

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bidang pariwisata mempunyai jenis-jenis aktivitas pariwisata berdasarkan kategori berwisata, seperti wisata minat khusus, wisata cagar alam religi, budaya, bahari, edukasi, serta masih banyak lagi. Museum menjadi tempat wisata edukasi dan wisata budaya, dengan mana dalam wisata edukasi museum merupakan sarana pendidikan untuk menambah pengetahuan, informasi, dan sejarah di Indonesia (Lubis, 2020, hlm. 1). Sedangkan dalam wisata budaya, ICOM (*International Council of Museum*) mengatakan fungsi dasar dari museum adalah sebagai tempat mengumpulkan dan mengamankan warisan budaya, konservasi, preservasi, menyimpan dokumentasi suatu penelitian, menyebarkan dan meratakan ilmu kepada khalayak umum, mengenalkan dan menghayati suatu kesenian, mengenalkan kebudayaan daerah ataupun kebudayaan bangsa, memvisualisasikan budaya maupun alam, menjalankan tumbuhnya peradaban manusia, dan membangkitkan rasa takwa kepada Tuhan Yang Maha Kuasa (Priyanto, 2021, hlm. 506).

Museum termasuk dalam kategori objek wisata budaya (*cultural tourism object*) karena memiliki fungsi dalam menyimpan koleksi-koleksi yang merupakan warisan budaya (*cultural heritage*). Koleksi-koleksi yang disimpan dan dikoleksi di museum memiliki nilai budaya yang besar karena koleksi tersebut merupakan bukti fisik dari kebudayaan di masa lalu. Dengan melihat benda dan koleksi museum, pengunjung bisa mendapatkan pemahaman tentang kehidupan masyarakat di masa lalu. (Lubis, 2020, hlm. 1). Museum adalah destinasi wisata yang penting untuk pariwisata karena mereka berhubungan dengan sejarah, budaya, dan pengalaman manusia dan lingkungan. Museum tidak hanya berfungsi sebagai tempat penyimpanan barang masa lalu, tetapi juga bertanggung jawab untuk melestarikan dan membangun nilai-nilai budaya untuk memperkuat identitas nasional negara.

Menurut data Kemendikbudristek Republik Indonesia di Kota Bandung

memiliki sejumlah 10 museum, yakni Museum Pos Indonesia, Museum Pendidikan Nasional, Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat, Museum Gedung Sate, Museum Perbendaharaan, Museum Konferensi Asia Afrika, Museum Bio Farma, Museum Geologi Bandung, Museum Negeri Provinsi Jawa Barat Sri Baduga, dan Museum Mandala Wangsit Siliwangi. Dilansir dari jabar.tribunnews.com, pada tahun 2022 ini wisata edukasi museum yang paling banyak dikunjungi di Kota Bandung ialah Museum Gedung Sate, Museum Geologi, dan Museum Pos. Selain menjadi museum dengan wisata edukasi paling banyak dikunjungi, ketiga museum ini pun juga merupakan museum bersejarah di kota Bandung karena keberadaannya yang sudah ada sejak zaman Hindia-Belanda (Magang Tribunjabar, 2022).

Meskipun di Kota Bandung terdapat banyak museum, ternyata masih tetap terdapat museum yang sepi pengunjung. Dilansir dari Kompas.com, sebelum adanya pandemi Covid-19, hanya 2% saja penduduk di kota-kota besar di Indonesia yang tertarik untuk berkunjung ke museum yang berada di kotanya. Penyebabnya, karena pengelolaan museum yang berkesan hanya seadanya dan menjengahkan wisatawan untuk berkunjung sehingga museum di nilai kurang atraktif dan aspiratif (Sutanto, 2022). Pada tahun 2016, banyak wisatawan di Kota Bandung yang sebenarnya tahu akan keberadaan dari museum-museum di Kota Bandung, hal ini dibuktikan dalam penelitian dari (Solihat & Ary, 2016, hlm. 78) menunjukkan bahwa sebanyak 70% wisatawan Kota Bandung tahu akan adanya museum di Kota Bandung, dan sebanyak 30% tidak tahu akan adanya museum di Kota Bandung. Dari data di atas terbukti bahwa sebenarnya banyak wisatawan yang tahu akan adanya wisata museum di Kota Bandung. Namun sangat disayangkan, minat wisatawan mengunjungi museum masih dapat dikatakan cukup rendah. Hal ini terbukti dari kebanyakan wisatawan lebih tertarik pada tempat wisata kuliner, perbelanjaan, dan lainnya.

Kurangnya minat masyarakat terhadap kunjungan museum menurut (Paramitasari, 2015, hlm. 213) beberapa faktor mempengaruhi permasalahan tersebut, yakni banyaknya museum yang kurang aktif dalam menarik minat wisatawan melalui media baru (media sosial), banyaknya koleksi museum yang ditampilkan kurang menarik dan kurang modern sehingga masih memberikan

kesan kaku kepada pengunjung, banyak museum yang masih kurang baik dalam mengelola koleksi museum sehingga koleksi museum tidak atraktif dan variatif. Hal itu membuat pengunjung merasa bosan serta merasa enggan untuk berkunjung ke museum. Terakhir, kurangnya promosi wisata kepada masyarakat sehingga masyarakat tidak tertarik untuk mengunjungi museum.

Faktor-faktor di atas menjadi permasalahan saat ini dan hal yang membuat museum sepi dan sedikit didatangi pengunjung dalam beberapa tahun ke belakang, salah satu permasalahan pada aspek pendidikan misalnya terjadi dalam pengamatan yang dilakukan pada penelitian "*Pengembangan Wisata Edukasi Berkelanjutan di Museum Geologi Bandung*" yang memiliki kekurangan dengan rute kunjungan yang kurang terarah, kegunaan museum sebagai sarana belajar belum terlalu bisa dimanfaatkan secara baik. Sebab, teks dan bahasa dalam *display* informasi koleksi masih dinilai kurang lengkap dan memadai, sehingga proses penyampaian informasi maupun proses pembelajaran kepada pengunjung terutama pengunjung dengan kategori pelajar belum terlaksanakan secara efektif dan optimal. Belajar di museum tidaklah mudah untuk cepat mengerti, hal ini dikarenakan waktu kunjung museum yang terbatas (Maesari, Suganda, & Rakhman, 2020, hlm 8). Kemudian, adapun dalam penelitian "Tidak Ada Waktu: Studi Tentang Alasan Tidak Mengunjungi Museum". Alasan para responden tidak pergi ke museum karena tidak memiliki waktu, lebih tertarik untuk melakukan hal lain, serta lokasi tempat tinggal yang berjauhan dengan museum. Dari alasan itu, pada dasarnya para responden tertarik berkunjung ke museum, memandang museum menyenangkan, serta memahami informasi terkait museum. Namun, masih terdapat sebagian orang masih berpikiran museum merupakan tempat yang membosankan, serta belum adanya pandangan baik (seperti "gaul" maupun "keren") yang terdapat pada pemikiran pengunjung ketika berkunjung ke museum. Dimana hal tersebut berbeda ketika pengunjung berkunjung ke taman hiburan ataupun tempat berbelanja (Hendrik, 2020, hlm. 37).

Selain itu, pandemi yang terjadi pada tahun 2020 dimana di berbagai negara dilanda virus covid-19 yang sangat mengganggu setiap sektor maupun bidang kehidupan. Di masa pandemi, pada sektor pariwisata pemerintah membuat kebijakan untuk masyarakat dalam membatasi kegiatan di luar rumah dan

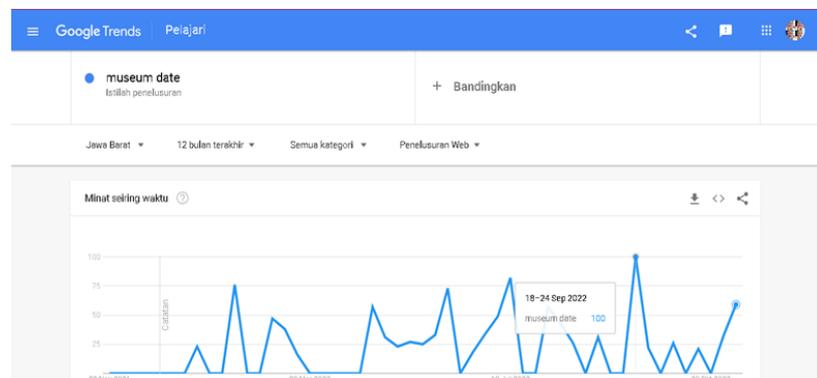
menutup kegiatan wisata, guna untuk mengatasi penyebaran virus covid-19. Museum selaku lembaga edukasi dan rekreasi tentunya juga terkena dampak dari kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah. Banyak museum-museum di Kota Bandung yang tutup karena pemerintah tidak memperbolehkan adanya kerumunan di tempat umum dan karena adanya himbauan untuk mengurangi kegiatan saat di luar rumah, sehingga banyak masyarakat yang melakukan aktivitasnya di rumah saja. Dilansir dari RadarBandung.com salah satunya pada Museum Geologi Bandung pada masa pandemi mereka memberikan aturan pembatasan kunjungan hanya sebanyak 300 pengunjung. Meskipun demikian, museum selaku lembaga edukasi dan rekreasi tidak dapat tinggal diam dengan keadaan yang sedang terjadi. Pada masa pandemi banyak museum-museum di Kota Bandung yang berinovasi untuk mengadakan *virtual tour* museum, yang membuat pengunjung dapat berkunjung dan melihat koleksi yang terdapat di dalamnya secara *virtual* dengan tidak harus datang ke tempat (museum) secara langsung. Seiring berjalannya waktu serta sudah berlalunya masa pandemi, pemerintah mulai melonggarkan kebijakan-kebijakan tersebut sehingga museum-museum di Kota Bandung sudah dapat beroperasi kembali dengan syarat tetap harus menerapkan protokol kesehatan dengan baik.

Di masa *new normal* setelah pandemi ini banyak museum-museum di Kota Bandung yang mulai bangkit untuk kembali membuka layanan *offline* atau kunjungan langsung ke museum. Pada saat ini banyak museum-museum di Kota Bandung yang berbondong-bondong dalam melakukan promosi melalui media sosial ataupun secara langsung. Hal ini tentunya perlu dilakukan oleh setiap museum agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan dari museum- museum tersebut. Selain melakukan promosi, museum juga dapat memanfaatkan tren-tren yang sedang ramai sebagai upaya dalam meningkatkan jumlah kunjungannya. Pada saat ini sedang marak kegiatan museum *date*. Museum *date* adalah kegiatan mengunjungi museum bersama orang terkasih atau secara sederhana dapat dikatakan sebagai kegiatan berkencan dengan mengunjungi museum. Kegiatan ini ramai dalam kurun waktu beberapa tahun ke belakang, dimana kegiatan ini didominasi oleh generasi Z yang menjadikan museum sebagai tempat mereka untuk berkencan. Kegiatan ini tentunya dapat menghadirkan keseruan tersendiri

ketika berkunjung ke museum (Istina, 2022). Antusias masyarakat khususnya anak muda semakin meningkat terlihat dengan tidak pernah sepi nya museum saat ini. Kegiatan yang sering dilakukan adalah menjelajahi area museum dan sering kali pasangan berfoto bersama dan mengunggahnya ke laman sosial media. Menurut *google trends*, pencarian museum *date* selama 13-15 November 2022 dicari sebanyak 59 pencariin dan adapun peringkat teratas sebanyak 100 pencarian berada di waktu 18 – 24 September 2022. Hal ini menyatakan bahwa, pencarian museum *date* sangatlah pesat saat ini.

Gambar 1. 1

Grafik Pencarian Tren Museum Date, 2022



Sumber: Google Trends, 2022

Berkenaan dengan sosiologi pariwisata yang mengkaji mengenai studi individu, lembaga sosial, organisasi, maupun masyarakat yang memberikan pelayanan terhadap perjalanan wisata bagi para wisatawan dalam kegiatan pariwisata. Menurut (McIntosh dalam Soemanto, 2010) sosiologi pariwisata ditunjukkan oleh sesuatu yang berhubungan dengan suatu fenomena sosial kepariwisataan yang muncul dan di tandai oleh perkembangan kegiatan pariwisata yang sangat luas dan pesat di masyarakat. Pada abad ke-20 ini pariwisata sudah memasuki masa *postmodern*, dengan mana dalam buku “Pariwisata Sebagai Model, Sistem dan Praktik” pariwisata *postmodern* dicirikan dengan banyaknya motivasi wisata pengalaman dan lingkungan (Thariqy Kawakabi P & Zahari, 2022).

Secara sosiologi, motivasi merupakan kategori dalam faktor pendorong terjadinya interaksi sosial yang mendefinisikan motivasi sebagai suatu stimulus yang berasal dari dalam diri dalam melakukan suatu tindakan. Hal ini sejalan

dengan pendapat dari Pitana, yaitu secara aspek sosiologi pariwisata, motivasi menjadi suatu aspek dasar pada ilmu pariwisata maupun wisatawan. Sebab, motivasi ini menjadi pemantik dalam kegiatan wisata (Pitana & Gayatri, 2005, hlm. 58). Hubungan interaksi sosial dengan motivasi wisatawan, yakni karena pada hakikatnya manusia membutuhkan orang lain, sehingga akan terjadi pola pergaulan. Yang mana, pola tersebut merupakan pola interaksi sosial yang melahirkan beberapa pandangan terhadap keburukan maupun kebaikan, dan hal tersebut terkandung nilai manusia yang berpengaruh pada perilakunya. Selain itu, dalam perspektif fungsionalisme mengartikan motivasi wisatawan sebagai aktivitas mengembalikan rasa harmoni di masyarakat dengan melepaskan diri dari kegiatan rutin secara sementara (terapi sosial) (Pitana & Gayatri, 2005, hlm. 58).

Oleh karena itu, peneliti terdorong untuk mengkaji motivasi wisatawan dengan fenomena museum *date* terhadap daya tarik wisata museum di Kota Bandung. Melalui teori motivasi wisatawan oleh McIntosh and Murphy yang membagi motivasi melalui empat kelompok, yaitu motivasi fisik, budaya, sosial, dan fantasi. Sesuai dengan keadaan saat ini museum sedang memulihkan kembali kegiatan pariwisata setelah terjadinya pandemi covid-19 dan kurangnya minat masyarakat dalam mengunjungi daya tarik wisata museum. Museum mencoba berbagai macam promosi menarik agar dapat mengembalikan daya tarik dari museum tersebut. Selain melakukan promosi, dengan adanya tren-tren menarik yang sedang ramai di sosial media, salah satunya dengan tren museum *date* membuat masyarakat tertarik mengunjungi museum. Dengan mana, museum *date* merupakan kegiatan mengunjungi museum dengan orang terkasih. Oleh karena itu, skripsi ini membangun rumusan masalah untuk membahas dan mengetahui tentang bagaimana pengaruhnya motivasi pengunjung melakukan museum *date* terhadap daya tarik wisata museum yang berada di museum Kota Bandung. Maka penulis terdorong melakukan penelitian, yang memiliki judul “PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN MUSEUM *DATE* TERHADAP DAYA TARIK WISATA MUSEUM DI KOTA BANDUNG”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pokok pada penelitian ini, yaitu “Bagaimana pengaruh motivasi

wisatawan museum *date* terhadap daya tarik wisata museum?”, agar penelitian fokus dan terarah dan dibuat rumusan masalah secara khususnya, sebagai berikut:

1.2.1 Apa motivasi wisatawan museum *date* di kota Bandung?

1.2.2 Seberapa besar tingkat daya tarik wisata museum di kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan umum penelitian ini, yakni untuk mengetahui bagaimana pengaruh motivasi wisatawan melakukan museum *date* terhadap daya tarik wisata museum.

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini di antaranya untuk:

1.3.1 Mengetahui motivasi wisatawan melakukan museum *date* pada museum di Kota Bandung

1.3.2 Mengetahui seberapa besar tingkat daya tarik wisata museum di kota Bandung

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ada di dalam penelitian ini:

1.4.1 Teoretis

Berdasarkan teori, penelitian yang penulis teliti berguna dalam pengembangan ilmu di bidang sosiologi khususnya pada sosiologi pariwisata dan diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan bagi pembaca dan penulis dalam memperkaya ilmu pengetahuan serta perkembangan yang berkaitan dengan teori motivasi wisata terhadap daya tarik wisata museum.

1.4.2 Praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian yang dibuat ini dapat menambah wawasan dan pengalaman bagi penulis dan adanya skripsi ini, serta dapat menjadi masukan bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian baik yang terkait dengan topik ini maupun tidak terkait pada topik yang sudah diteliti.

a) Manfaat Bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi

Penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan yang lebih luas kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi khususnya dalam ilmu sosiologi pariwisata dalam teori motivasi wisatawan dengan tren *museum date* terhadap daya tarik wisata museum di Kota Bandung.

b) Manfaat Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat dijadikan untuk informasi dan wawasan untuk masyarakat mengenai tren *museum date* khususnya pengunjung museum dan masyarakat dapat mengetahui bagaimana pengaruhnya terhadap daya tarik wisata museum dari pengunjung yang termotivasi untuk mengunjungi museum dengan melakukan kegiatan museum *date*.

c) Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian mengenai pengaruh motivasi wisatawan museum *date* terhadap daya tarik wisata museum ini bagi peneliti bermanfaat untuk lebih dalam mengetahui bagaimana motivasi wisatawan melakukan museum *date* sehingga dapat berpengaruh kepada daya tarik wisata museum.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Agar memudahkan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, dalam penyusunan skripsi ini disusun berdasarkan kepenulisan yang disajikan ke dalam lima bab, yakni sebagai berikut:

1. BAB 1: pendahuluan, dengan subbab yang berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan struktur organisasi penelitian sebagai fondasi utama penelitian.
2. BAB 2: tinjauan pustaka yang menguraikan sumber-sumber pustaka, data-data, dan teori-teori yang mendukung serta berkaitan pada fokus peneliti.
3. BAB 3: metode penelitian, dengan mana bab ini peneliti memaparkan desain penelitian, metode penelitian, teknik penelitian (pengumpulan data dan analisis data) berkaitan dengan variabel-variabel pada teori motivasi wisatawan dan daya tarik wisata.
4. BAB 4: temuan dan pembahasan, melakukan pemaparan hasil temuan yang telah terkumpul yang selanjutnya di analisis. Dengan mana, analisis mencakup pengaruh motivasi wisatawan museum *date* terhadap daya tarik wisata museum di Kota Bandung.
5. BAB 5: kesimpulan, implikasi dan rekomendasi, yakni hasil analisis dari data yang sudah dihimpun serta peneliti memberikan simpulan, implikasi, dan rekomendasi dari permasalahan yang sudah dikaji.