

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wisata budaya (*cultural tourism*) dan wisata heritage (*heritage tourism*) merupakan dua bentuk kegiatan pariwisata yang memiliki kaitan erat dengan pelestarian warisan budaya dan peninggalan sejarah (Kausar, 2013). Kedua jenis wisata ini tidak hanya menawarkan nilai edukatif, tetapi juga menjadi daya tarik utama dalam pengembangan destinasi wisata berbasis sejarah dan kebudayaan.

Menurut Kausar (2013) wisata *heritage* berfokus pada eksplorasi lokasi spesifik atau situs warisan asli (*in situ*), di mana aktivitas wisata harus dilakukan di tempat tersebut untuk menjaga autentisitas pengalaman. Sebaliknya, wisata budaya tidak terikat pada aspek lokasi, karena aktivitas seperti mengapresiasi seni tradisional, ritual adat, atau mempelajari kearifan lokal dapat dilakukan *ex situ* (di luar tempat asalnya). Menurut Stebbins, wisata budaya dapat mencakup kunjungan ke museum, galeri, festival, pertunjukan seni, dan situs bersejarah, termasuk situs warisan budaya.

Menurut *International Council of Museums* (2022) Museum sebagai institusi nirlaba dan permanen yang berorientasi pada pelayanan masyarakat. Lembaga ini menjalankan fungsi penelitian, pengumpulan, pelestarian, interpretasi, serta pameran terhadap warisan budaya, baik yang bersifat fisik (*tangible*) maupun non fisik (*intangible*). Museum tidak hanya menjadi tempat penyimpanan koleksi berharga, tetapi juga sebagai media pembelajaran bagi masyarakat dan wisatawan yang ingin mengetahui lebih dalam mengenai sejarah, seni, dan budaya suatu

daerah. Hal ini menunjukkan bahwa museum tidak hanya memiliki nilai sejarah, tetapi juga berperan dalam mendorong dinamika pariwisata, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta.

Jakarta mengembangkan wisata museum sebagai destinasi unggulan untuk menarik minat wisatawan. Banyaknya destinasi wisata unggulan di Jakarta menciptakan persaingan yang ketat. Hal ini terlihat dari data kunjungan wisatawan ke destinasi wisata unggulan di DKI Jakarta 2022 sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Unggulan Menurut Lokasi di DKI Jakarta, 2022

No.	Objek Wisata Unggulan	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Unggulan Menurut Lokasi di DKI Jakarta
		2022
1.	Taman Impian Jaya Ancol	13.012.020
2.	Ragunan	6.551.846
3.	Monumen Nasional	5.007.359
4.	TMII	1.057.316
5.	Museum Sejarah Jakarta	542.554
6.	Museum Nasional	523.141
7.	Pelabuhan Sunda Kelapa	12.256
8.	Museum Satria Mandala	-
Total		26.706.492

Sumber: jakarta.bps.go.id, 2023. Data diolah, 2025

Pada tabel 1.1 terlihat bahwa terdapat delapan objek wisata unggulan di DKI Jakarta pada tahun 2022, di mana tiga di antaranya merupakan museum, yaitu Museum Nasional, Museum Satria Mandala, dan Museum Sejarah Jakarta. Meskipun Museum Satria Mandala tidak mencatat jumlah pengunjung, tetapi Museum Nasional yang dikenal sebagai museum terbesar di Asia Tenggara hanya mendapatkan 523.141 kunjungan. Jumlah ini masih tergolong rendah jika

dibandingkan dengan Museum Sejarah Jakarta. Oleh karena itu, dipilihlah Museum Nasional sebagai subjek penelitian.

Museum Nasional atau dikenal sebagai Museum Gajah terletak di Jl. Medan Merdeka Barat No.12, Gambir, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat. Museum ini menyimpan koleksi lengkap artefak sejarah, budaya, dan arkeologi dari Indonesia dan daerah lain, mencakup berbagai periode sejarah Indonesia, termasuk era prasejarah, periode klasik, era kolonial, dan era modern. Untuk memahami tren kunjungan wisatawan ke Museum Nasional, berikut adalah data jumlah pengunjung Museum Nasional dari Tahun 2019-2022:



Gambar 1.1 Data Kunjungan Museum Nasional Tahun 2019-2022

Sumber: Museum Nasional Indonesia (Data diolah, 2025)

Pada gambar 1.1 terlihat bahwa jumlah pengunjung Museum Nasional mengalami fluktuasi selama empat tahun terakhir. Perubahan ini dipengaruhi oleh dampak pandemi COVID-19, yang mengakibatkan pembatasan akses ke berbagai tempat wisata, termasuk museum. Selain itu, ada faktor lain penentu minat berkunjung kembali wisatawan, yaitu kurangnya atraksi seperti keberagaman program interaktif yang menarik, kenyamanan fasilitas, aksesibilitas, kualitas layanan, promosi yang efektif, hingga persepsi terhadap nilai edukatif dan

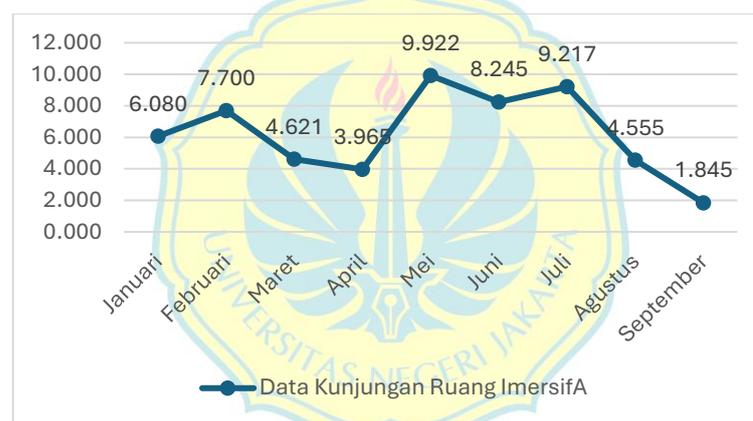
pengalaman personal yang diperoleh selama kunjungan turut berperan dalam membentuk keputusan untuk berkunjung kembali.

Menurut Holloway dalam Salmon dkk. (2024) dalam konteks pariwisata keberhasilan suatu destinasi dalam menarik wisatawan bergantung pada tiga elemen utama yang dikenal sebagai konsep 3A pariwisata, yaitu atraksi, amenitas, dan aksesibilitas. Salah satu aspek yang paling utama adalah atraksi. Atraksi sangat penting karena, merupakan kunci dari keunikan atau kekhasan dari destinasi wisata tersebut yang menjadi tujuan datangnya wisatawan.

Salah satu bentuk atraksi wisata baru yang diperkenalkan oleh Museum Nasional adalah kehadiran Ruang ImersifA, yang merupakan bagian dari upaya pengembangan atraksi untuk mempengaruhi keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali. Adanya atraksi wisata yang dikemas secara menarik dan inovatif mampu memenuhi kebutuhan wisatawan baik secara emosional maupun kognitif, sehingga menciptakan kepuasan yang berdampak positif secara fisik dan psikologis. Ketika kepuasan tersebut tercapai, pengelola destinasi memiliki peluang yang lebih besar untuk membangun minat kunjungan ulang dari wisatawan (Kerdipitak dalam Yogiswari dkk., 2021).

Sebelum hadirnya Ruang Imersif, Museum Nasional cenderung dikenal sebagai ruang pameran yang bersifat statis dan konvensional, dengan penyajian koleksi yang kurang interaktif. Museum dianggap sebagai tempat yang kurang menarik karena tampak seperti bangunan tua yang penuh dengan sejarah dan barang-barang masa lalu dan terkesan membosankan (Atiqah & Prakasita, 2022).

Setelah diresmikan oleh Direktur Jenderal Kebudayaan pada Kamis, 31 Maret 2022, Ruang ImersifA terjadi perubahan terhadap citra serta daya tarik Museum Nasional. Instalasi permanen ini menghadirkan pengalaman video mapping 360 derajat yang memungkinkan pengunjung merasakan seolah-olah berada di tengah peristiwa sejarah yang ditampilkan. Dengan menggabungkan teknologi visual, pencahayaan, dan audio interaktif, Ruang ImersifA menciptakan suasana wisata budaya yang lebih imersif, unik, dan menarik bagi para pengunjung. Untuk melihat perkembangan tren kunjungan wisatawan ke Ruang ImersifA, berikut adalah data kunjungan Ruang ImersifA sebelum revitalisasi Tahun 2023:

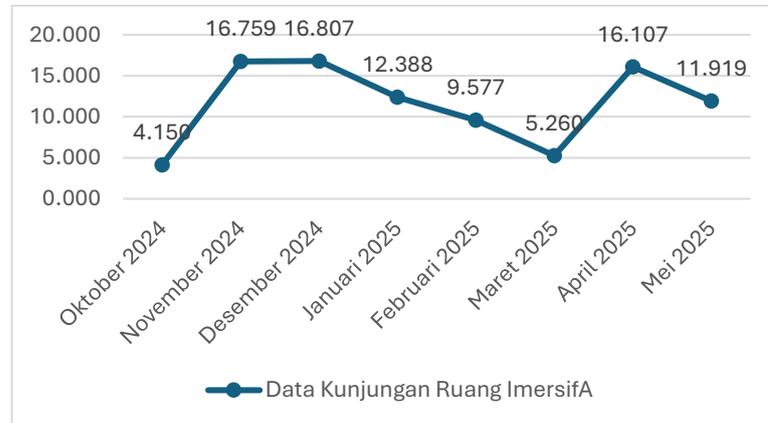


Gambar 1.2 Data Kunjungan Ruang ImersifA Sebelum Revitalisasi Tahun 2023

Sumber: Museum Nasional Indonesia (Data diolah, 2025)

Dari gambar 1.2 menunjukkan bahwa kunjungan pada tahun 2023 mengalami fluktuasi. Jumlah kunjungan tertinggi terjadi pada bulan Mei karena bertepatan dengan masa libur panjang Idul Fitri, di mana banyak masyarakat memanfaatkannya untuk berwisata bersama keluarga. Sebaliknya, angka kunjungan menurun drastis pada bulan September. Menurut berita yang dimuat oleh liputan6 (2023) ini terjadi dikarenakan adanya kebakaran pada 16 September 2023 yang menyebabkan Museum Nasional Indonesia ditutup untuk umum dari 17 September

2023 hingga 14 Oktober 2024. Berikut adalah data kunjungan Ruang ImersifA pasca revitalisasi Tahun 2024-2025:



Gambar 1.3 Data Kunjungan Ruang ImersifA Pasca Revitalisasi Tahun 2024-2025

Sumber: Museum Nasional Indonesia (Data diolah, 2025)

Gambar 1.3 memperlihatkan setelah dilakukannya revitalisasi, jumlah kunjungan mengalami lonjakan yang sangat signifikan. Menurut berita yang dimuat oleh liputan6 (2024) angka tersebut melonjak tajam di bulan Desember 2024, karena bertepatan dengan hari libur Nataru masyarakat biasanya mengambil waktu untuk berwisata. Kenaikan ini mencerminkan keberhasilan awal dari proses revitalisasi dalam menarik kembali minat masyarakat.

Sepanjang tahun 2025, puncak kunjungan terjadi pada bulan April yang bertepatan dengan masa libur panjang Idul Fitri. Sebaliknya, angka kunjungan paling rendah terjadi pada bulan Maret karena, pada bulan Ramadhan masyarakat cenderung membatasi aktivitas di luar rumah selama menjalankan ibadah puasa. Fluktuasi jumlah kunjungan selama tahun 2025 yang dipengaruhi oleh momentum Ramadan dan libur Idulfitri juga memperkuat pentingnya memahami faktor-faktor yang mendorong wisatawan untuk datang kembali, di luar pengaruh musiman.

Dalam konteks tersebut, hadirnya atraksi baru seperti Ruang ImersifA menjadi relevan untuk diteliti.

Di tengah perubahan preferensi wisatawan terhadap pengalaman yang lebih imersif dan menarik secara visual, belum banyak kajian empiris yang mengevaluasi pengaruh dari atraksi terhadap perilaku kunjungan ulang. Dalam studi yang dilakukan oleh Manuela & Djamhur (2023) mengungkapkan bahwa atraksi berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Artinya semakin menarik dan beragam atraksi yang disajikan oleh suatu destinasi, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pengunjung, sehingga membentuk perilaku konsumen, khususnya dalam keputusan untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi. Sedangkan, Rahmawati, dkk. (2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa atraksi tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali.

Berlandaskan latar belakang masalah, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Atraksi Wisata Imersif Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Museum Nasional”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah atraksi wisata imersif berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali ke Museum Nasional?
2. Seberapa besar pengaruh atraksi wisata imersif terhadap minat berkunjung kembali ke Museum Nasional?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh atraksi wisata imersif terhadap minat berkunjung kembali ke Museum Nasional?
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atraksi wisata imersif terhadap minat berkunjung kembali ke Museum Nasional?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, sebagai masukan dan pengalaman untuk bahan penelitian, khususnya terkait pengaruh atraksi wisata imersif terhadap minat berkunjung kembali ke Museum Nasional.
- b. Bagi pengelola, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk terus menembangkan atraksi wisata imersif yang semakin kreatif untuk meningkatkan minat berkunjung kembali ke Museum Nasional.

1.4.2 Manfaat Teoritis

- a. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat membantu mengembangkan sarana ilmu pengetahuan.
- b. Bagi pembaca, penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh atraksi wisata imersif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke Museum Nasional.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, dapat digunakan sebagai referensi untuk mengadakan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan penelitian ini.