

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Museum

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2015 tentang Museum, menyebutkan bahwa museum adalah lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengkomunikasikannya kepada masyarakat. Kata “museum” berasal dari istilah *mouseion* dalam bahasa Yunani Kuno yang merujuk pada tempat untuk menghormati para dewa pelindung seni dan ilmu pengetahuan yaitu *Muses*. Istilah ini telah digunakan sejak zaman dahulu salah satunya dalam yaitu *the musaeum*, sebuah perpustakaan yang didirikan oleh Ptolemeus I Soter di kota Alexandria sekitar tahun 280 SM. Perpustakaan tersebut berfungsi sebagai pusat penelitian dan filsafat, menjadikannya salah satu lembaga ilmiah paling berpengaruh pada masanya (Purwantari, 2023: 2).

Purwantari (2023: 2-5) menjelaskan bahwa kemunculan museum dapat berawal dari kegemaran seseorang dalam mengoleksi benda-benda bernilai seni, artefak langka, atau objek menarik lainnya. Koleksi tersebut umumnya disimpan dalam lemari atau dipajang di ruang tamu untuk dipamerkan kepada tamu yang berkunjung. Salah satu museum tertua yang diketahui adalah *Museum Ennigaldi-Nanna* yang didirikan oleh Putri Ennigaldi pada masa Kekaisaran Neo-Babilonia pada tahun 530 SM. Museum ini menyimpan berbagai artefak dari peradaban Mesopotamia sebelumnya. Sementara itu, museum pertama yang secara resmi memamerkan koleksi seni kepada publik

adalah *Capitoline Museum 1471*. Museum ini menampilkan koleksi seni milik Paus Siktus IV yang diperlihatkan kepada masyarakat Roma. Konsep museum *modern* pertama kali berkembang di Eropa sekitar abad ke-17. Pada masa ini, para bangsawan dan kaum elit mulai mengoleksi benda-benda yang memiliki nilai estetika dan sejarah terutama yang memiliki keterkaitan dengan kitab, sejarah, atau legenda. Koleksi tersebut kemudian disimpan dalam suatu tempat untuk dipelajari dan dipamerkan kepada publik. Seiring waktu, konsep museum modern menyebar ke berbagai belahan dunia. Sejak tahun 1977, *International Council of Museums (ICOM)* menetapkan tanggal 18 Mei sebagai Hari Museum Internasional sebagai bentuk apresiasi terhadap peran museum dalam pelestarian budaya dan sejarah. Perkembangan ilmu arkeolog dan museum di Eropa juga berpengaruh terhadap perkembangan museum di Indonesia yang saat itu berada di bawah kekuasaan kolonial Belanda. Pada April 1778, pemerintah Hindia Belanda mendirikan *Bataviaasch Genootschap van Kunsten en Wetenschappen* sebuah lembaga yang berfokus pada ilmu sejarah dan kebudayaan. Salah satu kegiatan utama lembaga ini adalah mengumpulkan, mempelajari, serta melestarikan berbagai benda bersejarah dalam sebuah museum. Kehadiran museum berperan penting dalam penelitian dan upaya pelestarian peninggalan sejarah khususnya di Indonesia. Sebagai bentuk penghargaan terhadap kontribusi museum dalam menjaga warisan budaya, pemerintah Indonesia menetapkan 12 Oktober sebagai Hari Museum Indonesia.

Menurut Utama & Subhiksu (2018: 45-46), museum di Indonesia dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan kriteria tertentu, yaitu sebagai berikut:

1. Klasifikasi Berdasarkan Koleksi

Museum dapat dibedakan menjadi dua jenis berdasarkan koleksi yang dimilikinya:

- a. Museum Umum, yaitu museum yang mengoleksi berbagai bukti material yang berkaitan dengan manusia dan lingkungannya, mencakup berbagai cabang seni, ilmu pengetahuan, serta teknologi.
- b. Museum Khusus, yaitu museum yang mengoleksi bukti material manusia atau lingkungannya yang berfokus pada satu cabang seni, satu cabang ilmu, atau satu cabang teknologi tertentu.

2. Klasifikasi Berdasarkan Kedudukan

Berdasarkan kedudukannya, museum dibagi menjadi tiga kategori:

- a. Museum Nasional, yaitu museum yang mengoleksi benda-benda yang berasal dari seluruh Indonesia dan memiliki nilai sejarah serta budaya yang berskala nasional.
- b. Museum Provinsi, yaitu museum yang mengoleksi benda-benda yang berasal dari, mewakili, serta berkaitan dengan sejarah dan budaya di tingkat provinsi tempat museum tersebut berada.
- c. Museum Lokal, yaitu museum yang menyimpan koleksi benda-benda yang mencerminkan sejarah dan budaya di tingkat kabupaten atau kota tempat museum tersebut berada.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2015 tentang Museum, terdapat syarat, fungsi, tugas, dan pengelolaan yang harus dilaksanakan, antara lain:

1. Syarat Museum

Syarat sebuah museum meliputi visi dan misi, koleksi, lokasi dan/atau bangunan, sumber daya manusia, pendanaan tetap, dan nama museum.

2. Fungsi Museum

Fungsi museum adalah untuk melindungi koleksi dari semua aspek yang dapat merusaknya, mengembangkan setiap koleksi agar dapat memberikan informasi kepada masyarakat, memanfaatkan koleksi untuk bidang pendidikan, penelitian, dan hiburan baik bagi museum maupun masyarakat, serta mengkomunikasikan informasi mengenai museum dan koleksinya kepada masyarakat.

3. Tugas Museum

Tugas museum yaitu melakukan pengkajian melalui pengembangan museum, melaksanakan tugas di bidang pendidikan dengan memanfaatkan museum untuk kepentingan pendidikan, serta memberikan layanan yang menyenangkan bagi pengunjung.

4. Pengelolaan Museum

Pengelolaan museum adalah upaya terpadu untuk melindungi, mengembangkan, dan memanfaatkan koleksi melalui kebijakan pengaturan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan demi kesejahteraan masyarakat. Pengelolaan ini mencakup:

- a. Pengelolaan koleksi, yang meliputi kuratorial, registrasi, konservasi, dan penataan pameran.
- b. Pelayanan pengunjung, yang meliputi edukasi dan hubungan masyarakat.
- c. Manajerial, yang meliputi sumber daya manusia, administrasi, dan keuangan.
- d. Pemeliharaan gedung dan fasilitas, yang meliputi teknis pemeliharaan gedung, keamanan, dan kebersihan.

Dengan peranannya yang penting dalam pelestarian budaya dan sejarah, museum tidak hanya berfungsi sebagai tempat penyimpanan artefak berharga tetapi juga sebagai pusat edukasi, penelitian, dan wisata bagi masyarakat. Pengelolaan museum yang baik sesuai dengan regulasi yang berlaku akan memastikan keberlanjutan fungsi dan manfaatnya. Oleh karena itu, museum perlu terus dikembangkan dan dimanfaatkan secara optimal agar dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dalam membangun kesadaran sejarah dan budaya bagi generasi mendatang.

2.2 Pelestarian Warisan Budaya Sebagai Objek Pariwisata

Warisan budaya mencakup berbagai aspek sejarah, seni, arsitektur, tradisi, dan bahasa, yang mencerminkan identitas masyarakat dan negara. Warisan budaya ini sering kali menjadi daya tarik utama wisatawan yang ingin menjelajahi keunikan suatu tempat. Dalam lingkup pariwisata, warisan budaya berperan penting dalam pelestarian dan pengembangan kebudayaan lokal. Tujuan utamanya adalah untuk mempromosikan keanekaragaman

budaya, meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian, serta memberikan dampak ekonomi melalui peningkatan kunjungan wisatawan, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan daerah (Putu Guntur dkk., 2024: 29).

Indonesia dengan kekayaan alam, budaya, dan sejarah yang melimpah, memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata yang menarik. Keberagaman budaya dan sejarah yang dimiliki menjadikan Indonesia sebagai tempat yang menarik bagi wisatawan (Putu Guntur dkk., 2024: 32-35). Beberapa aspek warisan budaya yang menjadi daya tarik utama di Indonesia antara lain:

1. Cagar Budaya dan Situs Bersejarah

Indonesia memiliki beragam cagar budaya dan situs bersejarah yang tersebar di berbagai daerah, seperti Candi Borobudur di Jawa Tengah, Candi Prambanan dan Keraton Yogyakarta di Daerah Istimewa Yogyakarta, Benteng Van Den Bosch di Semarang, Benteng Marlborough di Bengkulu, serta Istana Dalam Loka di Sumbawa. Tempat-tempat ini menjadi contoh bangunan bersejarah yang tidak hanya menarik bagi wisatawan tetapi juga memperkaya pengalaman mereka.

2. Kerajinan Tangan

Kerajinan tangan Indonesia seperti batik, tenun, ukiran kayu, dan anyaman, merupakan bagian dari identitas budaya yang sangat dihargai. Produk-produk ini tidak hanya memiliki nilai seni yang tinggi, tetapi juga menjadi oleh-oleh populer bagi wisatawan yang mengunjungi berbagai daerah di Indonesia.

3. Keindahan Alam

Selain kekayaan budaya, Indonesia juga memiliki keindahan alam yang memukau. Destinasi alam seperti Taman Nasional Komodo, Gunung Bromo, dan Raja Ampat menjadi daya tarik utama bagi para petualang dan pecinta alam.

4. Keragaman Etnis

Sebagai negara dengan berbagai kelompok etnis, Indonesia memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk mengenal dan mempelajari berbagai tradisi serta adat istiadat yang unik dari setiap suku bangsa yang ada.

Secara etimologi, kata “pariwisata” berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri dari dua kata yaitu *pari* dan *wisata*. Kata *pari* berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan *wisata* bermakna “pergi” atau “berpergian”. Berdasarkan pengertian tersebut pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan berulang kali atau berkeliling dari satu tempat ke tempat lain (Widyatmaja & Suwena, 2017: 15).

Meskipun definisi pariwisata masih belum memiliki kesepakatan yang seragam di kalangan para ahli, banyak pendapat yang memberikan batasan terkait ciri-ciri perjalanan wisata (Widyatmaja & Suwena, 2017: 17).

Beberapa faktor penting dalam konsep pariwisata meliputi:

1. Perjalanan dilakukan dalam jangka waktu sementara.
2. Perjalanan melibatkan perpindahan dari satu tempat ke tempat lain.
3. Perjalanan, dalam bentuk apa pun, terkait dengan aktivitas wisata atau rekreasi.

4. Pelaku perjalanan tidak mencari penghasilan di destinasi yang dikunjungi, tetapi bertindak sebagai konsumen.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Memberikan pemahaman lebih lanjut tentang pariwisata, menyebutkan bahwa:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
4. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Kegiatan wisata yang dilakukan wisatawan dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis. Menurut Widyatmaja & Suwena (2017: 20), secara umum jenis wisata terbagi sebagai berikut:

1. Wisata Berdasarkan Tujuan

- a. Wisata Bisnis (*Business tourism*): wisata yang bertujuan untuk keperluan dinas, bisnis, atau pekerjaan, seperti menghadiri seminar, konferensi, atau kegiatan sejenis.
- b. Wisata Liburan (*Vacational tourism*): wisata yang dilakukan untuk berlibur, cuti, atau menikmati waktu luang.
- c. Wisata Edukasi (*Educational tourism*): wisata yang bertujuan untuk belajar atau memperdalam pengetahuan, seperti kegiatan *study tour*.

2. Wisata Berdasarkan Objek

- a. Wisata Budaya (*Cultural tourism*): wisata yang berfokus pada seni dan budaya sebagai daya tarik utama.
- b. Wisata Bahari (*Marine tourism*): wisata yang melibatkan aktivitas seperti berenang, memancing, menyelam, atau olahraga air lainnya, serta didukung fasilitas akomodasi dan kuliner.
- c. Wisata Religi (*Religion tourism*): wisata yang bertujuan untuk kegiatan keagamaan, seperti menghadiri upacara adat atau melaksanakan ibadah haji dan umroh.
- d. Wisata Olahraga (*Sport tourism*): wisata yang dilakukan untuk menyaksikan atau berpartisipasi dalam acara olahraga di suatu tempat atau negara tertentu.

Dengan demikian, warisan budaya yang dilestarikan tidak hanya memberikan nilai penting bagi masyarakat lokal tetapi juga berkontribusi

pada perkembangan industri pariwisata yang pada gilirannya meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

2.3 Wisatawan Domestik

Istilah “wisatawan” berasal dari kata *wisata* dalam bahasa Sanskerta yang berarti perjalanan, mirip dengan kata “*travel*” dalam bahasa Inggris. Namun, istilah “wisatawan” lebih sering disamakan dengan “*tourist*” yang mengacu pada seseorang yang melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain. Meskipun demikian, belum ada definisi tunggal yang diterima secara universal untuk istilah “*tourist*” karena perbedaan latar belakang, kepentingan, dan perspektif masing-masing pihak (Widyatmaja & Suwena, 2017: 32). Dalam pengembangan kepariwisataan di Indonesia, Instruksi Presiden No. 9 Tahun 1969 mendefinisikan bahwa wisatawan (*tourist*) adalah setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanannya dan kunjungannya itu (Widyatmaja & Suwena, 2017: 35).

Wisatawan (*tourist*) merupakan subjek utama dalam kegiatan pariwisata. Spillane (1987) dalam Bafadhal (2020: 6-7), membedakan wisatawan menjadi dua kategori utama:

1. Wisatawan (*tourist*), yaitu mereka yang mengunjungi suatu daerah selama lebih dari 24 jam.
2. Pelancong atau pengunjung (*excursionists*), yaitu mereka yang tinggal di tujuan wisata kurang dari 24 jam.

Selain itu, berdasarkan sifat perjalanan dan lokasi tujuan wisatawan dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori sebagaimana dijelaskan oleh Karyono (1997) dalam Bafadhal (2020: 6):

1. Wisatawan Asing (*Foreign Tourist*)

Wisatawan asing adalah mereka yang melakukan perjalanan wisata ke negara lain yang bukan tempat tinggal tetapnya. Wisatawan dalam kategori ini sering disebut sebagai wisatawan mancanegara (wisman).

2. Wisatawan Asing Domestik (*Domestic Foreign Tourist*)

Mereka yang berkewarganegaraan asing yang tinggal di suatu negara untuk keperluan tugas dan melakukan perjalanan wisata di dalam negara tempat ia menetap. Contohnya adalah staf kedutaan Belanda di Indonesia yang memanfaatkan cuti tahunan untuk berwisata di Indonesia, tanpa kembali ke negaranya.

3. Wisatawan Domestik (*Domestic Tourist*)

Warga negara suatu negara yang melakukan perjalanan wisata di dalam wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negara. Contohnya, warga negara Indonesia yang berlibur ke Bali atau Danau Toba. Wisatawan ini juga dikenal sebagai wisatawan nusantara (wisnus).

4. *Indigenous Foreign Tourist*

Warga negara suatu negara yang karena tugas atau pekerjaannya tinggal di luar negeri, lalu kembali ke negara asalnya untuk berwisata. Contohnya, seorang warga negara Prancis yang bekerja sebagai konsultan di perusahaan asing di Indonesia, kemudian kembali ke Prancis

saat liburan dan melakukan perjalanan wisata di sana. Jenis wisatawan ini merupakan kebalikan dari *Domestic Foreign Tourist*.

5. *Transit Tourist*

Wisatawan yang sedang dalam perjalanan menuju negara tujuan, tetapi harus singgah sementara di suatu pelabuhan, bandara, atau stasiun bukan atas keinginannya sendiri, melainkan karena kondisi tertentu seperti jadwal penerbangan atau kebijakan transit.

6. *Business Tourist*

Individu yang melakukan perjalanan untuk keperluan bisnis sebagai tujuan utama, tetapi kemudian melanjutkan bukan wisata tetapi kemudian melanjutkan perjalanan wisata setelah urusan bisnisnya selesai. Dalam hal ini, perjalanan wisata menjadi tujuan sekunder setelah tujuan utama, yaitu bisnis.

Wisatawan domestik memiliki peran penting sebagai pusat informasi tidak resmi yang kaya akan wawasan, baik bagi calon wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Mereka secara alami berfungsi sebagai sumber informasi dengan memberikan rekomendasi mengenai atraksi wisata, tempat menginap, hingga berbagi pengalaman pribadi kepada keluarga dan teman. Strategi paling efektif dalam menarik wisatawan ke suatu destinasi adalah *word of mouth* (WOM) yaitu penyebaran informasi berbasis rekomendasi. Calon wisatawan cenderung lebih percaya pada ulasan atau pengalaman pribadi yang dibagikan oleh orang terdekat, dibandingkan informasi resmi yang disampaikan oleh lembaga pariwisata seperti Dinas Pariwisata. *Word of mouth*

(WOM) memberikan gambaran yang lebih otentik mengenai kondisi destinasi, sehingga membantu calon wisatawan dalam mempertimbangkan kunjungan mereka. Selain sebagai sumber informasi, wisatawan domestik juga berperan sebagai duta pariwisata yang dapat menjadi panutan bagi wisatawan lainnya. Destinasi yang memiliki atraksi dan amenitas yang dikelola dengan baik akan meninggalkan kesan mendalam bagi mereka. Cerita dan pengalaman yang mereka bagikan dapat membangkitkan rasa penasaran calon wisatawan lain, mendorong mereka untuk mengikuti “jejak” wisatawan sebelumnya dalam mengeksplorasi destinasi yang direkomendasikan. Fenomena ini sejalan dengan pandangan Hudson & Ritchie (2002) yang menyatakan bahwa wisatawan domestik melalui pariwisata dalam negeri memberikan fondasi yang kuat bagi pengembangan pariwisata berkelanjutan. Semakin banyak calon wisatawan yang terinspirasi oleh pengalaman wisatawan domestik, semakin besar potensi suatu destinasi untuk berkembang dan menarik lebih banyak kunjungan di masa mendatang (Pitanatri & Pitana, 2023: 14-15).

2.4 Komponen 4A

Komponen 4A diperkenalkan oleh Morrison sebagai kerangka penting dalam analisis destinasi wisata. Komponen ini mencakup empat elemen utama yang saling berkaitan, yaitu Atraksi (*Attraction*), Aksesibilitas (*Accessibility*), Fasilitas (*Amenity*), dan Layanan Tambahan (*Ancillary*). Menurut Morrison (2013) dalam Afifah (2024), penerapan komponen 4A dalam manajemen destinasi bertujuan untuk mengoptimalkan pengelolaan produk wisata secara terkoordinasi dan terintegrasi. Manajemen ini mencakup

aspek pengembangan atraksi, fasilitas, aksesibilitas, infrastruktur, kualitas layanan, serta keramahan dalam penyediaan wisata.

Menurut Cooper (1993: 80-81) dalam Utama & Subhiksu (2018: 43-44), keberhasilan suatu destinasi wisata ditentukan oleh empat komponen utama yang dikenal dengan istilah 4A, yaitu:

1. Atraksi (*Attraction*), yang meliputi daya tarik alam dan buatan.
2. Aksesibilitas (*Accessibility*), seperti tersedianya transportasi baik darat, laut, udara maupun lokal serta sarana dan prasarana pendukungnya.
3. Fasilitas (*Amenity*), tersedianya kualitas akomodasi, restoran, hiburan, jasa keuangan, dan keamanan, serta jasa lainnya.
4. Layanan Tambahan (*Ancillary*), dalam bentuk institusi (*local organization*) seperti *Destination Management Organization* (DMO), baik yang disediakan oleh pemerintah maupun swasta termasuk di dalamnya dan perundang-undangan tentang kepariwisataan.

Penerapan komponen 4A dalam pengelolaan destinasi wisata memungkinkan pengelola untuk mengidentifikasi dan mengembangkan setiap komponen secara optimal, sehingga menciptakan destinasi yang menarik, mudah diakses, dilengkapi fasilitas memadai, dan didukung oleh layanan tambahan yang berkualitas. Konsep ini telah digunakan dalam berbagai penelitian untuk menilai dan mengembangkan destinasi wisata secara komprehensif.

2.5 Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan teori persepsi. Kata persepsi berasal dari bahasa Latin *perceptio* atau *percipio* yang merujuk pada proses di mana seseorang mengatur, mengenali, dan menafsirkan informasi yang diterima melalui indra untuk membentuk pemahaman tentang lingkungan sekitarnya. Proses ini diawali dengan pengindraan, yaitu ketika stimulus dari luar ditangkap oleh alat indera, lalu diproses hingga membentuk persepsi. Aktivitas pengindraan berlangsung terus-menerus setiap kali individu menerima rangsangan dari lingkungannya (Muarifah, 2023: 95). Menurut Walgito (2010: 99) dalam Lestari (2023) persepsi adalah proses mengorganisasi dan menginterpretasikan stimulus yang diterima melalui indera hingga menghasilkan makna tertentu dan menciptakan respons yang terintegrasi dalam diri individu. Sementara itu, Kawung (2016: 66-74) dalam Syahputra dkk (2023) menegaskan bahwa persepsi merupakan salah satu aspek psikologi penting dalam merespons berbagai fenomena di sekitar manusia. Persepsi dapat didefinisikan sebagai aktivitas di mana membentuk kesan, menilai, dan menginterpretasikan sesuatu berdasarkan informasi yang diterima.

Menurut P. Robbins dan Timothy dalam Arista & Jayanti (2018), persepsi merupakan proses di mana individu mengatur serta menginterpretasikan kesan sensorik mereka untuk memberikan makna terhadap lingkungan sekitar. Namun, persepsi seseorang tidak selalu mencerminkan realitas objektif. Setiap individu dapat menerima stimulus yang berbeda meskipun objek yang diamati sama. Dengan demikian, cara seseorang memandang

suatu situasi sering kali lebih berpengaruh daripada situasi itu sendiri. Persepsi bersifat subjektif karena dipengaruhi oleh kemampuan, latar belakang, dan kondisi individu. Oleh karena itu, setiap orang dapat memiliki interpretasi yang berbeda terhadap objek yang sama. Meskipun terdapat berbagai definisi dari para ahli, secara umum persepsi dapat disimpulkan sebagai tanggapan atau penilaian yang memungkinkan seseorang menyadari keberadaan sesuatu melalui fungsi inderanya (Syahputra dkk., 2023).

Menurut Hasanah dkk (2024) penerapan teori persepsi diawali dengan keberadaan objek di dunia nyata yang disebut stimulus distal atau objek distal. Stimulus ini merangsang organ indera manusia melalui cahaya, suara, atau proses fisik lainnya, sehingga menciptakan persepsi. Penerapan teori persepsi dapat ditemukan dalam berbagai aspek kehidupan, di antaranya:

1. Penerapan dalam Penglihatan

Penglihatan merupakan indera utama manusia dalam membentuk persepsi. Melalui pengamatan suatu objek, individu mengumpulkan informasi visual yang kemudian diolah oleh otak untuk menghasilkan pemahaman terhadap objek tersebut. Secara umum, persepsi pertama kali terbentuk ketika seseorang mengamati suatu objek secara langsung. Dalam hal ini, penerapan persepsi dalam penglihatan terlihat dari cara wisatawan mengamati secara langsung objek-objek di museum seperti koleksi dan berbagai fasilitas yang tersedia. Pengamatan ini membantu mereka membentuk pemahaman awal terhadap nilai dan kekayaan budaya batik yang ditampilkan.

2. Penerapan dalam Pendengaran

Persepsi juga terbentuk melalui pendengaran, di mana suara yang diterima melalui getaran udara diproses oleh saraf pendengaran dan diinterpretasikan oleh otak. Seseorang dapat membentuk pemahaman serta penilaian terhadap sumber suara tanpa harus melihatnya secara langsung. Dengan demikian, pendengaran berperan penting dalam membentuk persepsi, karena individu dapat menangkap makna dari suatu objek hanya melalui suara. Pada aspek ini penerapan persepsi dalam pendengaran muncul ketika wisatawan mendengarkan penjelasan dari edukator secara langsung maupun melalui media audio visual yang tersedia di museum. Melalui informasi yang diterima secara lisan ini, persepsi wisatawan semakin diperkaya oleh narasi sejarah, makna filosofis, dan teknik pembuatan batik yang disampaikan secara komunikatif.

3. Penerapan dalam Pembicaraan

Dalam komunikasi verbal, persepsi berperan dalam memahami dan menginterpretasikan bahasa yang didengar. Proses ini memungkinkan individu mengenali kata-kata, memahami maknanya, dan menggunakannya dalam interaksi. Jika seseorang mampu memahami bahasa yang diucapkan, maka ia telah berhasil menerapkan teori persepsi dalam berbicara. Penerapan persepsi dalam pembicaraan pada penelitian ini yaitu ketika wisatawan mampu memahami dan menginterpretasikan bahasa yang digunakan oleh edukator, maka terbentuklah persepsi yang

lebih dalam terhadap konten budaya yang disampaikan. Melalui penerapan ini wisatawan tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga secara aktif memaknainya.

Dengan demikian, penerapan teori persepsi pada penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman wisatawan domestik terhadap budaya batik terbentuk melalui interaksi langsung dengan objek, pendengaran terhadap penjelasan, serta kemampuan mereka dalam menangkap makna bahasa yang digunakan. Sehingga akan terdapat beberapa wisatawan yang sebelumnya belum memiliki pengetahuan mendalam tentang batik pun akhirnya memperoleh pemahaman baru setelah berkunjung ke Museum Batik Indonesia. Teori persepsi memiliki peran penting dalam membentuk cara individu memahami dan merespons lingkungan sekitarnya. Melalui penglihatan, pendengaran, dan pembicaraan, manusia dapat mengolah berbagai stimulus untuk membentuk pemahaman yang subjektif terhadap suatu objek atau situasi. Penerapan teori ini tidak hanya relevan dalam kehidupan sehari-hari tetapi juga menjadi dasar dalam berbagai bidang studi yang berkaitan dengan interaksi manusia dan lingkungannya.

2.6 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini berjudul “Persepsi Wisatawan Domestik pada Destinasi Wisata Museum Batik Indonesia TMII Jakarta”. Fokus utama penelitian ini menelaah persepsi wisatawan domestik terhadap Museum Batik Indonesia dengan menggunakan pendekatan komponen 4A, yaitu atraksi (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), fasilitas (*amenity*), dan layanan tambahan

(*ancillary*). Keempat komponen ini dipandang sebagai unsur strategis dalam pengembangan destinasi wisata, khususnya destinasi budaya berbasis edukasi seperti museum.

Pendekatan komponen 4A dalam penelitian ini tidak hanya menyoroti kondisi fisik dan layanan yang tersedia, tetapi juga dikaji melalui teori persepsi yang menekankan bagaimana wisatawan memaknai dan menilai berdasarkan pengalaman, pengetahuan sebelumnya, kebutuhan, serta kondisi lingkungan saat berinteraksi dengan objek wisata.

Dalam penelitian ini, komponen 4A menjadi sumber utama yang membentuk persepsi wisatawan. Masing-masing aspek memiliki kontribusi dalam membentuk persepsi keseluruhan wisatawan terhadap kelayakan museum sebagai destinasi wisata budaya yang edukatif dan berkesan. Penelitian ini menekankan dua aspek utama, yaitu:

1. Persepsi Wisatawan Domestik terhadap Daya Tarik Wisata

Aspek ini berfokus pada bagaimana wisatawan domestik memaknai dan menilai daya tarik yang ditawarkan oleh Museum Batik Indonesia, baik dari segi keunikan koleksi, pengalaman edukatif yang diperoleh, hingga kenyamanan dan kemudahan selama kunjungan. Hasil persepsi ini mencerminkan seberapa besar museum mampu memberikan value atau nilai pengalaman yang sesuai dengan ekspektasi wisatawan.

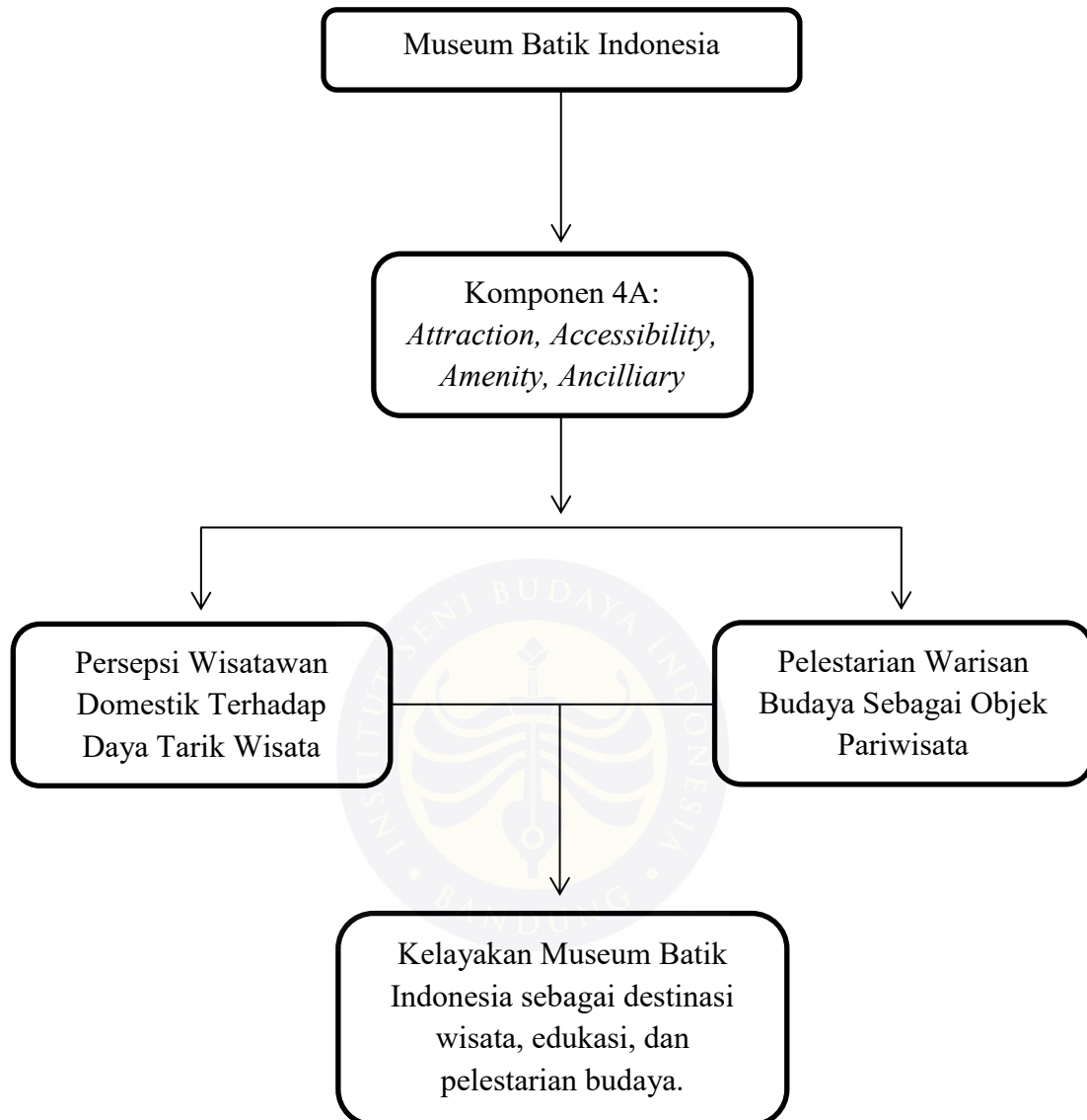
2. Pelestarian Warisan Budaya sebagai Objek Pariwisata

Persepsi wisatawan tidak hanya berhenti pada komponen 4A, tetapi juga menyentuh kesadaran wisatawan terhadap nilai budaya dari koleksi atau

kegiatan yang diselenggarakan oleh museum. Dengan kata lain, persepsi juga mencerminkan seberapa dalam wisatawan memahami dan menghargai fungsi museum sebagai lembaga pelestarian batik yang menjadikannya sebagai warisan budaya takbenda. Dalam hal ini, persepsi memiliki peran dalam membentuk sikap apresiasi terhadap upaya pelestarian budaya.

Dengan menggunakan teori persepsi, penelitian ini ingin melihat bagaimana pengalaman yang dialami oleh wisatawan domestik berperan dalam membentuk persepsi mereka terhadap Museum Batik Indonesia. Selain itu, hasil dari persepsi ini juga digunakan sebagai dasar untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang masih perlu ditingkatkan. Baik dalam hal pelayanan, penyajian informasi, fasilitas pendukung, hingga strategi promosi yang lebih efektif. Dengan begitu, museum dapat mengoptimalkan perannya tidak hanya sebagai tempat wisata tetapi juga sebagai media edukasi dan pelestarian budaya.

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran



(Sumber: Olahan Peneliti Siti Asih Nuraini, 2025)