emosional informan terhadap penerapan teknologi AI dalam wahana hiburan berbasis Virtual Reality (VR). Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana AI dipersepsikan, dirasakan, dan dimaknai oleh Generasi Z sebagai pengguna langsung teknologi tersebut.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in depth interview) terhadap informan yang dipilih secara purposive, yaitu pengunjung Timezone Margonda dari kalangan Generasi Z yang telah memiliki pengalaman bermain wahana berbasis AI atau VR, serta satu informan kunci dari pihak pengelola, yaitu teknisi Timezone Margonda. Teknik purposive sampling digunakan agar informan yang dipilih benar-benar relevan dengan fokus penelitian dan mampu memberikan informasi yang kaya serta mendalam. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan panduan pertanyaan terbuka, sehingga informan memiliki keleluasaan untuk menceritakan pengalaman, pandangan, serta penilaian terhadap penggunaan AI dalam konteks hiburan dan pariwisata. Selain wawancara, penelitian ini juga menggunakan teknik observasi nonpartisipan dan studi dokumentasi sebagai data pendukung.

Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung interaksi pengunjung dengan



wahana berbasis AI, suasana bermain, serta pola interaksi sosial yang muncul di area Timezone Margonda. Sementara itu, studi dokumentasi mencakup penelusuran konten media sosial resmi Timezone, materi promosi, serta dokumentasi foto kegiatan penelitian. Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang melakukan reduksi, kategorisasi, dan interpretasi data. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan hasil wawancara pengunjung, wawancara pihak pengelola, serta temuan observasi, guna memastikan konsistensi dan kredibilitas hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan informan dari kalangan Generasi Z yang merupakan pengunjung aktif Timezone Margonda, penelitian ini menunjukkan bahwa Artificial Intelligence (AI) dipersepsikan sebagai teknologi pendukung hiburan yang mampu menghadirkan pengalaman bermain yang lebih modern, interaktif, dan berbeda dibandingkan dengan permainan konvensional. Generasi Z memahami AI sebagai teknologi yang berfungsi mempermudah aktivitas manusia serta memberikan pengalaman yang lebih canggih, meskipun pemahaman tersebut masih bersifat fungsional dan belum menyentuh aspek teknis secara mendalam. Dalam konteks Timezone Margonda, AI umumnya diasosiasikan dengan wahana berbasis Virtual Reality (VR), seperti permainan tembak-tembakan dan roller coaster virtual, yang dinilai memiliki tingkat interaktivitas dan visualisasi lebih tinggi dibandingkan wahana arcade konvensional.

Pengalaman bermain game berbasis AI dipersepsikan memberikan kesan yang relatif positif, khususnya dari sisi keseruan dan realisme permainan. Informan menyatakan bahwa permainan VR mampu menciptakan sensasi seolah-olah mereka terlibat langsung di dalam permainan, sehingga meningkatkan keterlibatan emosional selama bermain. Namun demikian, temuan penelitian juga menunjukkan adanya keterbatasan dalam penggunaan teknologi tersebut, terutama munculnya rasa pusing apabila permainan dilakukan dalam durasi yang cukup lama. Kondisi ini menggambarkan adanya ambivalensi persepsi, di mana AI dipandang sebagai inovasi yang menarik dan canggih, tetapi tetap memiliki keterbatasan dari sisi kenyamanan fisik. Selain itu, dibandingkan dengan permainan non-AI seperti basket arcade atau punch detector, permainan berbasis AI tidak selalu dianggap lebih unggul secara mutlak. Permainan konvensional tetap memiliki daya tarik karena memungkinkan interaksi sosial yang lebih santai dan spontan, seperti bermain sambil bercanda bersama teman.

Dalam konteks pengalaman berwisata, keberadaan AI di Timezone Margonda dinilai mampu meningkatkan kualitas kunjungan pengunjung. AI dipandang sebagai bentuk inovasi yang menambah variasi wahana permainan dan memperkaya pilihan hiburan, sehingga memberikan nilai tambah bagi Timezone sebagai destinasi hiburan modern. Kehadiran teknologi ini juga memperkuat citra Timezone sebagai ruang hiburan yang relevan dengan karakteristik Generasi Z, yang akrab dengan teknologi digital dan memiliki ketertarikan tinggi terhadap pengalaman hiburan berbasis teknologi. Dari sisi biaya, informan menilai bahwa pengalaman bermain game berbasis AI tergolong sebanding dengan harga yang dikeluarkan. Jika dibandingkan dengan penggunaan perangkat VR secara pribadi yang membutuhkan biaya relatif tinggi, wahana AI di Timezone dianggap lebih terjangkau dan layak dicoba, sehingga memberikan persepsi nilai yang positif bagi pengunjung.



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z memiliki persepsi yang cenderung positif terhadap pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam pengalaman berwisata di Timezone Margonda. AI dipahami sebagai teknologi pendukung hiburan yang mampu menghadirkan pengalaman bermain yang lebih modern, interaktif, dan berbeda dibandingkan dengan permainan konvensional, terutama melalui wahana berbasis Virtual Reality (VR) yang memberikan sensasi imersif dan visual yang lebih realistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan AI berkontribusi dalam meningkatkan kualitas pengalaman berwisata pengunjung, baik dari sisi variasi wahana, tingkat keseruan, maupun keterlibatan emosional selama bermain. Meskipun demikian, pengalaman bermain berbasis AI juga memiliki keterbatasan, khususnya terkait kenyamanan fisik seperti munculnya rasa pusing apabila permainan dilakukan dalam durasi yang cukup lama, serta keterbatasan variasi permainan. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z memandang AI secara rasional, dengan mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan teknologi tersebut.

Selain meningkatkan kualitas pengalaman hiburan, pemanfaatan AI di Timezone Margonda tidak dipersepsikan mengurangi interaksi sosial antar pengunjung. Permainan berbasis AI tetap memungkinkan aktivitas bermain secara bersama-sama dan menciptakan suasana kebersamaan yang seru. Dari sisi emosional, Generasi Z tidak menunjukkan kekhawatiran yang signifikan terhadap isu privasi data atau keamanan, karena penggunaan AI dalam wahana permainan tidak menuntut keterlibatan data pribadi secara langsung.

Ke depan, Generasi Z memiliki ekspektasi tinggi terhadap pengembangan AI yang lebih berkelanjutan, terutama dalam hal peningkatan kualitas visual, tingkat realisme, serta penambahan variasi permainan. Oleh karena itu, Artificial Intelligence tidak hanya dipandang sebagai inovasi teknologi semata, tetapi juga sebagai elemen strategis dalam menciptakan pengalaman wisata hiburan yang relevan, bernilai, dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z di era digital. Kesimpulan ini menegaskan pentingnya inovasi teknologi yang berkelanjutan agar destinasi hiburan berbasis AI tetap mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- G., & Sarudin, R. (2025). Analisis Pengaruh Persepsi dan Motivasi Wisatawan terhadap Minat Berkunjung ke Museum Wayang Jakarta. *Jurnal Ilmiah Global*
- Kurniawan, A. (2019). Persepsi nilai dan kepuasan konsumen generasi muda terhadap hiburan modern. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(1), 60–70.
- Kurniawan, D., & Saputra, R. (2021). Pengaruh teknologi virtual reality terhadap keterlibatan emosional pengguna dalam industri hiburan digital. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 88–98.
- Kusumadewi, R., Fitriadi, H., Sari, A. F. K., & Zulfkar, A. L. (2023). Perkembangan ekonomi kreatif dan ekonomi industri berbasis digital di Indonesia. Deepublish.
- Milawaty, M., Nanita, E. T., & Santoso, Z. K. P. N. (2024). Wajah baru promosi budaya dan

pariwisata Indonesia era digital melalui media-induced tourism. *Jurnal Komunikasi Korporasi dan Media*, 6(1), 1–12. Nugroho, Y. (2020). Inovasi berkelanjutan dalam industri hiburan berbasis teknologi digital. *Jurnal Pariwisata dan Industri Kreatif*, 4(1), 50–61.

Nugroho, Y., & Sari, D. P. (2021). Sikap Generasi Z terhadap risiko dan keamanan teknologi digital. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 10(1), 25–36.

Nugroho, Y., & Sari, D. P. (2021). Inovasi teknologi digital dalam pengembangan destinasi hiburan perkotaan. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(2), 85–96.

Pratama, A. R., & Hidayat, D. (2021). Virtual reality sebagai media hiburan interaktif di era digital. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 9(2), 101–110.

Putri, M. E., & Wibowo, T. (2020). Dampak penggunaan virtual reality terhadap kenyamanan pengguna dalam aktivitas hiburan digital. *Jurnal Teknologi dan Media*, 8(1), 45–56.

Putri, M. E., & Wibowo, T. (2021). Pertimbangan biaya dan pengalaman dalam konsumsi hiburan digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Media*, 4(2), 112–122.

Rahmawati, N. (2019). Literasi digital Generasi Z dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 23–34.

Rahmawati, N. (2020). Karakteristik Generasi Z dalam mengonsumsi hiburan berbasis teknologi digital. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 40–51.

Rahmawati, N., & Lestari, F. (2019). Persepsi generasi muda terhadap privasi data dalam penggunaan teknologi digital. *Jurnal Komunikasi dan Informasi*, 8(2), 90–101.

Rahmawati, N., & Nugroho, Y. (2021). Preferensi hiburan Generasi Z di era digital. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(1), 30–41.

Rahmawati, N., & Putra, A. D. (2021). Ekspektasi Generasi Z terhadap perkembangan teknologi hiburan digital. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(2), 85–96.

Sari, D. P. (2019). Interaksi sosial dalam permainan konvensional di ruang hiburan publik. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(2), 112–121.

Sari, D. P., & Nugroho, Y. (2020). Persepsi generasi muda terhadap penggunaan teknologi digital dalam industri hiburan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 145–158.

Sari, D. P., & Pratama, A. R. (2020). Teknologi hiburan digital dan pola interaksi sosial generasi muda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 133–144.

Sari, D. P., & Wibowo, T. (2022). Preferensi generasi muda terhadap pengalaman hiburan imersif berbasis teknologi. *Jurnal Media dan Budaya Digital*, 6(2), 120–131.

Wibowo, T. (2021). Ruang hiburan publik berbasis teknologi dan dinamika interaksi sosial pengunjung. *Jurnal Kajian Media dan Budaya*, 5(1), 60–71.

Wibowo, T., & Putri, M. E. (2022). Pengalaman imersif pengguna dalam permainan berbasis teknologi digital. *Jurnal Kajian Media*, 6(1), 55–66.