

BAB I

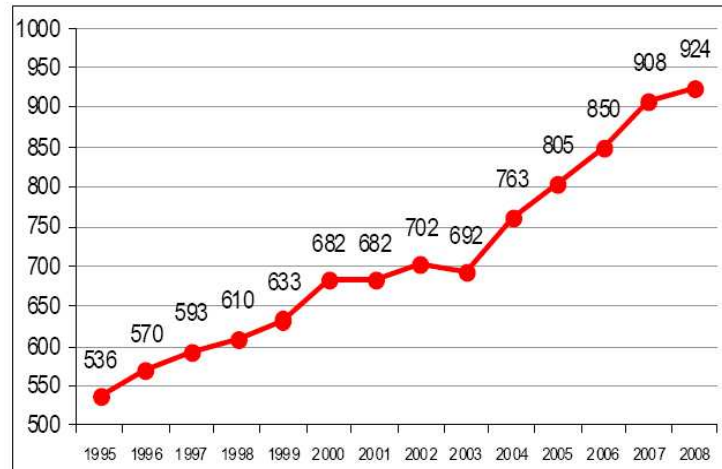
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata di beberapa negara berkembang menjadi salah satu sumber pendapatan utama serta salah satu kategori ekspor, pariwisata mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat dan mempunyai peluang untuk berkembang. Sesuai dengan data menurut *World Tourism Organization* (UNWTO) *World Tourism Barometer* pada Juni 2008, kedatangan wisatawan internasional tumbuh sekitar 5% antara Januari dan April 2008 dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2007.

Selama tahun 2008, pariwisata mengalami pertumbuhan yang tidak begitu signifikan, hal tersebut dikarenakan krisis ekonomi global yang mempengaruhi penurunan pendapatan. Data mengenai kedatangan wisatawan internasional dan penerimaan pariwisata internasional dapat dilihat pada Gambar 1.1 yang menunjukkan bahwa peningkatan terjadi dengan pertumbuhan yang kuat di dunia pariwisata pada empat tahun yaitu tahun 2004, 2005, 2006, 2007. Sedangkan untuk tahun 2008 peningkatan hanya sebesar 2% dibandingkan dengan tahun 2007.

Data pada Gambar 1.1 berikut ini menunjukkan bahwa pada tahun 2008, Asia Pasifik termasuk ke dalam lima kawasan terbaik dalam pariwisata internasional, diikuti oleh Amerika, Afrika dan Timur Tengah. Asia Pasifik merupakan wilayah terbaik untuk kedatangan wisatawan setelah Eropa dengan jumlah 188 juta wisatawan dengan proyeksi pertumbuhan pada tahun 2009 sebesar 3%.



Sumber : World Tourism Organization (UNWTO), 2009

GAMBAR 1.1
INBOUND TOURISM 1995-2008

Terdapat sepuluh negara yang menjadi destinasi utama di Kawasan Asia Pasifik yaitu China, Malaysia, Hongkong, Thailand, Macau, Jepang, Singapura, Korea, Indonesia, dan India. Posisi ke-sepuluh negara tersebut dalam meraih kunjungan wisatawan mancanegara terdapat pada Tabel 1.1 berikut :

TABEL 1.1
POSISI INDONESIA DI WILAYAH ASIA PASIFIK TAHUN 2008

| RANKING | KUNJUNGAN WISMAN | | PERTUMBUHAN |
|---------------------|------------------|------------------|-------------|
| | 2008 | 2007 | |
| 1. CHINA | 53.000.000 | 54.720.000 | -3% |
| 2. MALAYSIA | 22.052.000 | 20.973.000 | 5% |
| 3. HONG KONG | 17.320.000 | 17.154.000 | 1% |
| 4. THAILAND | - | 14.464.000 | - |
| 5. MACAU | 14.242.000 | 12.945.000 | 10% |
| 6. JEPANG | - | 8.347.000 | - |
| 7. SINGAPURA | 10.115.638 | 10.284.545 | -1,60% |
| 8. KOREA | 6.891.000 | 6.448.000 | 7% |
| 9. INDONESIA | 6.429.027 | 5.505.759 | 17% |
| 10. INDIA | 5.367.000 | 4.977.000 | 8% |

Sumber : UNWTO – World Tourism Barometer – Januari 2009

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa Indonesia berada pada urutan ke sembilan setelah China, Malaysia, Hongkong, Thailand, Macau, Jepang, Singapura,

Korea. Pertumbuhan sebesar 17% pada tahun 2008 dibandingkan dengan tahun 2007 dengan jumlah 6.429.027 pada 2008 yang secara langsung memberikan kontribusi terhadap kawasan Asia Pasifik. Indonesia masuk dalam kawasan Asia Pasifik yang pada tahun 2009 diproyeksikan tumbuh positif sampai 3 % sehingga masih tetap berpeluang merebut pasar terutama *medium – short haul*.

Indonesia memiliki kekayaan alam yang indah, seni budaya yang menarik, sejarah dan peninggalan sejarah yang beragam, serta potensi lainnya yang memiliki daya tarik untuk kepentingan wisata. Sejak ditetapkan kebijaksanaan pemerintah Indonesia untuk meningkatkan devisa dari sektor nonmigas, pariwisata menjadi bidang untuk dieksplorasi. Kebijakan pemerintah ini mendorong berbagai pihak, baik pemerintah pusat, daerah, maupun sektor swasta untuk mengambil bagian.

Pariwisata Indonesia pada 2009, menghadapi tiga tantangan serius sekaligus sepanjang tahun yakni kasus flu babi, krisis global, dan terorisme melalui aksi pemboman. Salah satu tantangan serius dalam bidang pariwisata pada tahun 2009 adalah terjadinya peristiwa bom JW Marriott-Ritz Carlton. Untuk mempercepat pemulihan tersebut Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia melakukan enam langkah pemulihan (*recovery*) pertama, menyelenggarakan kunjungan jurnalis luar negeri ke Indonesia atau *media tour*. Kedua, menyelenggarakan *fam tour* dari sumber-sumber pasar utama wisatawan mancanegara (*wisman*) dengan mengundang para *tour operators*, *public figures*, serta *prominent persons*. Ketiga, mengefektifkan perwakilan promosi pariwisata atau *tourism promotion representatives* Indonesia di 9 negara di luar negeri yakni Singapura, Malaysia, China, Jepang, Korea, Australia, India, Timur Tengah (Dubai), Eropa (Jerman). Keempat, melakukan *roadshow* untuk memulihkan citra

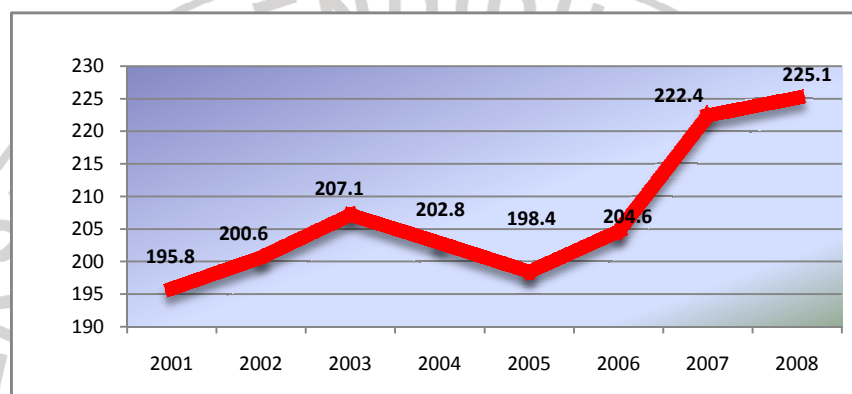
Indonesia di pasar utama wisman. Dalam *roadshow* ini akan dilakukan dialog interaktif dan *table top, functions (gathering)* serta penyampaian informasi terkini tentang kepariwisataan Indonesia kepada para industri pariwisata dan press serta *prominent persons*.

Kelima, melakukan kampanye iklan atau pencitraan antara lain dengan melakukan promosi pariwisata melalui media cetak dan elektronik serta *co-promotion* bersama industri pariwisata di luar dan dalam negeri dengan target utama konsumen di sumber pasar utama mancanegara. Sedangkan langkah keenam adalah melakukan dukungan berbagai *event* nasional dan internasional di Jakarta, seperti MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) dan festival budaya dan olah raga dengan memperkuat *event-event* budaya dan olah raga yang sudah terjadwal di Jakarta. Meski kepariwisataan Indonesia sempat dihadapkan pada tantangan terorisme, pada akhirnya sektor pariwisata Indonesia mampu bertahan bahkan tumbuh positif.

Pengembangan sektor pariwisata di masa datang masih dihadapkan pada tiga tantangan utama, yakni adanya perubahan perilaku dan keinginan wisatawan dalam menghadapi krisis global, peningkatan pencitraan Indonesia sebagai destinasi pariwisata yang aman, serta ketersediaannya kapasitas dan kualitas produk wisata. Demi meningkatkan jumlah kunjungan wisman, pihak Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata secara ofensif melakukan promosi dan pemasaran langsung ke sejumlah negara yang menjadi target pasar dengan kontribusi wisman yang positif. Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata ofensif melakukan pemasaran ke daerah yang tumbuh positif seperti Australia, China, Malaysia, Singapura, Korea Selatan, Eropa Timur, dan Timur Tengah. Selain itu,

program *Visit Indonesia Year* (VIY) 2010 akan dilanjutkan, upaya ini dilakukan sebagai bentuk mempertahankan konsistensi dalam berpromosi pariwisata.

Pergerakan wisatawan nusantara di Indonesia juga merupakan hal penting yang menjadikan kunjungan wisatawan nusantara sebagai salah satu sasaran pengembangan pariwisata Indonesia. Pergerakan wisatawan nusantara dari tahun 2001-2008 dapat dilihat pada Gambar 1.2 :



Sumber : BPS, 2009

GAMBAR 1.2
PERGERAKAN WISATAWAN NUSANTARA TAHUN 2001-2008

Gambar 1.2 menunjukkan pergerakan wisatawan nusantara terus mengalami peningkatan yang baik selama tiga tahun terakhir. Pada tahun 2006 wisatawan nusantara sebanyak 204.600 orang lebih banyak dibanding tahun 2005 yaitu 198.400, selanjutnya mengalami peningkatan lagi tahun 2007 menjadi 222.400 orang, dan tahun 2008 sebanyak 225.100.

Pada tahun 2009 Indonesia memiliki 10 destinasi unggulan, antara lain : Jakarta, Bali, Yogyakarta, Surakarta, Surabaya, Medan, Padang dan Bukittinggi, Batam, Makassar, Manado. Sepuluh destinasi unggulan ini ditetapkan karena aktif dalam pergerakan wisatawan nusantara di Indonesia. Sebagai salah satu destinasi unggulan Indonesia, Jakarta merupakan pusat pemerintahan, kota bisnis, keuangan dan jasa, Jakarta memiliki gedung-gedung tinggi yang megah

dibangun untuk menampung kegiatan komersial, istana kepresidenan, pusat perbelanjaan, pemukiman tematik dan belasan lapangan golf bertaraf internasional. Jakarta memiliki pesona modernitas dan tradisional. Data wisatawan nusantara ke Jakarta untuk tahun 2006 dengan jumlah wisatawan sebesar 12.777.571 kunjungan mengalami kenaikan sebesar 8,78% dibanding tahun 2005 sebesar 11.746.250 kunjungan. Data tahun 2007 wisatawan nusantara sebesar 14.055.328 kunjungan, naik 0,09% sedangkan untuk tahun 2008 naik sekitar 4,9% dengan jumlah 15.741.967 kunjungan. Tabel 1.2 berikut ini memperlihatkan kunjungan wisatawan nusantara ke Jakarta serta pertumbuhannya :

TABEL 1.2
DATA KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA KE JAKARTA
TAHUN 2001-2008

| TAHUN | JUMLAH | PERTUMBUHAN % |
|-------|------------|---------------|
| 2001 | 9,090,923 | 1,86 |
| 2002 | 9,108,728 | 14 |
| 2003 | 9,088,420 | 11,21 |
| 2004 | 13,577,000 | 5,44 |
| 2005 | 11,746,250 | 16,13 |
| 2006 | 12,777,571 | 1,57 |
| 2007 | 14,055,328 | 0,09 |
| 2008 | 15,741,967 | 4,9 |

Sumber : Tahun 2001-2006 Jakarta dalam Angka 2007, BPS Provinsi DKI Jakarta
Tahun 2007-2008, berdasarkan Disbudpar Provinsi DKI Jakarta

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa kunjungan wisatawan nusantara ke Jakarta dari tahun 2001 hingga tahun 2008 terus mengalami peningkatan dalam pertumbuhannya. Melalui slogan “Enjoy Jakarta” diharapkan wisatawan dapat menikmati kehidupan kosmopolitan serta Jakarta dapat memberikan kenangan tak terlupakan bagi para pengunjungnya. Jakarta memiliki delapan destinasi unggulan yang dapat dilihat pada Tabel 1.3 :

TABEL 1.3
KUNJUNGAN WISATAWAN BERDASARKAN DELAPAN OBJEK WISATA
UNGGULAN JAKARTA TAHUN 2003-2008

| NAMA | TAHUN 2003 | TAHUN 2004 | TAHUN 2005 | TAHUN 2006 | TAHUN 2007 | TAHUN 2008 |
|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| TIJA Ancol | 12.051.106 | 10.088.300 | 10.121.251 | 10.795.273 | 13.377.011 | 13.567.630 |
| Taman Mini Indonesia Indah | 4.217.896 | 487.489 | 601.275 | 4.092.932 | 3.808.176 | 4.510.679 |
| Taman Margasatwa Ragunan | 3.121.677 | 3.358.740 | 2.050.055 | 2.553.087 | 3.392.223 | 3.319.186 |
| Monumen Nasional | 615.263 | 554.795 | 582.560 | 663.864 | 708.757 | 924.445 |
| Museum Nasional | 105.786 | 80.114 | 170.437 | 120.331 | 157.905 | 158.739 |
| Museum Satria Mandala | 72.123 | 74.132 | 60.247 | 74.321 | 48.591 | 77.525 |
| Museum Sejarah Jakarta | 52.321 | 45.303 | 43.992 | 69.708 | 75.067 | 119.641 |
| Pel. Sunda Kelapa | 8.419 | 12.437 | 13.784 | 15.976 | 17.217 | 14.648 |
| JUMLAH | 20.244.168 | 19.807.743 | 17.491.417 | 18.385.492 | 21.584.947 | 22.692.553 |

Sumber : Data Tahun 2001-2004 dari Jakarta dalam Angka 2006 BPS

Data Tahun 2006 dari Data Kepariwisata 2006 Dinas Pariwisata Jakarta

Data kunjungan wisatawan nusantara ke delapan objek wisata unggulan di Jakarta seperti yang tertera pada Tabel 1.3 yang selama ini dijadikan salah satu dasar perhitungan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Jakarta oleh BPS Provinsi DKI Jakarta. Jakarta mempunyai delapan objek wisata unggulan beserta jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang faktanya ke delapan objek wisata tersebut berperan dalam lingkup wisata edukasi. Taman Impian Jaya Ancol dengan konsep *edutainment*, Taman Mini Indonesia Indah konsepnya menyajikan wahana dan fasilitas secara rekreatif, informatif, edukatif, komunikatif, dan atraktif, Taman Margasatwa Ragunan dengan edukasi mengenai pengenalan hewan dari Indonesia, Monas dengan edukasi sejarah perjuangan bangsa Indonesia, Museum Nasional menawarkan edukasi berupa kebudayaan Indonesia, Museum Satria Mandala melalui edukasi berupa pengetahuan sejarah perkembangan TNI dari masa perjuangan hingga kini.

Museum Sejarah Jakarta dengan edukasi melalui nilai-nilai budaya maupun perjuangan melalui koleksi benda-benda peninggalan yang menggambarkan perkembangan Jakarta masa pra-sejarah sampai dengan masa kini, Pelabuhan Sunda Kelapa menawarkan edukasi berupa sejarah karena Pelabuhan Sunda Kelapa merupakan salah satu pelabuhan tertua di Indonesia yang telah melakukan aktivitas ekonomi sejak zaman kerajaan Pajajaran pada abad ke-14. Delapan objek wisata unggulan Jakarta yang menawarkan wisata edukasi menunjukkan adanya ketertarikan masyarakat untuk mengunjungi tempat wisata edukasi.

Berdasarkan laporan Dirjen Pemasaran Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia bahwa pada deklarasi Bali tanggal 14 Juli 2000 tentang *Conserving Cultural Heritage for Sustainable Social, Economic and Tourism Development*, disebutkan bahwa produk unggulan pariwisata Indonesia adalah *culture and heritage*. *Culture* dan *heritage* adalah nyawa atau "roh" dari kegiatan pariwisata Indonesia, tanpa adanya budaya maka pariwisata akan terasa kurang, dan tidak akan memiliki daya tarik untuk dikunjungi. Indonesia memajukan dan lebih mengembangkan lebih tepatnya mengelola budaya dan peninggalan sejarah beserta alam menjadi produk pariwisata unggulan. Salah satu daya tarik wisata adalah museum. Berdasarkan definisi yang diberikan *International Council of Museums/Organisasi Permuseuman Internasional* di bawah UNESCO definisi Museum yaitu :

A non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment (Direktorat Museum Kemenbudpar:2010) www.museum-indonesia.net

Keterkaitan antara museum dengan pariwisata mengacu pada definisi *International Council of Museums* yaitu peran utama Museum untuk *education and enjoyment* jelas terlihat bahwa fungsi Museum sebagai wisata edukasi dan hiburan. Selain itu, museum dalam struktur dan produk pariwisata termasuk dalam atraksi destinasi dalam lingkup atraksi budaya. Sebagai salah satu atraksi budaya yang memiliki peran untuk meningkatkan aspek muatan edukatif bagi pengunjung untuk menambah informasi budaya dan pariwisata, maka peran museum sebagai pusat informasi budaya dan pariwisata menjadi bagian yang diteliti dalam penelitian ini.

Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata mengandalkan museum sebagai salah satu tujuan wisata yang dipromosikan pada 2010. Program Tahun Kunjung Museum 2010 ini untuk mendorong kesadaran masyarakat terhadap arti penting museum serta meningkatkan jumlah pengunjung museum. Tahun Kunjung Museum 2010 merupakan bagian dari Gerakan Nasional Cinta Museum (GNCM) mulai dilaksanakan pada 2010 hingga 2014 yang merupakan langkah strategis dalam mewujudkan revitalisasi museum di Indonesia sebagai upaya meningkatkan kualitas pelayanan sesuai fungsi museum kepada masyarakat. Salah satu kegiatan dalam program GNCM adalah revitalisasi museum untuk mewujudkan museum Indonesia yang dinamis dan berdaya guna sesuai dengan standar ideal pengelolaan dan pemanfaatan museum. Dengan program GNCM, tahun 2014 akan terwujud museum Indonesia yang menarik dan informatif serta mampu memenuhi kebutuhan masyarakat.

Salah satu museum di Jakarta yaitu Museum Nasional berperan dalam Tahun Kunjung Museum 2010. Museum Nasional, dalam rancangannya berada pada Zona 1 kawasan budaya, jalan Medan Merdeka yang mengelilingi

Monumen Nasional (Monas). Zona 1 adalah area yang tidak diperkenankan untuk bangunan atau area komersil. Pada kawasan ini berdiri gedung Gedung Perpustakaan Nasional (Merdeka Selatan) dan Galeri Nasional (Merdeka Timur). Gedung-gedung warisan masa kolonial ini sejak dahulu mewadahi kelompok peminat dalam mengkaji beragam kebudayaan Indonesia, *tangible* maupun *intangible*. "*Ten Nutte van het Algemeen*" (untuk kepentingan masyarakat umum). Semboyan yang sudah dicanangkan Museum Nasional sejak museum ini berdiri. Gambaran ragam etnis dan budaya masih mendominasi penyajian di museum ini.

Arah pengembangan Museum Nasional sebagai salah satu *icon* Pusat Kebudayaan Nasional yaitu bahwa Museum Nasional tidak hanya sebagai tempat untuk mengumpulkan, merawat, dan melestarikan benda cagar budaya, tetapi juga sebagai institusi yang melayani masyarakat yang sifatnya rekreatif sekaligus edukatif. Selain itu juga sebagai pendukung citra budaya bangsa, tempat tujuan wisata, dan tempat pembelajaran tentang masalah kebudayaan. Museum diharapkan dapat berperan sebagai wadah komunikasi yang menghubungkan warisan budaya bangsa Indonesia dengan bangsa-bangsa lain dan juga sebagai lembaga yang menginformasikan kehidupan sosial budaya, ilmu pengetahuan, dan peninggalan sejarah bangsa. Mengingat pentingnya museum ini bagi bangsa Indonesia maka pada tanggal 17 September 1962 Lembaga Kebudayaan Indonesia menyerahkan pengelolaan Museum kepada pemerintah Indonesia, yang kemudian menjadi Museum Pusat. Akhirnya, berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, No.092/0/1979 tertanggal 28 Mei 1979, Museum Pusat ditingkatkan statusnya menjadi Museum Nasional. Pengelola Museum Nasional yaitu Unit Pelaksana Teknis

Pusat (UPT Pusat) di bawah koordinasi Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia.

Dalam lingkup keseluruhan klasifikasi pengunjung, Museum Nasional memiliki target kunjungan terus meningkat setiap tahunnya. Sebagai salah satu tempat tujuan wisata di Jakarta, minat pengunjung yang datang ke Museum Nasional terdiri dari beberapa klasifikasi pengunjung seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1.4 :

TABEL 1.4
DATA PENGUNJUNG MUSEUM NASIONAL JAKARTA
TAHUN 2005 - 2009

| No | Pengunjung | Tahun 2005 | Tahun 2006 | Tahun 2007 | Tahun 2008 | Tahun 2009 |
|----|-------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Anak-anak | | | | | |
| 1 | Umum | 15.085 | 6.853 | 16.906 | 10.318 | 14.377 |
| 2 | TK/SD | 40.241 | 32.467 | 17.321 | 29.212 | 30.173 |
| 3 | SLTP | 25.377 | 23.158 | 16.087 | 26.350 | 19.866 |
| | Dewasa | | | | | |
| 4 | SLTA | 10.389 | 9.438 | 6.818 | 8.451 | 10.743 |
| 5 | Mahasiswa | 1.513 | 944 | 1.027 | 1.596 | 1.851 |
| 6 | Organisasi | 1.247 | 639 | 810 | 4.251 | 1.178 |
| 7 | Wisman | 9.157 | 9.663 | 6.275 | 14.547 | 8.354 |
| 8 | Wisnus | 27.302 | 33.038 | 22.170 | 41.281 | 66.375 |
| | Khusus | | | | | |
| 9 | Tamu Negara | 159 | 249 | 241 | 343 | 199 |
| 10 | Penelitian/ Karya Tulis | 37 | - | - | 60 | 32 |
| 11 | Praktek Kerja | 62 | 26 | 22 | 185 | 30 |
| 12 | Ceramah | 225 | 72 | 185 | 120 | 180 |
| 13 | Ceramah Ilmiah/Seminar | 2.045 | 691 | 474 | 525 | 250 |
| 14 | Lain-lain | 37.598 | 10.655 | 22.140 | 10.564 | 7.615 |
| | JUMLAH | 170.437 | 120.331 | 110.476 | 158.739 | 166.525 |
| | Growth | - | -0,4% | -0,09% | 0,30% | 0,05% |

Sumber : Kepala Bidang Bimbingan dan Publikasi Museum Nasional Jakarta, 2009

Menurut Tabel 1.4 dapat diketahui bahwa tahun 2006, kunjungan wisatawan ke Museum Nasional mengalami peningkatan signifikan pada tahun 2008 sebesar 0,30% dibandingkan tahun 2007, dan tahun 2009 meningkat sebesar 0,05% dibandingkan tahun 2008. Museum Nasional menunjukkan peningkatan kunjungan wisatawan kecuali untuk tahun 2006 dan 2007 mengalami penurunan, hal ini dikarenakan kondisi ekonomi dan keamanan yang tidak stabil pada tahun tersebut. Adanya peningkatan jumlah kunjungan dengan

pertumbuhan yang menurun pada tahun 2009 dibanding tahun 2008 yaitu dari 0,30% menjadi 0,05% menyebabkan Museum Nasional meningkatkan kunjungan wisatawan untuk tahun 2010.

Berkaitan dengan citra Museum Nasional sebagai pusat informasi budaya dan pariwisata, maka lebih mengarah kepada wisatawan edukasi tingkat TK/SD, SMP, SLTA, serta mahasiswa. Dalam penelitian ini, unit analisis adalah wisatawan tingkat SLTA serta mahasiswa karena lebih representatif, tetapi karena pada umumnya wisatawan yang memiliki tujuan edukasi seperti wisatawan tingkat TK/SD, SMP, SLTA, serta mahasiswa yang datang ke Museum Nasional pada umumnya dalam jumlah grup maka mereka tidak melakukan keputusan berkunjung, oleh karena itu indikator yang bisa diukur secara individual yaitu perilaku pasca kunjungan. Peningkatan kunjungan ke Museum Nasional dengan tujuan edukasi merupakan indikasi keberhasilan citra Museum Nasional sebagai pusat informasi budaya dan pariwisata yang diaplikasikan kepada wisatawan edukasi.

Saat ini Museum Nasional berada di bawah Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. Museum Nasional mempunyai visi yang mengacu kepada visi Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata yaitu "Terwujudnya Museum Nasional sebagai pusat informasi budaya dan pariwisata yang mampu mencerdaskan kehidupan bangsa, meningkatkan peradaban dan kebanggaan terhadap kebudayaan nasional, serta memperkokoh persatuan dan persahabatan antar bangsa". Informasi budaya dan pariwisata yang disajikan Museum Nasional berupa pembelajaran terhadap benda koleksi Museum Nasional yang berjumlah tidak kurang dari 142.000 benda terdiri dari 7 jenis koleksi yaitu koleksi prasejarah, arkeologi, keramik, numismatik dan heraldik, relik sejarah, etnografi

dan geografi. Museum Nasional memberikan informasi budaya dan pariwisata juga melalui beberapa program edukasi yang dapat dilihat pada Tabel 1.5 :

TABEL 1.5
PROGRAM EDUKASI MUSEUM NASIONAL
TAHUN 2008 – 2009

| No. | Tahun | Program | Penjelasan |
|-----|-------|---|--|
| 1. | 2008 | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Launching</i> Program Wisata Museum oleh House of Sampoerna • Program Dino's Edutainment • Peluncuran buku karya Prof. Dr. Har Tilaar, M.Sc. Ed dan Riant Nugroho : Kebijakan pendidikan : Pengantar untuk Memahami Kebijakan Pendidikan dan Kebijakan Pendidikan Publik | <ul style="list-style-type: none"> • 21 Feb 2008 penyelenggara Yayasan Sampoerna Indonesia • 26 s/d 27 April 2008 penyelenggara Shaad.com • 18 September 2008 penyelenggara Yayasan Martha Tilaar |
| 2. | 2009 | <ul style="list-style-type: none"> • Peluncuran Buku "INDO CULTURAL HERITAGE" • Seminar/ceramah untuk menanamkan kecintaan terhadap museum dan warisan budaya bangsa Indonesia • Lomba-lomba/kompetisi untuk meningkatkan kreatifitas generasi muda • Pengadaan sarana koleksi <i>hand on</i> untuk program edukasi anak-anak sekolah • Museum Keliling sebagai sarana untuk mengenalkan Museum Nasional di berbagai daerah di Indonesia | <ul style="list-style-type: none"> • 10 Juni 2009 penyelenggara Balai Pustaka • Seminar Pendidikan tanggal 25 Juni 2009 penyelenggara YBAI • Lomba Dongeng 27 Juni 2009 penyelenggara 1001 Buku Dan Permata Bank • Kain-kain batik, peralatan membatik, berbagai bentuk keramik, alat-alat musik tradisional, wayang kulit |

Sumber : Kasi Humas dan Kasi Bimbingan Museum Nasional Jakarta, 2010

Berdasarkan Tabel 1.5 dapat dilihat program Museum Nasional di bidang edukasi yang bertujuan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa. Pada tahun 2010 program ini dibuat oleh Museum Nasional dalam rangka mendukung "Visit Museum Year 2010" yang diresmikan oleh Menteri Kebudayaan dan Pariwisata. Program di bidang edukasi antara lain dalam bentuk kerjasama dengan komunitas, penyelenggaraan perlombaan dalam bidang seni budaya, serta ceramah. Program ini selain bertujuan untuk mendukung tahun kunjung Museum 2010 serta membentuk kreatifitas di bidang seni budaya serta memberi pembekalan mengenai kebudayaan Indonesia khususnya mengenai koleksi yang

terdapat di Museum Nasional serta dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Museum Nasional. Program edukasi Museum Nasional dapat dilihat pada Tabel 1.6 :

TABEL 1.6
PROGRAM EDUKASI MUSEUM NASIONAL TAHUN 2010

| No. | Program | Penjelasan |
|-----|--|---|
| 1. | Kerjasama dengan CISV (<i>Children International Summer Village</i>) | CISV yaitu organisasi non profit yang berkaitan dengan edukasi di seluruh dunia yang mengadakan <i>event</i> skala internasional. Kerjasama dengan Museum Nasional Jakarta dalam bentuk pembekalan untuk kebudayaan Indonesia. Kerjasama dengan CISV karena mempunyai <i>basic</i> pendidikan dan mengacu pada salah satu Visi Museum Nasional yaitu memperkokoh persatuan dan persahabatan antar bangsa. |
| 2. | Kerjasama dengan Komunitas Cinta Museum | Mengadakan Lomba-lomba, Pagelaran Seni Budaya yang puncak acaranya pada Hari Pendidikan Nasional tanggal 2 Mei 2010. |
| 3. | Kerjasama dengan Asosiasi Museum Indonesia | Menyelenggarakan Seminar Museum Internasional di Bali tanggal 6, 7, 8 Mei 201, Menyelenggarakan Pameran Bersama dengan Tema "Keanekaragaman Musik Tradisional Indonesia". |
| 4. | Kerjasama dengan Gerakan Nasional Cinta Museum | Mendukung "Visit Museum Year 2010" |
| 5. | Program internal Museum Nasional | Pameran Koleksi Sejarah, dan Ruang Publik. |
| 6. | Ceramah | Pada bulan Mei yang diikuti oleh para guru dengan tujuan untuk menyampaikan pengetahuan kepada anak-anak mengenai museum serta koleksi Museum Nasional |

Sumber : Kepala Bidang Bimbingan dan Publikasi Museum Nasional Jakarta, 2010

Sesuai dengan Keputusan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor KM 45/OT.001/MKP 2003 tentang organisasi dan tata kerja Museum Nasional, Tugas Pokok Museum Nasional adalah melaksanakan pengumpulan, perawatan, pengawetan, penelitian, penyajian, penerbitan hasil penelitian, dan memberikan bimbingan edukatif kultural mengenai benda bernilai sejarah, budaya, dan ilmiah, bersifat nasional. Tugas tersebut juga diemban oleh Museum Nasional melalui pemberian informasi budaya dan pariwisata.

Citra museum menurut Neil, Wendy & Kotler (2008:132) terdiri dari dimensi *familiarity* dan karakteristik. Citra sebagai pusat informasi budaya dan

pariwisata yang dimiliki oleh Museum Nasional penting untuk diukur karena Museum Nasional harus mengamati citra yang terdiri dari *familiarity* yaitu seberapa akrab Museum Nasional di benak pengunjung. *Familiarity* diukur melalui *awareness* pengunjung terhadap Museum Nasional agar kemudian menjadi daya tarik wisata yang menyenangkan atau *favorable* untuk dikunjungi, selain itu karakteristik museum juga diukur berdasarkan atribut yang terdapat di Museum Nasional yang mendukung karakteristik citra Museum Nasional sebagai pusat informasi budaya dan pariwisata.

Berdasarkan jurnal Noelle O'Connor, Sheila Flanagan, dan David Gilbert (2008:423) menjelaskan bahwa peningkatan pariwisata melalui film dan menganjurkan film dapat menjadi alat yang membantu untuk mengubah citra destinasi, sehingga mempengaruhi minat pengunjung untuk mengunjungi destinasi tersebut. Oleh karena itu, secara langsung mempengaruhi perilaku pasca kunjungan yang merupakan salah satu dalam proses keputusan berkunjung. Perilaku pasca kunjungan penting untuk dianalisis karena dalam proses keputusan berkunjung tidak berakhir pada keputusan berkunjung tetapi terdapat dimensi yang penting untuk diukur yaitu perilaku pasca kunjungan yang bertujuan untuk mengetahui perasaan yang dirasakan pengunjung setelah mengunjungi Museum Nasional sebagai barometer Museum Nasional agar tetap mempertahankan keunggulan yang dimiliki dan juga memperbaiki kekurangan yang terdapat di Museum Nasional berdasarkan penilaian pengunjung.

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka penting diadakan penelitian dengan judul **“Analisis Perilaku Pasca Kunjungan Melalui Citra Museum Nasional Sebagai Pusat Informasi Budaya dan Pariwisata”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini berupa :

1. Bagaimana citra Museum Nasional melalui dimensi *familiarity* dan karakteristik museum sebagai pusat informasi budaya dan pariwisata
2. Bagaimana perilaku pasca kunjungan wisatawan edukasi di Museum Nasional
3. Sejauhmana pengaruh dan model jalur mengenai citra Museum Nasional melalui dimensi *familiarity* dan karakteristik museum sebagai pusat informasi budaya dan pariwisata terhadap perilaku pasca kunjungan di Museum Nasional baik secara simultan maupun parsial

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian mengenai Analisis Perilaku Pasca Kunjungan Melalui Persepsi Wisatawan Terhadap Citra Museum Nasional Sebagai Pusat Informasi Budaya dan Pariwisata memiliki tujuan, antara lain :

1. Memperoleh temuan mengenai citra Museum Nasional melalui dimensi *familiarity* dan karakteristik museum sebagai pusat informasi budaya dan pariwisata
2. Memperoleh temuan mengenai perilaku pasca kunjungan wisatawan edukasi di Museum Nasional
3. Memperoleh temuan mengenai pengaruh dan model jalur mengenai citra Museum Nasional melalui dimensi *familiarity* dan karakteristik museum sebagai pusat informasi budaya dan pariwisata terhadap perilaku pasca kunjungan di Museum Nasional baik secara simultan maupun parsial

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat memiliki kegunaan antara lain :

1.4.1 Secara teoritis

Citra merupakan salah satu yang bisa menarik kunjungan wisatawan. Dalam keputusan berkunjung terdapat salah satu hal yang mempengaruhi yaitu perilaku pasca kunjungan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan dan masukan pada pengembangan ilmu manajemen pemasaran pariwisata khususnya mengenai citra terhadap perilaku pasca kunjungan. Hal ini dilakukan agar dapat mengetahui seberapa penting citra yang tertanam di benak wisatawan dalam memberikan pengaruh terhadap perilaku pasca kunjungan atas suatu destinasi wisata.

1.4.2 Secara praktis

Sebagai salah satu acuan Museum Nasional dalam memahami citra Museum Nasional dalam mempengaruhi perilaku pasca kunjungan. Sebagai salah satu aset pariwisata Indonesia yang dipromosikan pada tahun 2010, Museum Nasional agar mengetahui citra yang dimiliki Museum Nasional seberapa besar pengaruhnya terhadap perilaku pasca kunjungan terutama dalam diberlakukannya tahun kunjung Museum 2010 serta memberikan masukan kepada Museum Nasional apabila terdapat kekurangan dalam program yang mendukung citra Museum Nasional agar bisa diperbaiki sehingga citra Museum Nasional yang dirasakan pengunjung menjadi lebih baik.