

PERSEPSI WISATAWAN GEN Z DAN MILLENNIAL TERHADAP PENANGANAN KELUHAN DIGITAL DAN DAMPAKNYA PADA CITRA DESTINASI WISATA HUTABALIAN

*GEN Z AND MILLENNIAL TOURISTS' PERCEPTIONS OF DIGITAL COMPLAINT
HANDLING AND ITS IMPACT ON THE IMAGE OF THE HUTABALALIAN TOURIST
DESTINATION*

Riana Handayani Silalahi

Politeknik Pariwisata Medan, Indonesia

Email: silalahiriana33@gmail.com

Abstract

Hutabalian Tourism Village in Sianjur Mula-Mula District, Samosir Regency, North Sumatra, is a cultural tourism destination rich in the history and spirituality of the Toba Batak people. With its stunning natural landscape and strong traditional preservation, the village attracts both local and international tourists, especially those from Generation Z and Millennials who are familiar with digital technology. However, the increase in visits from these digital-native tourists brings new challenges, particularly in terms of complaint management and digital interactions. This study aims to analyze the perceptions of Gen Z and Millennial tourists towards the digital complaint handling system implemented in Hutabalian Tourism Village, identify the challenges faced by village management, and evaluate its impact on the destination's image. The study used a qualitative phenomenological approach with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and digital documentation. Informants consisted of Pokdarwis (tourism group), homestay and MSME operators, as well as Gen Z and Millennial tourists who had visited and submitted complaints digitally. The analysis was conducted using the Colaizzi model with SWOT reflection as a strategic interpretation. The study results show that tourists have a high appreciation for the cultural richness and authenticity of Hutabalian Tourism Village, but regret the suboptimal response to digital complaints. Complaints related to facilities, road access, and limited digital information are primary concerns. Meanwhile, the Tourism Awareness Group (Pokdarwis) stated that limited human resources and digital infrastructure are the main obstacles to providing adequate digital services. The absence of a dedicated social media administrator and the limited involvement of the younger generation in digital management exacerbate this situation. Despite this, Hutabalian Village maintains a positive image thanks to its strong cultural appeal and spiritual experiences. The study concludes that the quality of digital complaint handling directly impacts the perception and image of the destination in the eyes of digital tourists. This study recommends strengthening the capacity of local digital human resources, establishing a social media management team, and cross-sector collaboration to achieve tourism destination management that is adaptive to changes in digital tourist behavior.

Keywords: Tourism villages, Gen Z, Millennials, digital complaints, destination image, Pokdarwis, cultural tourism.

Abstrak

Desa Wisata Hutabalian di Kecamatan Sianjur Mula-Mula, Kabupaten Samosir, Sumatera Utara merupakan destinasi wisata budaya yang kaya akan nilai sejarah dan spiritualitas Batak Toba. Dengan lanskap alam yang memukau dan pelestarian tradisi yang kuat, desa ini menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara, terutama dari kalangan Generasi Z dan Millennial yang akrab dengan teknologi digital. Namun, peningkatan kunjungan dari wisatawan digital-native ini membawa tantangan baru, terutama dalam hal pengelolaan keluhan dan interaksi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi wisatawan Gen Z dan Millennial terhadap sistem penanganan keluhan digital yang diterapkan di Desa Wisata Hutabalian, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi pengelola desa, serta mengevaluasi dampaknya terhadap citra destinasi. Penelitian menggunakan

pendekatan kualitatif fenomenologis dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi digital. Informan terdiri dari Pokdarwis, pelaku homestay dan UMKM, serta wisatawan Gen Z dan Millennial yang pernah berkunjung dan menyampaikan keluhan secara digital. Analisis dilakukan menggunakan model Colaizzi dengan refleksi SWOT sebagai interpretasi strategis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan memiliki apresiasi tinggi terhadap kekayaan budaya dan keaslian Desa Wisata Hutabalian, namun menyayangkan belum optimalnya respons terhadap keluhan digital. Keluhan terkait fasilitas, akses jalan, dan keterbatasan informasi digital menjadi perhatian utama. Di sisi lain, Pokdarwis menyatakan keterbatasan SDM dan infrastruktur digital sebagai hambatan utama dalam memberikan layanan digital yang memadai. Belum adanya admin khusus media sosial serta minimnya generasi muda yang terlibat dalam pengelolaan digital memperparah situasi ini. Walaupun begitu, Desa Hutabalian tetap memiliki citra positif berkat daya tarik budaya dan pengalaman spiritual yang kuat. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kualitas penanganan keluhan digital berpengaruh langsung terhadap persepsi dan citra destinasi di mata wisatawan digital. Penelitian ini merekomendasikan penguatan kapasitas SDM digital lokal, pembentukan tim pengelola media sosial, dan kolaborasi lintas sektor untuk mewujudkan pengelolaan destinasi wisata yang adaptif terhadap perubahan perilaku wisatawan digital.

Kata kunci: *Desa wisata, Gen Z, Millennial, keluhan digital, citra destinasi, Pokdarwis, pariwisata budaya.*

PENDAHULUAN

Desa Wisata Huta Balian, terletak di Jalan Siraja Batak, Sarimarrihit, Kecamatan Sianjur Mula Mula, Kabupaten Samosir, Sumatera Utara, merupakan salah satu destinasi wisata yang kaya akan nilai sejarah dan budaya. Desa ini dipercaya sebagai salah satu tempat awal mula peradaban Suku Batak, menjadikannya sebagai situs yang sakral dan penuh nilai historis bagi masyarakat Batak Toba. Secara geografis, Huta Balian berada di kaki Gunung Pusuk Buhit, yang dianggap sebagai tempat kelahiran leluhur orang Batak, yaitu Raja Batak. Keberadaan Gunung Pusuk Buhit tidak hanya memberikan panorama alam yang memukau, tetapi juga menjadi simbol spiritual yang kuat bagi masyarakat setempat. Desa ini dikelilingi oleh perbukitan hijau, hamparan sawah yang subur, serta sumber air alami seperti Pemandian Aek Bulu Gading, yang merupakan air sacral menurut kepercayaan Desa Huta Balian, Aek Sipitu Dai yang memiliki tujuh rasa berbeda, menambah daya tarik wisata alam dan budaya di kawasan ini.

Selain itu, wisatawan juga dapat menikmati keindahan Air Terjun Naisogop, sebuah air terjun alami yang tersembunyi di tengah hutan dengan suasana yang sejuk dan asri, serta mengunjungi situs bersejarah Batu Hobon, yang dipercaya sebagai tempat penyimpanan pusaka leluhur dan menjadi bagian penting dalam mitologi asal-usul orang Batak. Kombinasi antara keindahan alam, warisan budaya, dan nilai spiritual menjadikan Huta Balian sebagai destinasi yang unik dan penuh makna bagi para pencari wisata otentik. Budaya dan adat istiadat di Huta Balian masih terjaga dengan baik. Masyarakat desa secara rutin melaksanakan berbagai upacara adat, seperti "Pesta Gotilon" yang merupakan pesta syukuran musim panen, serta pertunjukan tari tradisional seperti Tor-Tor dan musik Gondang Sabangunan. Selain itu, kegiatan sehari-hari seperti menenun ulos, menganyam tikar, dan menumbuk padi dengan lesung masih dilakukan secara tradisional, memberikan pengalaman budaya yang autentik bagi para pengunjung.

Dalam upaya melestarikan dan mempromosikan budaya lokal, Desa Huta Balian telah melaksanakan berbagai festival dan kegiatan budaya dari tahun 2021 hingga 2025. Beberapa di antaranya adalah:

- 1) Pesta Gotilon (2021): Pesta syukuran musim panen yang rutin dilakukan oleh masyarakat desa setiap musim panen padi. Acara ini dihadiri oleh seluruh masyarakat desa dan tamu undangan, dengan hidangan makanan tradisional seperti Itak Gurgur, Arsik, dan Lappet, serta pertunjukan tari Tor-Tor dan doa bersama sebagai ungkapan syukur.
- 2) Peresmian Kampung Adat Huta Balian dan Rumah Belajar Sianjur Mula Mula (2022): Acara peresmian Huta Balian sebagai kampung adat dan Rumah Belajar Sianjur Mula Mula yang diresmikan oleh Aliansi Masyarakat Adat Nusantara (AMAN) Tano Batak. Kegiatan ini diisi dengan pertunjukan budaya seperti menenun, manortor, atraksi musik tradisional, dan pameran kuliner khas Batak.
- 3) Kunjungan Orkestra Pincullos dari Spanyol (2023): Kegiatan pertukaran budaya antara masyarakat Huta Balian dan Orkestra Pincullos dari Spanyol, yang menampilkan atraksi musik Spanyol dan pertunjukan budaya Batak seperti tortor dan musik tradisional oleh anak-anak Rumah Belajar dan masyarakat desa.
- 4) Jelajah Wisata Budaya (2024): Kegiatan yang dilaksanakan oleh Asosiasi Pelaku Pariwisata Indonesia Sumut (APPI Sumut) bekerja sama dengan Rumah Belajar Sianjur Mula Mula, bertujuan untuk menjelajah dan mendokumentasikan potensi budaya yang ada di desa Huta Balian untuk diperkenalkan kepada masyarakat luas.
- 5) Festival Sianjur Mula Mula (2025): Festival yang menampilkan berbagai bentuk acara, mulai dari permainan tradisional, perlombaan memahat motif gorga, hingga acara Gondang Naposo, yaitu acara anak muda berkumpul dan manortor bersama.

Dengan berbagai keunikan dan kekayaan budaya yang dimiliki, Desa Huta Balian telah menjadi destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Sebagai pengakuan atas potensinya, desa ini telah terdaftar dalam platform Jejaring Desa Wisata (Jadesta) Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai desa wisata dengan klasifikasi "Rintisan" dan memiliki ID Desa Wisata #99002. Meskipun belum meraih penghargaan dalam Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI), partisipasi dalam program ini menunjukkan komitmen desa dalam mengembangkan pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal.

Namun, seiring dengan meningkatnya kunjungan wisatawan, terutama dari kalangan Generasi Z dan Milenial yang sangat akrab dengan teknologi digital, muncul tantangan baru dalam pengelolaan destinasi wisata. Kelompok wisatawan ini memiliki ekspektasi tinggi terhadap layanan yang cepat, responsif, dan transparan, terutama dalam hal penanganan keluhan atau masukan yang disampaikan melalui platform digital. Ketika keluhan tidak ditangani dengan baik, hal ini dapat berdampak negatif terhadap citra destinasi secara keseluruhan.

Dalam konteks ini, penting bagi pengelola Desa Wisata Huta Balian untuk memahami persepsi wisatawan terhadap sistem penanganan keluhan digital yang ada, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam implementasinya, serta menganalisis dampaknya terhadap

citra destinasi. Dengan demikian, dapat dirumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan reputasi positif desa sebagai destinasi wisata budaya yang unggul.

TINJAUAN PUSTAKA

Persepsi Wisatawan

Persepsi merupakan hasil dari proses kognitif yang kompleks, di mana seseorang menerima, menginterpretasikan, dan memberi makna terhadap informasi dari lingkungannya. Robbins (2001) mendefinisikan persepsi sebagai proses di mana individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan sensorik mereka untuk memberi makna terhadap lingkungan sekitar. Dalam konteks pariwisata, persepsi wisatawan adalah pandangan subjektif yang destinasi wisata.

Menurut Baloglu dan McCleary (1999), persepsi wisatawan terhadap destinasi terbentuk dari interaksi antara faktor-faktor stimulus seperti promosi, pelayanan, dan citra visual dengan faktor personal seperti motivasi, nilai yang terbentuk dari pengalaman langsung maupun tidak langsung mereka terhadap suatu peristiwa, serta pengalaman masa lalu. Dengan kata lain, persepsi tidak semata-mata bergantung pada realitas objektif, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh ekspektasi dan interpretasi pribadi masing-masing wisatawan.

Generasi Z dan Millennial sebagai Wisatawan Digital

Generasi Z dan Millennial merupakan kelompok wisatawan yang tumbuh di era digital, dengan karakteristik yang lekat dengan teknologi dan media sosial. Prensky (2001) menyebut mereka sebagai "digital natives", yaitu individu yang terbiasa berinteraksi dengan teknologi sejak usia dini. Generasi Millennial (lahir 1981–1996) dan Generasi Z (lahir ≥1997) memiliki ekspektasi tinggi terhadap layanan digital yang cepat, responsif, dan dapat diakses kapan saja.

Dalam konteks pariwisata, mereka cenderung mencari informasi secara online, membandingkan ulasan, serta membagikan pengalaman melalui media sosial dan platform digital. Buhalis dan Law (2008) menjelaskan bahwa wisatawan modern tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga berperan aktif sebagai produsen konten digital. Oleh karena itu, karakteristik digital ini sangat mempengaruhi cara mereka membentuk persepsi terhadap suatu destinasi, termasuk dalam merespons layanan dan penanganan keluhan digital.

Penanganan Keluhan Digital dalam Pariwisata

Penanganan keluhan digital adalah proses tanggapan terhadap keluhan wisatawan yang disampaikan melalui media digital, seperti media sosial, platform ulasan, atau kanal komunikasi daring lainnya. Tax, Brown, dan Chandrashekar (1998) menyebut penanganan keluhan sebagai bagian penting dari pemulihan layanan. Sementara Kim et al. (2020) menekankan bahwa dalam konteks digital, kecepatan dan empati menjadi kunci

keberhasilan komunikasi dengan pelanggan.

Media sosial telah mengubah keluhan yang dulunya bersifat pribadi menjadi konsumsi publik. Sparks dan Browning (2011) menekankan pentingnya tanggapan yang transparan, cepat, dan profesional dalam menghadapi keluhan digital agar tidak berdampak negatif terhadap reputasi destinasi. Oleh sebab itu, kemampuan pengelola destinasi dalam merespons secara efektif menjadi penentu persepsi wisatawan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Citra Destinasi Wisata di Era Digital

Citra destinasi wisata merupakan persepsi kolektif yang terbentuk dalam benak wisatawan terhadap suatu tempat. Kotler et al. (2006) menyatakan bahwa citra terdiri dari kumpulan kepercayaan, kesan, dan ide yang terbentuk berdasarkan pengalaman atau informasi yang diterima seseorang. Dalam era digital, citra destinasi semakin dipengaruhi oleh user-generated content (UGC), yaitu konten yang dibuat oleh wisatawan sendiri seperti ulasan, foto, dan video.

Ayeh et al. (2013) menekankan bahwa konten yang dibuat oleh pengguna sering kali lebih dipercaya dibandingkan promosi resmi karena dianggap lebih otentik. Penanganan keluhan digital menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk citra destinasi. Leung et al. (2013) menunjukkan bahwa tanggapan yang baik terhadap keluhan dapat meningkatkan kepercayaan dan memperkuat citra positif suatu destinasi, sementara pengabaian dapat menimbulkan dampak sebaliknya.

Kerangka Konsep Penelitian

Penelitian ini bertujuan memahami bagaimana persepsi wisatawan digital dari kalangan Generasi Z dan Millennial terbentuk melalui pengalaman menyampaikan keluhan digital dan dampaknya terhadap citra destinasi wisata Hutabalian. Berdasarkan literatur yang telah dibahas, terdapat tiga elemen utama yang saling terkait:

- (1) pengalaman wisatawan dalam menyampaikan keluhan,
- (2) persepsi yang terbentuk terhadap respons pengelola, dan
- (3) citra destinasi sebagai dampak jangka panjang dari pengalaman tersebut.

Diagram alur kerangka konsep:



Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini berangkat dari pemahaman bahwa wisatawan digital, khususnya Generasi Z dan Millennial, memiliki harapan tinggi terhadap layanan yang cepat dan tanggap. Ketika mereka menyampaikan keluhan secara digital, respons dari pengelola menjadi titik kunci dalam membentuk persepsi mereka. Jika respons tersebut positif, cepat, dan empatik, maka persepsi yang terbentuk pun cenderung baik dan berdampak positif pada citra destinasi. Sebaliknya, jika respons tidak memuaskan, maka

persepsi negatif bisa muncul dan menyebar dengan cepat di ruang digital, memperburuk citra destinasi.

Flowchart kerangka berpikir:

**[Wisatawan Gen Z & Millennial] → [Keluhan Digital] → [Respons Pengelola] →
[Persepsi Wisatawan] → [Citra Destinasi Wisata]**

Hipotesis Eksploratif

Walaupun penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis yang tidak menuntut pengujian hipotesis secara statistik, peneliti tetap menyusun hipotesis eksploratif untuk memperjelas arah eksplorasi tematik:

Terdapat hubungan bermakna antara pengalaman wisatawan Generasi Z dan Millennial dalam menyampaikan keluhan digital dengan pembentukan persepsi mereka terhadap layanan destinasi, yang selanjutnya memengaruhi citra destinasi wisata Hutabalian di ruang digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Penelitian fenomenologi adalah suatu penelitian ilmiah yang mengkaji dan menyelidiki suatu peristiwa yang dialami oleh seorang individu, sekelompok individu, atau sekelompok makhluk yang hidup. Suatu kejadian menarik terjadi dan menjadi bagian dari pengalaman hidup subjek penelitian. (Moleong, 2019).

Demikian juga menurut Creswell (2015), Melakukan penelitian, atau “turun ke lapangan” untuk penelitian kualitatif, tidak lain hanyalah mengumpulkan data induktif. Gagasan Creswell “A Data Collection Circle” dapat digunakan untuk memandu proses pengumpulan data penelitian dalam paradigma fenomenologis.

Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami pengalaman subjektif wisatawan, khususnya Generasi Z dan Millennial, dalam menyampaikan keluhan digital serta bagaimana pengalaman tersebut membentuk persepsi mereka terhadap layanan dan citra destinasi wisata Hutabalian. Disini akan dilihat interaksi wisatawan dengan Pengelola Wisata Desa Hutabalian Sianjur Mulamula Samosir.

Pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Wawancara mendalam (in-depth interview) secara semi-terstruktur kepada subjek yang memenuhi kriteria, untuk menggali pengalaman dan persepsi mereka secara naratif dan reflektif.
2. Observasi non-partisipatif terhadap platform digital resmi destinasi dan tanggapan terhadap ulasan atau keluhan wisatawan.
3. Dokumentasi digital berupa tangkapan layar interaksi digital, ulasan wisatawan, dan konten yang berkaitan dengan penanganan keluhan digital.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan analisis fenomenologis model Colaizzi, yang terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Membaca seluruh transkrip wawancara untuk memahami konteks keseluruhan;

- 2) Mengidentifikasi pernyataan-pernyataan penting terkait pengalaman keluhan digital;
- 3) Merumuskan makna dari pernyataan tersebut;
- 4) Mengelompokkan makna menjadi tema-tema utama;
- 5) Menyusun deskripsi menyeluruh dari pengalaman partisipan;
- 6) Melakukan verifikasi atau member checking kepada partisipan;
- 7) Menyusun narasi tematik sebagai hasil akhir analisis.

Sebagai pelengkap, hasil temuan juga akan direfleksikan ke dalam kerangka SWOT untuk memberikan interpretasi strategis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang berkaitan dengan persepsi wisatawan terhadap destinasi Hutabalian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Desa Huta Balian merupakan salah satu desa di Kecamatan Sianjur Mulamula, Kabupaten Samosir, yang memiliki luas wilayah adat 669 hektar, menurut Badan Registrasi Wilayah Adat, dengan jumlah penduduk sekitar 400 jiwa. Mata pencaharian utama penduduk desa adalah bertani sebagian lainnya adalah pegawai pemerintah dan pelaku wisata saat ada kunjungan wisatawan.

Kecamatan Sianjur Mulamula sendiri merupakan bagian dari Kabupaten Samosir yang memiliki luas wilayah total 206.905 hektar, menurut data dari Scribd. Secara geografis, Desa Wisata Huta balian ini berada di kaki Gunung Pusuk Buhit yang diyakini sebagai tempat kelahiran leluhur suku Batak yaitu Raja Batak. Desa ini berbatasan dengan Huta Gurgur (utara), Huta Bagus (timur), Huta Urat (selatan), Partungko Naginjang (barat).

Desa Huta Balian secara adat masuk dalam Bius Huta Bagus. Struktur kelembagaan adat di desa ini dikenal dengan Suhi Ampang Na Opat, yang terdiri dari:

- 1) Raja Huta: Marga pemilik wilayah adat yang mengatur pengelolaan sumber daya alam dan pengambil keputusan yang menyangkut kehidupan di huta.
- 2) Hulahula: Memberikan keputusan pada setiap kegiatan adat.
- 3) Dongan Tubu: Mengatur pelaksanaan kegiatan adat.
- 4) Boru: Mempersiapkan segala sesuatu keperluan adat.

Masyarakat Desa Huta Balian masih menggunakan rumah adat sebagai tempat tinggal mereka. Rumah adat inilah yang mereka gunakan sebagai Homestay. Ada sekitar 10 homestay yang disewakan untuk ditempati pengunjung Ketika berkunjung ke Desa Wisata Huta Balian.

Pada setiap depan Rumah Adat Hutabalian ada Boraspati ni Tano yang melambangkan kehidupan dan odap-odap yang dipercaya untuk menangkal hal-hal yang negative. Serta ada gorga batak yang berwarna merah, hitam dan putih. Merah melambangkan semangat, kekuatan, dan keberanian. Hitam melambangkan kepemimpinan, kebijaksanaan, dan karakter yang kuat. Putih melambangkan kesucian, kebenaran, dan keikhlasan. Tangganya terbuat dari kayu yang diangkat dari Hutan Bagus Limbong, saat mengakat tidak boleh menyentuh tanah, jika menyentuh tanah maka kayunya akan dibuang.

Masyarakat desa banyak yang mengunyah sirih, itu kenapa ada istilah orang batak yang

berkata: “*Napuran tano-tano Rangging marsigomgoman, tung pe Badanta padao-dao tondita ma masigomgoman*” artinya pohon sirih yang tumbuh ditanah, batangnya saling mengikat, biarpun badan kita berpisah jiwa kita tetap bersatu”. Wisatawan yang pernah menginap di Rumah Bolon (Homestay) ada dari Prancis, Scotlandia, Swiss, Portugal dan tamu-tamu domestic untuk menikmati keindahan Desa Wisata Hutabalian namun kebanyakan adalah peneliti. Ada juga mahasiswa yang pernah berkunjung dari Politeknik Singapura untuk melihat kebudayaan desa tersebut.

Ada beberapa atraksi yang bisa dinikmati di Desa Wisata Huta Balian, salah satunya kegiatan menumbuk. Ada 3 buah lesung batu, digunakan untuk menumbuk padi hasil panen Masyarakat Desa Huta Balian Sianjur Mulamula. Lesung ini juga digunakan untuk membuat kue tradisional batak yaitu Itak (Itak nihittang ni andalu, nihopongan dan itak gurgur). Lesung ini dibuat 3 sesuai dengan Filosofi orang Batak yaitu Dalihan Na Tolu: Somba Marhulahula, Elek Marboru, Manat Mardongan Tubu yang artinya menghormati keluarga Ibu dan istri, mengasihi anak perempuan, dan menghormati yang satu marga. Atraksi yang lain yang bisa dinikmati adalah menenun ulos, untuk menyelesaikan 1 ulos dibutuhkan waktu 1 minggu. Ada juga Rumah Belajar Sianjur Mula Mula dimana pelajar bisa mengucapkan 30 hari didalam kalender batak serta mereka juga bisa belajar menari. Pernah ada kolaborasi music batak dan spanyol dari Spanyol pada tahun 2018 yang datang berkunjung.

Selain itu wisatawan juga dapat menikmati Pemandian hisoris yaitu Pemandian Aek Bulu Gading. Perjalanan ke Aek Bulu Gading dari penginapan, akan disuguhi hamparan tanaman Padi, Bawang, Alpokat, Jagung, kopi, kacang, dan lain sebagainya dengan alam yang hijau menyejukkan mata. Keistimewaan Pemandian Aek Bulu Gading ini, menurut kepercayaan Masyarakat desa bahwa mata air itu muncul dengan kesaktian, dimana menurut cerita leluhur mereka bahwa ‘Lumban Bulu-Sagala Raja’ setelah melakukan Semedi di Hutan Bagas Limbong selama 3 tahun lalu kembali ke Desa Huta Balian untuk menyampaikan kepada Masyarakat bahwa mereka memiliki ‘Mata Air’. Dengan meminta petunjuk dari Tuhan YMK, dengan menancapkan tongkat di tempat itu maka muncullah mata air sedangkan tongkatnya tumbuh menjadi pohon yang besar yang diyakin oleh Masyarakat Desa Hutabalian bahwa tempat munculnya mata Air Bulu gading adalah tempat yang Sakral. Di Aek Bulu Gading bisa mandi tetapi tidak boleh menggunakan perhiasan emas, airnya juga bisa dicicipi tanpa dimasak hanya mengucapkan salam ‘Horas’ saja.

Analisa Hasil Penelitian

Peneliti akan menguraikan hasil observasi dan wawancara penelitian di lapangan berdasarkan judul penelitian ini yaitu mengenai “**Persepsi Wisatawan Gen Z dan Millenial Terhadap Penanganan Keluhan Digital dan Dampaknya Pada Citra Destinasi Wisata Hutabalian**”. Dalam upaya mendorong kebangkitan ekonomi nasional pascapandemi, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) meluncurkan program Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) yang bertujuan untuk mengembangkan desa-desa wisata di seluruh Indonesia. Program ini menargetkan partisipasi 4.000 desa wisata dari 34 provinsi, dengan fokus pada lima kategori penilaian: daya tarik pengunjung, homestay dan

toilet, digital dan konten kreatif, souvenir, serta kelembagaan desa wisata dan CHSE (Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainability). Salah satu desa yang turut serta dalam program ini adalah Desa Sianjur Mula-Mula di Kabupaten Samosir, Sumatera Utara. Desa ini dikenal sebagai tempat asal mula suku Batak, dengan kekayaan budaya dan sejarah yang masih terjaga. Di dalamnya terdapat Dusun Hutabalian, yang merupakan bagian dari pengembangan desa wisata dan dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Hutabalian.

Seiring dengan meningkatnya kunjungan wisatawan dari generasi Z dan milenial, yang cenderung aktif di media sosial dan platform digital, pengelolaan keluhan dan masukan secara daring menjadi aspek penting dalam membentuk citra destinasi wisata. Penanganan keluhan digital yang responsif dan empatik dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan memperkuat reputasi positif destinasi, sementara pengabaian atau respons yang kurang memadai dapat berdampak negatif pada persepsi wisatawan.

Hasil penelitian ini diperoleh melalui teknik pengumpulan dengan observasi dan wawancara, Teknik tersebut dilakukan agar memperoleh data yang alami dan yang sesuai fakta di lapangan. Struktur pertanyaan yang diajukan peneliti tidaklah merupakan pedoman baku yang kaku melainkan lebih fleksibel yaitu apabila jawaban yang diberikan informan informan kurang jelas maka peneliti mengajukan pertanyaan lain agar tujuan penelitian terjawab.

a) Persepsi Pokdarwis dan Wisatawan

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Pokdarwis, pengelola homestay, Masyarakat Desa bahwa Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Hutabalian memandang desa wisata sebagai aset strategis yang merepresentasikan identitas budaya, sejarah, dan kearifan lokal masyarakat Batak. Dalam berbagai wawancara dan observasi lapangan, anggota Pokdarwis menilai bahwa pengembangan Desa Wisata Hutabalian tidak hanya bertujuan menarik wisatawan, tetapi juga menjadi sarana pelestarian adat istiadat dan penguatan ekonomi masyarakat berbasis budaya. Menurut Pokdarwis, desa ini merupakan tempat Sejarah suku Batak dimulai, sehingga para pengunjung yang datang kebanyakan dari para peneliti yang ingin menulis terkait Sejarah suku Batak pertama dilahirkan. Bagi wisatawan yang berkunjung ke desa ini, karena mereka ingin menikmati keindahan alam, ketenangan, budaya batak, melakukan penelitian dan kebanyakan mereka tidak menginap di homestay atau tempat tinggal masyarakat.

b) Penerimaan Keluhan

Desa Wisata ini memiliki akun yang dikelola oleh Pokdarwis. Media sosial yang mereka gunakan dalam berinteraksi dan menerima keluhan melalui WhatsApp, Instagram dan Facebook. Menurut Pokdarwis, pengelola mereka jarang mendapatkan keluhan yang berat dan fatal. Selama ini menurut informan, Ketika akan ada kunjungan ke Desa Wisata Huta Balian maka pihak PIC kegiatan terlebih dahulu akan menghubungi Pokdarwis untuk mempersiapkan segala kebutuhan yang dibutuhkan wisatawan yang akan berkunjung, mulai dari tarian daerah, makanan tradisional, atraksi yang bisa dinikmati, tradisi-tradisi kebudayaan batak, kunjungan ke objek-objek wisata di desa Hutabalian dan sekitarnya.

Untuk wawancara yang dilakukan peneliti dengan wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Desa Wisata Huta Balian, keluhan yang sudah mereka sampaikan adalah terkait dengan akses jalan yang kurang baik, plang atau penunjuk arah yang kurang jelas, nama-nama beberapa situs yang sudah pudar dan tidak ada serta pemeliharaan yang masih kurang. Apalagi saat berkunjung ke Desa ini terkesan susah sinyal. Mungkin pemerintah setempat harus terlibat dalam hal ini.

c) **Penangan Keluhan**

Menurut wawancara peneliti dengan pihak Pokdarwis dan pengelola Desa Wisata Huta Balian, diakhir kunjungan dari wisatawan group mereka biasanya menyampaikan kepada pihak PIC Group Wisatawan jika ada kekurangan dan kesilapan untuk dapat disampaikan kepada Pokdarwis secara langsung untuk dilakukan perbaikan di masa yang akan datang. Pokdarwis menyampaikan bahwa sampai saat ini memang belum ada generasi muda yang mau secara khusus mengelola media sosial Desa Wisata Huta Balian karena generasi mudanya hamper semuanya merantau. Pihak pengelola desa berharap suatu saat bahwa Desa Wisata Huta Balian akan semakin maju dengan adanya media sosial yang khusus menangani keluhan wisatawan.

d) **Citra Wisata**

Desa Wisata Huta Balian saat ini adalah pusat pelaksanaan penelitian yang terkait dengan kebudayaan dan kearifan local. Diharapkan dapat menjadi salah satu situs penelitian terkait asal usul suku batak dan tradisi-tradisi batak jaman dulu serta jaman sekarang yang sudah semakin modern.

Selanjutnya peneliti akan mendeskripsikan dan membahas data serta informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara secara mendalam kepada beberapa informan penelitian yang terkait dengan “Persepsi Wisatawan Gen Z dan Millennial Terhadap Penanganan Keluhan Digital dan Dampaknya Pada Citra Destinasi Wisata Hutabalian”.

Desa ini belum punya website resmi, media sosial juga belum dikelola oleh salah satu admin khusus sehingga menyebabkan tidak adanya wadah dari wisatawan dalam menangani keluhan. Di Desa tersebut juga belum ada dibuatkan kotak pengaduan resmi. Namun Pokdarwis dan pihak pengelola bukanlah tidak mau menerima dan menanggapi keluhan jika itu langsung disampaikan kepada Pihak Pokdarwis. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan dalam penelitian ini untuk memetakan secara strategis situasi dan kondisi Desa Wisata Huta Balian dalam hal penanganan keluhan digital dan pengaruhnya terhadap citra destinasi.

Strengths (Kekuatan)

1. Keunikan budaya Batak Toba menjadi daya tarik utama bagi wisatawan, mulai dari Sejarah yang menyatakan bahwa awal mulanya Suku Batak, musik gondang, tenun ulos, arsitektur rumah adat, aneka masakan tradisional batak, pemandangan alam, menikmati mata air yang sacral dan histori, berbagai kegiatan pertanian, kegiatan memandikan kerbau serta menikmati keindahan alam dan kearifan local desa desa perbatasannya.
2. Lokasi yang strategis di kaki Gunung Pusuk Buhit dan keberadaan situs sejarah seperti Pemandian Aek Bulu, Batu Hobon dan Aek Sipitu Dai, menjadikan Huta Balian sebagai

pusat spiritual dan sejarah Batak.

3. Potensi digitalisasi yang sejalan dengan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Samosir, mendukung transformasi menuju desa wisata berbasis digital, asal ada generasi muda Desa Wisata Huta Balian yang mau belajar digitalisasi dan mau mengelola website dan media sosial desa secara fokus dan terarah demi promosi pemasaran Desa Wisata Huta Balian.

Weaknesses (Kelemahan)

1. Infrastruktur digital yang belum merata, seperti jaringan internet yang tidak stabil dan kurangnya perangkat teknologi informasi.
2. Kurangnya sumber daya manusia yang terlatih dalam menangani keluhan digital secara profesional dan empatik, apalagi diakrenakan generasi mudanya merantau ke luar kota dan kebanyakan Masyarakat adalah Bertani.
3. Belum adanya SOP dan platform resmi pengaduan digital, sehingga keluhan wisatawan tersebar di berbagai kanal dan sulit ditangani secara terintegrasi.

Opportunities (Peluang)

1. Tren wisatawan Gen Z dan Millennial yang aktif di media sosial, membuka peluang promosi organik melalui user-generated content, bahwa dengan promosi melalui media sosial yang aktif dapat mendatangkan wisatawan ke Desa Wisata Huta Balian.
2. Dukungan pemerintah pusat melalui Kemenpar terhadap pengembangan desa wisata, termasuk pelatihan digital dan infrastruktur pariwisata, yang dapat dilakukan oleh dosen-dosen perguruan tinggi dibawah Kementerian Pariwisata
3. Teknologi AI dan chatbot memungkinkan integrasi penanganan keluhan yang cepat dan berbasis data.

Threats (Ancaman)

1. Kompetisi dengan destinasi lain di sekitar Danau Toba seperti Tomok, Ambarita, dan Balige yang lebih dikenal dan lebih siap dari sisi fasilitas serta akses jalan yang lebih muda dan homestay yang lebih banyak.
2. Risiko miskomunikasi digital, terutama jika respons yang diberikan terlalu teknis, tidak personal, atau kurang memahami konteks budaya lokal.
3. Paparan ulasan negatif di media sosial yang dapat menyebar luas dan membentuk persepsi negatif jika tidak ditangani secara bijak dan cepat, meskipun sampai dengan saat ini belum ada ulasan negative di tripadvisor.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai persepsi wisatawan Generasi Z dan Millennial terhadap penanganan keluhan digital dan dampaknya pada citra Desa Wisata Hutabalian, dapat disimpulkan beberapa poin penting berikut:

- 1) Persepsi Wisatawan terhadap Penanganan Keluhan Digital

Wisatawan Gen Z dan Millennial memandang Desa Wisata Hutabalian sebagai destinasi yang memiliki kekayaan budaya dan nilai spiritual yang unik. Namun demikian, mereka memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap layanan digital. Banyak dari mereka menilai bahwa penanganan keluhan digital di desa ini masih belum maksimal akibat keterbatasan infrastruktur dan SDM yang belum melek teknologi secara menyeluruh.

2) Tantangan Pokdarwis dan Pengelola Destinasi

Pokdarwis dan pengelola desa menghadapi berbagai kendala, di antaranya keterbatasan akses internet, belum adanya admin khusus media sosial, dan minimnya pelatihan terkait pelayanan digital. Kondisi ini diperburuk oleh kurangnya keterlibatan generasi muda desa yang merantau ke luar daerah.

3) Dampak terhadap Citra Destinasi

Meskipun belum ada keluhan besar yang viral secara negatif, citra digital Desa Wisata Hutabalian berisiko menurun jika tidak dilakukan pembenahan dalam sistem pengelolaan keluhan secara daring. Respons yang lambat atau tidak ada respons dapat berdampak pada persepsi wisatawan dan menghambat promosi melalui user-generated content.

4) Potensi dan Harapan di masa yang akan datang

Desa Wisata Hutabalian memiliki kekuatan budaya yang kuat dan peluang besar untuk berkembang melalui digitalisasi pariwisata. Dengan strategi yang tepat, penguatan SDM, dan dukungan kebijakan dari pemerintah serta mitra perguruan tinggi, desa ini dapat menjadi destinasi unggulan berbasis kearifan lokal dan teknologi.

Saran

1. Bagi Pengelola Desa Wisata (Pokdarwis dan Masyarakat):

- a) Membentuk tim khusus pengelola media sosial dan pelaporan digital yang bertugas untuk melakukan update setiap hari terkait Desa Wisata Huta Balian, kegiatan Masyarakat setempat baik dari segi kependidikan local, Bertani, memasak, memandikan kerbau, kondisi air alami yang bersejarah dan sebagainya, dimana harus diutamakan generasi Z dan Millennial yang lebih kreatif dan melek teknologi.
- b) Mengembangkan SOP dan wadah penanganan keluhan digital agar respons lebih sistematis, cepat, dan empatik.
- c) Mengadakan pelatihan literasi digital secara rutin bagi pengelola dan masyarakat pelaku wisata, mungkin dapat bekerjasama dengan Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi).

2. Bagi Pemerintah Daerah dan Kementerian Pariwisata:

- a) Memberikan dukungan infrastruktur seperti peningkatan jaringan internet dan fasilitas digital dasar di desa wisata.
- b) Menyediakan program pendampingan berbasis kampus merdeka atau dosen penggerak desa untuk mendampingi penguatan kapasitas digital di desa.
- c) Memprioritaskan desa dengan potensi budaya dan kearifan lokal yang kuat dalam pelatihan pengelolaan citra destinasi digital.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya:

- a) Penelitian lanjutan disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods guna mengukur hubungan antara persepsi wisatawan dan loyalitas kunjungan.
- b) Perluasan lokasi penelitian juga dapat dilakukan di desa-desa wisata lain di kawasan Danau Toba untuk mendapatkan perbandingan yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayeh, J. K., Au, N., & Law, R. (2013). "Do We Believe in TripAdvisor?" *Tourism Management*, 36, 493–503.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). "A Model of Destination Image Formation." *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868–897.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). "Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years After the Internet." *Tourism Management*, 29(4), 609– 623.
- Creswell, J. W. (2015). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications.
- Kim, J., Lee, H., & Law, R. (2020). "Impact of Time Lag and Response Content on e-WOM Effectiveness in the Hotel Industry." *International Journal of Hospitality Management*, 86, 102448.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2006). *Marketing for Hospitality and Tourism* (4th ed.). Pearson Education.
- Leung, D., Law, R., van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). "Social Media in Tourism and Hospitality: A Literature Review." *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2), 3–22.
- Made Ayu Juliantini, N. ., Rizky Mahendra, I. P. ., Griselda Pangaribuan, T. ., Made Riko Hendrajana, I. G. ., & Lanovia Amir, F. . (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Pemasaran Produk Tour And Travel Di Desa Pinge. *Siwayang Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Pariwisata, Kebudayaan, Dan Antropologi*, 2(2), 59–66. <https://doi.org/10.54443/siwayang.v2i2.1290>
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prensky, M. (2001). "Digital Natives, Digital Immigrants." *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Robbins, S. P. (2001). *Organizational Behavior*. Prentice Hall.
- Sparks, B. A., & Browning, V. (2011). "The Impact of Online Reviews on Hotel Booking Intentions and Perception of Trust." *Tourism Management*, 32(6), 1310–1323.
- Tax, S. S., Brown, S. W., & Chandrashekar, M. (1998). "Customer Evaluations of Service Complaint Experiences: Implications for Relationship Marketing." *Journal of Marketing*, 62(2), 60–76.
- Titing Koerniawati, F. . (2022). Destinasi Wisata, Sumber Daya Manusia Pariwisata Dan Pariwisata Berkelanjutan. *Siwayang Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Pariwisata, Kebudayaan, Dan Antropologi*, 1(1), 39–50. <https://doi.org/10.54443/siwayang.v1i1.52>

- Van Noort, G., & Willemsen, L. M. (2012). "Online Damage Control: The Effects of Proactive Versus Reactive Webcare Interventions in Consumer-Generated and Brand-Generated Platforms." *Journal of Interactive Marketing*, 26(3), 131–140.