



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

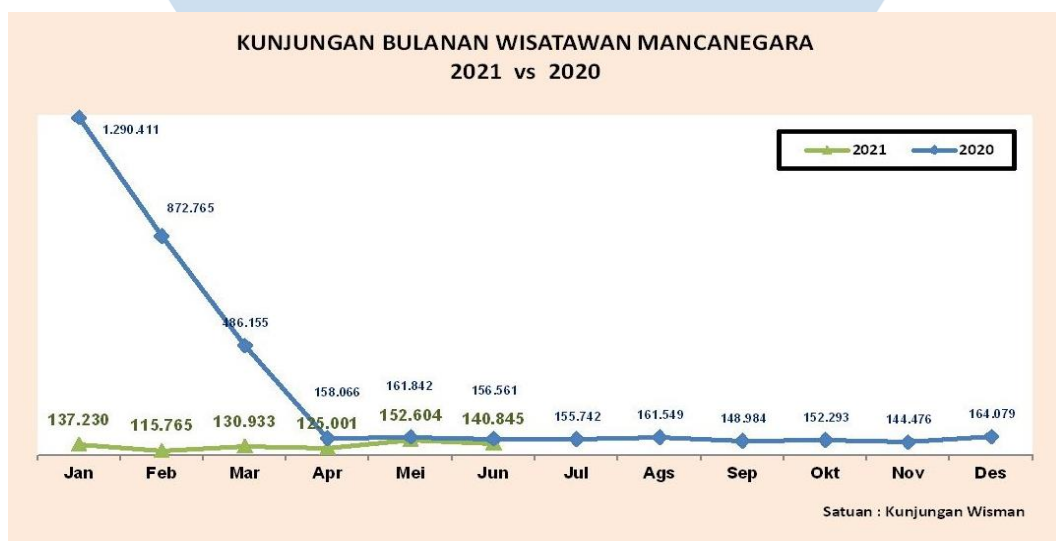
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pandemi Covid-19 membuat penurunan wisatawan lokal maupun mancanegara mengalami penurunan yang cukup drastis. Penurunan jumlah wisatawan disebabkan oleh peraturan pemerintah daerah dan pusat untuk menutup sementara beberapa sektor, khususnya sektor pariwisata. Bidang pariwisata adalah salah satu sektor yang terdampak dan mengalami penurunan pengunjung. Penurunan wisatawan terlihat pada data yang dilansir oleh Kemenparekraf/Baparekraf.

Gambar 1.1 Data Kunjungan Wisman
(Sumber; Pusat Data dan Sistem Informasi, Kemenparekraf/Baparekraf, 2021)



Menurut data dari Kemenparekraf/Baparekraf terjadi penurunan wisatawan mancanegara terlihat sangat signifikan dibanding tahun 2018 dan 2019. Hal tersebut terlihat jelas pada data yang diolah oleh Pusat Data dan Sistem Informasi, Kemenparekraf/Baparekraf bahwa penurunan jumlah wisatawan yang masuk ke Indonesia mengalami penurunan sebesar 10,04 persen pada bulan Juni 2021 dibandingkan bulan Juni 2020. Penurunan wisatawan sangat berpengaruh terhadap kondisi perekonomian karena pariwisata merupakan bidang yang mendorong

perekonomian Indonesia. Penurunan jumlah wisatawan baik lokal maupun mancanegara disebabkan oleh kebijakan pemerintah setempat dalam menanggulangi penyebaran pandemi Covid-19, kebijakan tersebut terkait penutupan sementara objek-objek wisata khususnya di DKI Jakarta (Ministry of Tourism Republic of Indonesia, 2021).

Sektor pariwisata adalah sektor yang paling terdampak dengan adanya pandemi Covid-19 ini, salah satu destinasi yang ikut terdampak penutupan akibat adanya pandemi Covid-19 yaitu museum. Museum merupakan destinasi wisata sekaligus sarana pembelajaran yang banyak dikunjungi pengunjung dari segala usia. Menurut Peraturan Pemerintah nomor 66 Tahun 2015 tentang museum, museum adalah sarana yang berfungsi untuk melestarikan, mengembangkan, dan memanfaatkan koleksi sebagai sarana pembelajaran bagi pengunjung. Sebagai tempat wisata dan pembelajaran para pekerja museum dituntut untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung secara maksimal (Kementrian Sekretariat Negara, 2015).

Museum Sejarah Jakarta atau lebih dikenal dengan sebutan Museum Fatahillah adalah satu dari sekian banyak sektor wisata yang terkena dampak dari pandemi. Museum Sejarah Jakarta sendiri merupakan salah satu destinasi favorit wisatawan ketika berkunjung ke kawasan Kota Tua, Jakarta. Harga tiket masuk yang cukup murah yang menjadikan masyarakat mengunjungi Museum Sejarah Jakarta. Museum Sejarah Jakarta banyak dikunjungi wisatawan dikarenakan terdapat banyak spot foto yang Instagramable di dalam museum sehingga mereka senang ketika mengunjungi museum. Pada Tanggal 14 Maret 2020 destinasi wisata dan kawasan kota tua ditutup karena adanya kebijakan PSBB guna meminimalisir kegiatan masyarakat di luar rumah. Penutupan kawasan kota tua berdampak pada Museum Sejarah Jakarta yang dibawah oleh Unit Pengelola Museum Kesejarahan Jakarta. Menurut ibu Sri Kusumawati selaku kepala Unit Pengelola Museum Kesejarahan Jakarta, penurunan pengunjung cukup signifikan pada Museum Sejarah Jakarta. Pada Januari sampai Maret 2020 pengunjung

berjumlah 121.205 orang, namun pada Juni sampai Agustus terjadi penurunan menjadi 6.539 orang.

Penutupan kawasan wisata khususnya pada museum di bawah naungan Unit Pengelola Kesenjaraan Jakarta (Museum Sejarah Jakarta, Museum Prasasti, Museum Joang 45 dan Museum M.H Thamrin) tidak membuat pengelola wisata museum-museum tersebut berhenti untuk memberikan pelayanan kepada pengunjung dan penikmat sejarah Jakarta. Mereka terus berinovasi dalam memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat, serta melakukan pendekatan dengan cara melakukan komunikasi secara *online*.

Pada penggunaan media baru (*new media*), khalayak mencari media mana yang dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasinya. Menurut Griffin *et al* (2018), pada teori *uses and gratification* terdapat typology (kelompok klasifikasi) dengan penggambaran korelasi *audience* yaitu, sebagai upaya untuk mengisi waktu luang (*passing time*), untuk mendapatkan teman baru (*companionship*), untuk memiliki waktu sendiri dan melarikan diri dari tekanan suatu masalah (*escape*), untuk mendapatkan sesuatu yang menyenangkan (*enjoyment*), untuk menciptakan hubungan dengan orang lain (*social interaction*), sebagai tempat untuk relaksasi serta membuat diri menjadi lebih santai (*relaxation*), untuk menggali informasi (*information*), dan untuk mendapatkan sensasi lain yang bersifat menyenangkan (*excitement*) (Griffin *et al.*, 2018, p.350-351).

Menurut Bungin (2015), komunikasi pariwisata bukan hanya digunakan sebagai media pemasaran, namun digunakan untuk berbagai kepentingan di dalam bidang pariwisata. Ada beberapa media yang dapat diaplikasikan ke dalam komunikasi pariwisata yaitu, media baru (*new media*), media online baru (*new media online*), diversifikasi media, media metaphor, dan semiotika media serta media virtual. Pada media *online* ada lima kemampuan yang dikaji di dalam penerapannya pada komunikasi pariwisata, yaitu: kemampuan menyimpan (*upload*), kapabilitas dalam mengolah informasi, kemampuan untuk mengunduh

informasi (*download*), kemampuan menyebarkan informasi, dan kemampuan untuk membangun citra informasi (Bungin, 2015, p.96).

Salah satu upaya UP Museum Kesenjaraan Jakarta dalam meningkatkan komunikasi kepada pengunjung yaitu dengan membuat konten virtual *tour*. Konten virtual *tour* merupakan salah satu bagian dari komunikasi pariwisata online. Menurut Agustini Rahayu (Kemenparekraf) pada *kompas.com*, mengatakan bahwa kegiatan virtual *tour* membuka peluang di masa era new normal. Kegiatan ini banyak dilakukan oleh komunitas-komunitas di bidang pariwisata, sebagai contoh kemenparekraf bekerjasama dengan *Jakarta Good Guide* (JGG) melakukan virtual *tour* yang memberikan pengalaman dan wawasan tentang kopi dan tempat-tempat legendaris di ibukota Jakarta. Virtual *tour* juga diadaptasi oleh Unit Pengelola Museum Kesenjaraan Jakarta untuk menemani masyarakat dalam menjalankan isolasi mandiri.

Virtual *tour* pada UP Museum Kesenjaraan Jakarta berisi tentang penjelasan sejarah suatu koleksi dan biorama yang dijelaskan oleh pemandu lokal pada masing-masing museum dibawah UP Museum Kesenjaraan Jakarta. Virtual *tour* menyajikan konten yang menarik dan interaktif. Virtual *tour* dibuat untuk memenuhi kebutuhan *audience* yang menyukai sejarah khususnya sejarah Ibu kota Jakarta serta menjadi media pembelajaran sehingga virtual *tour* di pandu langsung oleh pemandu museum lokal.

Gambar 1.2 Konten Virtual Tour
(Sumber: Instagram Museum Kesenjaraan, 2021)



Virtual *tour* UP Museum Kesenjarahan Jakarta mengajak *audience* untuk berinteraksi, hal tersebut terlihat pada sesi tanya jawab pada setiap kegiatannya. Adanya tema pada setiap kegiatan virtual *tour* membuat kegiatan ini cukup menarik, penjelasan secara jelas dan detail diberikan oleh pemandu disetiap sesinya. Virtual *tour* bisa dilakukan secara pribadi dengan teman dan kelompok dengan media zoom atau bersifat umum yang ditampilkan pada Instagram museum.

Gambar 1.3 Jumlah Pengikut Instagram UP Museum
(Sumber: Instagram Museum Kesenjarahan, 2021)



Pengikut instagram museum kesenjarahan mencapai 14,2 ribu orang pada 31 Agustus 2021 pukul 23:34, tim media sosial membuat Instagram sebagai media yang efektif dalam memuat konten tersebut. Konten- konten yang dibuat oleh UP Museum Kesenjarahan Jakarta yaitu: virtual *tour* berisi tentang penjelasan tentang sejarah, koleksi-koleksi dan ruangan yang berada di dalam museum tersebut, Bisik Tetangga dengan bahasan mengenai budaya, musik dan banyak hal tentang museum dibawah naungan UP Museum Kesenjarahan Jakarta. Unit Pengelola Museum Kesenjarahan Jakarta ingin terus memberikan pelayanan kepada pengunjung dan penikmat sejarah secara maksimal. Konten virtual *tour* ini dimanfaatkan oleh pemandu wisata museum untuk tetap bisa menyampaikan informasi dan edukasi untuk masyarakat. Mereka berharap dengan adanya konten

virtual *tour* dapat menambah wawasan serta pengetahuan masyarakat. Museum-museum di kawasan kota tua pun bersaing untuk tetap melayani masyarakat dengan strategi konten mereka masing-masing, seperti Museum Keramik menampilkan konten pengetahuan s3 (Setiap Selasa Sabtu) yang berisi tentang fakta-fakta seni dan melakukan webinar seputar sejarah dan perkembangan seni. Museum Wayang yang menyuguhkan konten virtual *tour*, webinar, konten Tahukah kamu yang berisikan sejarah dan fakta koleksi wayang, dan pertunjukkan wayang secara *digital*.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang membahas tentang penggunaan virtual *tour* dalam memberikan informasi kepada pengunjung atau wisatawan museum dalam konten media sosial Instagram @museumkesejarahan. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *uses and gratification*.

1.2 Rumusan Masalah

Pandemi Covid-19 melemahkan sektor pariwisata, salah satu sektor pariwisata yang terkena dampak pandemi adalah Unit Pengelolaan Museum Kesenjaraan Jakarta. Terjadi penurunan pengunjung secara signifikan, pasca Covid-19 pada Januari hingga Maret 2020, jumlah pengunjung tercatat sebanyak 121.205 orang. Pada masa PSBB transisi Juni hingga Agustus jumlah pengunjung menurun drastis hanya sebanyak 6.539 orang. Adanya penurunan pengunjung membuat tim media sosial dan pemandu UP Museum Kesenjaraan Jakarta berinovasi dengan membuat konten virtual *tour*. Selain bertujuan untuk menjalin hubungan baik dengan pengunjung (*customer relations*), virtual *tour* bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan informasi pengunjung melalui media sosial Instagram. Virtual *tour* digunakan untuk menemani dan mengisi waktu luang pengunjung ditengah terjadinya pandemi covid-19. Kajian ini dengan teori *uses and gratification* dengan melihat motivasi pengunjung dalam mengikuti virtual *tour* @museumkesejarahan. Maka, penelitian ini dilakukan karena adanya ketertarikan peneliti untuk meneliti tentang motivasi dan kepuasan pengunjung

museum dalam menggunakan konten virtual tour di Instagram @museumkesejarahan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan hal yang melatarbelakangi permasalahan diatas, maka disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut, bagaimana motivasi dan kepuasan pengunjung museum dalam menggunakan konten virtual tour di Instagram @museumkesejarahan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui bagaimana motivasi dan kepuasan pengunjung museum mengikuti konten virtual *tour* melalui media sosial Instagram yang diadakan oleh UP Museum Kesejarahan Jakarta.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan serta wawasan peneliti dan pembaca mengenai motivasi dan kepuasan pengunjung museum dalam menggunakan konten virtual *tour* pada Instagram @museumkesejarahan.

Penelitian ini juga diharapkan mampu memiliki hubungan dengan teori dan konsep sebelumnya dan menjadi referensi untuk melihat bagaimana virtual *tour* dalam memenuhi kebutuhan khalayak melalui teori *uses and gratification*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna untuk memberikan kontribusi dan bahan evaluasi untuk Unit Pengelola Museum Kesejarahan Jakarta dalam memberikan informasi kepada pengunjung melalui Instagram khususnya pada konten Virtual *tour*.