

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan kegiatan perjalanan sementara yang dilakukan individu maupun kolektif. Kegiatan ini merupakan upaya manusia untuk meraih kebahagiaan serta keselarasan dengan aspek sosial, budaya, alam, dan ilmu pengetahuan (Suwanto, 2004:3) dalam (Saragih, 2022). Keputusan seseorang untuk bepergian ke destinasi wisata dipengaruhi oleh faktor-faktor motivasi yang berasal dari dalam (internal) serta faktor-faktor penarik yang berasal dari luar (eksternal). Faktor internal atau pendorong merupakan kebutuhan wisatawan yang harus dipenuhi selama proses perjalanan, serta motivasi yang mendorong individu untuk memenuhi kebutuhannya dengan memanfaatkan waktu luang mereka terutama selama liburan. Faktor penarik atau faktor eksternal adalah faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata yang berasal dari kondisi dan daya tarik tersebut (Abdillah, 2017) dalam (Audina *et al.*, 2022). Seiring dengan kemajuan peradaban, motivasi individu untuk bepergian terus meningkat seiring dengan kebutuhan yang sangat beragam.

Pariwisata juga menciptakan peluang bagi wisatawan asing untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang nilai-nilai sejarah dan keragaman budaya yang terdapat di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2025) sejak pandemi COVID-19, jumlah kunjungan wisata mancanegara menunjukkan pemulihan yang sangat kuat dan meningkat. Peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 2023, di mana terdapat lonjakan jumlah kunjungan yang sangat signifikan dibandingkan tahun 2022 dengan peningkatan dari 5,89 juta menjadi 11,6 juta kunjungan. Tren positif ini berlanjut hingga akhir 2024 dengan kenaikan 19.05% mencapai 13,9 juta kunjungan dengan kontribusi pariwisata budaya sebesar 25% dan didukung potensi besar inovasi digital.

Pariwisata budaya (*cultural tourism*) didefinisikan sebagai aktivitas perjalanan yang didorong oleh motivasi intelektual, seperti mempelajari tradisi, gaya hidup masyarakat lokal, serta melakukan observasi terhadap situs

bersejarah atau arkeologis. Pada intinya, jenis pariwisata ini berfungsi sebagai sarana untuk memperkaya wawasan dan memenuhi kebutuhan kultural melalui pengalaman langsung serta pengumpulan informasi baru (Durovic, 2014:18) dalam (Astina *et al.*, 2021). Sering dengan sumber daya yang tersedia, peluang yang ada dapat dimanfaatkan untuk menciptakan tujuan wisata yang berfokus pada pembelajaran. Wisata edukasi merupakan jenis perjalanan yang memadukan aktivitas berwisata dengan unsur-unsur pendidikan. Aktivitas wisata memiliki elemen edukatif yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta tentang materi yang telah mereka pelajari selama proses pembelajaran di kelas (Wijayanti, 2019) dalam (Prasetyo & Nararais, 2023). Oleh karena itu, untuk mendukung pertumbuhan industri pariwisata Indonesia, upaya untuk membangun tempat wisata budaya yang berfokus pada nilai-nilai edukatif harus terus didorong.

Jakarta merupakan pusat kota di Indonesia yang menjadi wajah Indonesia secara keseluruhan. Kota ini bukan hanya menjadi jantung pemerintahan dan ekonomi, tetapi juga rumah bagi keberagaman budaya dari Sabang sampai Merauke. Jakarta juga memiliki berbagai institusi budaya yang mengukuhkan statusnya sebagai pusat kebudayaan nasional. Museum Nasional, Taman Ismail Marzuki, hingga Monumen Nasional (Monas) adalah ikon penting yang melestarikan dan menampilkan kekayaan budaya Indonesia (JakartaHariIni, 2025).

Dilansir dari salah satu postingan instagram @statistikjakarta, sebagai salah satu tujuan wisata yang menawarkan ciri khas untuk menarik minat kunjungan wisatawan, Jakarta memiliki destinasi wisata berbasis budaya sebanyak 54 museum. Salah satu museum tertua dan terbesar di Asia Tenggara ada di Jakarta yaitu Museum Nasional Indonesia atau lebih dikenal dengan “Museum Gajah” merujuk pada keberadaan patung gajah perunggu yang berada di halaman depan museum. Patung tersebut merupakan pemberian Raja Chulalongkorn (Rama V) dari Thailand ketika melakukan kunjungan pada tahun 1871. Selain itu, museum ini memiliki fungsi penting sebagai institusi yang menyimpan, melestarikan, dan menyajikan berbagai koleksi yang berkaitan dengan sejarah dan kebudayaan Indonesia.

Museum merupakan lembaga tetap yang bersifat inklusif bagi masyarakat. Fokus utamanya adalah melestarikan, mengkaji, serta memamerkan bukti material dari identitas manusia dan lingkungannya sebagai sarana edukasi, penelitian, dan hiburan (*International Council of Museum (ICOM)*). Tujuan didirikan museum adalah untuk konservasi peninggalan adat dan budaya, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, serta untuk meningkatkan keterjangkauan warisan tersebut bagi masyarakat domestik dan mancanegara.

Meskipun museum dapat diakses oleh publik secara luas, terdapat kecenderungan rendahnya minat kunjungan dari masyarakat, khususnya pada generasi muda saat ini. Fenomena ini cukup mengkhawatirkan, mengingat peran vital museum sebagai media untuk memahami sejarah, menggali nilai-nilai budaya, menginspirasi generasi penerus. Untuk mengatasi citra museum yang dianggap kurang menarik dan tidak sesuai dengan minat pengunjung khususnya generasi muda, perlu dikembangkan program wisata edukasi yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan dari kalangan muda. Selain itu, museum harus berinovasi dengan menyajikan program dan kemasan yang lebih modern agar tetap relevan dengan perkembangan zaman (*Tita et al., 2020*). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi secara optimal mampu meningkatkan daya tarik pembelajaran sejarah serta menjadi pengalaman yang lebih interaktif dan menyenangkan (*Muhtarom et al., 2022*).

**Tabel 1.1 Daftar Pengunjung Museum Nasional Indonesia Periode Tahun 2020 – 2025**

No.	Tahun	Jumlah
1.	2020	3.715
2.	2021	32.017
3.	2022	360.701
4.	2023	306.458
5.	2024	212.734
6.	Jan – Okt 2025	553.940

<b>Total</b>	<b>1.469.565</b>
--------------	------------------

**Sumber : Museum Nasional, 2025**

Di era digital, pariwisata mengalami perkembangan signifikan yang tidak terlepas dari peran teknologi yang mendorong transformasi di berbagai sektor kehidupan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pariwisata digital merupakan pemanfaatan berbagai teknologi digital guna merevolusi pengalaman perjalanan sekaligus memperbarui model bisnis di sektor pariwisata (Gretzel, 2022). Sektor pariwisata wajib mengadopsi inovasi melalui transformasi digital guna menciptakan peluang bisnis baru yang mendukung daya asing, ekspansi, serta pembangunan berkelanjutan (Akhtar *et al.*, 2021).

Konsep *metaverse tourism* mulai diperkenalkan pada awal 2022. Melalui pemanfaatan teknologi modern, *metaverse* dipresentasikan sebagai representasi dunia nyata dalam ekosistem ruang virtual (Siyae & Jo, 2021). Penggunaan teknologi *metaverse* dalam industri pariwisata telah menjadi topik populer dalam beberapa tahun terakhir (Indarta *et al.*, 2022). Meskipun pemanfaatannya belum optimal saat ini, *metaverse* merupakan media baru dengan prospek masa depan yang sangat menjanjikan (Nugraha *et al.*, 2023). Merespon perkembangan tersebut, Museum Nasional bertransformasi untuk menghadirkan pameran berbasis teknologi yang mengusung konsep *metaverse tourism*, salah satu contohnya adalah Ruang ImersifA (*Immersive Space*). Pemanfaatan teknologi ini dijadikan sebagai strategi Museum Nasional untuk memberikan pengalaman kunjungan yang lebih menarik sekaligus edukatif kepada para pengunjung.

Ruang ImersifA dalam kerangka pariwisata *metaverse* memanfaatkan teknologi simulasi lingkungan untuk menghadirkan pengalaman interaktif yang sangat autentik dan realistis bagi para pengunjungnya (Go & Kang, 2022). Ruang ImersifA adalah instalasi *video mapping* 360°. Sistem ini bekerja dengan merespons struktur objek dalam ruangan melalui proyeksi gambar gerak dan animasi yang menyeluruh (Genia Krishble, 2021).

Melihat potensi daya tarik wisata Museum Nasional Indonesia khususnya pada Ruang ImersifA, menjadikan peluang untuk membangun citra wisata dan

wilayah di daerah tersebut serta meningkatkan minat kunjungan bagi wisatawan. Kehadiran ruang ini menciptakan dua variabel utama yang diduga kuat memengaruhi niat berkunjung yaitu daya tarik digital (keunikan dan kecanggihan teknologi itu sendiri) dan edukasi budaya digital (efektivitas penyampaian informasi melalui pengalaman imersifA).

**Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Ruang ImersifA Museum Nasional Indonesia Periode Tahun 2024 - 2025**

No.	Tahun	Jumlah Kunjungan
1.	2024	40.299
2.	2025	174.000
Total		214.290

**Sumber : Museum Nasional, 2025**

Penelitian ini mengkaji literatur terdahulu sebagai bahan komparasi untuk mengidentifikasi celah penelitian serta keunggulannya. Selain itu, tinjauan pustaka dilakukan guna memperkuat landasan teoritis yang relevan dengan topik yang diangkat. Dengan demikian daya tarik dan media edukasi menggunakan teknologi *Virtual Reality* (VR) dan *Augmented Reality* (AR) yang diterapkan pada ruang imersif di Museum Nasional Indonesia dapat meningkatkan pengalaman dan minat kunjungan wisatawan, meningkatkan daya tarik museum, serta mengikuti tren pariwisata berbasis teknologi *metaverse* yang sedang berkembang.

Pada penelitian Demolingo dan Selvy (2023) menunjukkan bahwa penerapan teknologi visual imersif berupa pemetaan video 360° yang terintegrasi dengan virtual reality (VR) dan augmented reality (AR) pada Ruang ImersifA terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik serta menyuguhkan pengalaman interaktif bagi wisatawan. Inovasi ini berperan penting dalam mendorong keberlanjutan sektor pariwisata di Indonesia melalui integrasi teknologi digital yang mutakhir. Namun dalam penerapannya pasti ada faktor penghambat dan diantara faktor penghambat tersebut adalah kemungkinan adanya perubahan tren wisatawan dan minat untuk berkunjung ke Museum Nasional serta belum adanya studi kuantitatif yang mengukur

secara spesifik dan terperinci seberapa besar kontribusi dari dua faktor digital tersebut terhadap minat wisatawan untuk melakukan kunjungan fisik ke Museum Nasional. Oleh karena itu penelitian ini menjadi penting karena memiliki kebaruan dengan menjadikan Ruang ImersifA sebagai fokus utama analisis konteks Museum Nasional Indonesia, sekaligus menguji peran ganda teknologi sebagai daya tarik dan media edukasi secara simultan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis bentuk pemanfaatan Ruang ImersifA sebagai daya tarik dan sarana edukasi budaya dengan minat kunjungan wisatawan saat berkunjung ke Museum Nasional Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengembangan keilmuan di bidang pariwisata digital dan budaya secara teoritis, sekaligus memberikan masukan dan rekomendasi praktis bagi para pemangku kepentingan terutama kepada pengelola Museum Nasional dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Hal ini memperkuat urgensi dilakukannya penelitian ini mengingat Museum Nasional merupakan aset wisata budaya yang memiliki potensi besar dalam memberikan pengalaman wisatawan yang memuaskan. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **"Hubungan Daya Tarik dan Edukasi Budaya Digital Dengan Minat Wisatawan Mengunjungi Ruang ImersifA Museum Nasional Indonesia"**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah daya tarik wisata memiliki hubungan dengan minat kunjungan wisatawan pada saat mengunjungi Ruang ImersifA Museum Nasional?
2. Apakah edukasi budaya digital memiliki hubungan dengan minat kunjungan wisatawan pada saat mengunjungi Ruang ImersifA Museum Nasional?
3. Apakah hubungan daya tarik wisata dan edukasi budaya digital dengan minat kunjungan wisatawan pada saat mengunjungi Ruang ImersifA Museum Nasional?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan penjelasan mengenai konteks penelitian dan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi hubungan daya tarik wisata dengan minat kunjungan wisatawan pada saat mengunjungi Ruang ImersifA Museum Nasional
2. Mengidentifikasi hubungan edukasi budaya digital dengan minat kunjungan wisatawan pada saat mengunjungi Ruang ImersifA Museum Nasional
3. Mengidentifikasi hubungan daya tarik wisata dan edukasi budaya digital minat kunjungan wisatawan pada saat mengunjungi Ruang ImersifA Museum Nasional.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. **Manfaat untuk Akademisi**  
Penelitian ini dapat memberikan sumbangan berharga untuk kurikulum yang diterapkan pada perguruan tinggi, khususnya pada lingkup program studi Pariwisata. Dengan mengeksplorasi aspek daya tarik wisata dan media edukasi budaya berbasis digital, pembelajaran mahasiswa dapat diperkaya dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang perilaku wisatawan wisata.
2. **Manfaat untuk Peneliti**  
Penelitian ini dapat memberikan peluang bagi peneliti untuk melihat penerapan langsung dari pengetahuan akademis dalam konteks praktis, terutama jika hasil penelitian dapat digunakan oleh pihak-pihak terkait di industri pariwisata.
3. **Manfaat untuk Pengelola Museum Nasional Indonesia**  
Penelitian yang sudah dilakukan diharapkan dapat memberikan informasi kepada wisatawan untuk memilih destinasi wisata budaya Museum Nasional Indonesia sehingga dapat terjadinya peningkatan jumlah minat kunjungan wisatawan dan pembelajaran terhadap Sejarah Indonesia.
4. **Manfaat untuk Wisatawan**  
Hasil penelitian ini digunakan untuk membekas gambaran serta wawasan

yang lebih mendalam kepada para wisatawan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk memilih destinasi wisata sejarah Museum Nasional Indonesia.

