
Pengaruh Daya Tarik Digitalisasi Museum Nasional Indonesia terhadap Motivasi Berkunjung di Wisata *Heritage* Kota Jakarta

Sarasvati Devi Kubayan, Hanni Adriani, Emenina Tarigan
Institut Pariwisata Trisakti
*hanni.adriani@iptrisakti.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of digitalization attractiveness at the National Museum of Indonesia on tourists' visiting motivation in heritage tourism in Jakarta. The method used in this research is a quantitative method with descriptive and associative approaches. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who had visited the National Museum of Indonesia. The data analysis techniques include validity test, reliability test, coefficient of determination test, and simple linear regression analysis. The results show that digitalization attractiveness is categorized as attractive with a mean score of 4.12, while visiting motivation is categorized as highly motivated with a mean score of 4.27. The coefficient of determination indicates that digitalization attractiveness influences visiting motivation by 56.5%. Furthermore, the t-test results show that digitalization has a significant effect on visiting motivation. This indicates that technologies such as augmented reality, interactive panels, and mobile technology enhance visitor experience and increase their intention to visit. In conclusion, digitalization has a significant influence on visiting motivation. Therefore, it is recommended that museum management improve digital content quality, especially in immersive spaces, and enhance digital facilities to optimize visitor experience.

Keywords: digitalization, visiting motivation, museum, heritage tourism

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik digitalisasi Museum Nasional Indonesia terhadap motivasi berkunjung wisatawan di wisata heritage Kota Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang pernah berkunjung ke Museum Nasional Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi, serta uji regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik digitalisasi berada pada kategori menarik dengan nilai rata-rata sebesar 4,12, sedangkan motivasi berkunjung berada pada kategori sangat termotivasi dengan nilai rata-rata sebesar 4,27. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa daya tarik digitalisasi berpengaruh sebesar 56,5% terhadap motivasi berkunjung. Selain itu, hasil uji t menunjukkan bahwa digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi seperti augmented reality, panel interaktif, dan teknologi seluler mampu meningkatkan pengalaman dan minat wisatawan untuk berkunjung. Kesimpulan dari penelitian ini adalah digitalisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi berkunjung. Oleh karena itu, disarankan kepada pengelola museum untuk terus meningkatkan kualitas konten digital, khususnya pada ruang imersif, serta memperbaiki fasilitas digital agar pengalaman pengunjung semakin optimal.

Kata Kunci: digitalisasi, motivasi berkunjung, museum, wisata heritage

PENDAHULUAN

Fenomena perkembangan pariwisata, khususnya pariwisata perkotaan dan wisata heritage, menunjukkan tren yang semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi digital. Menurut World Tourism Organization (UNWTO), pariwisata merupakan aktivitas perjalanan yang tidak hanya berorientasi rekreasi tetapi juga pengalaman edukatif dan budaya. Dalam konteks urban tourism, Pratiwi dalam Kurniansah dan Hali (2018) menjelaskan bahwa pariwisata perkotaan memanfaatkan unsur-unsur kota sebagai daya tarik wisata. Selain itu, konsep wisata heritage yang dikemukakan oleh I Made dalam Mayanti dan Puspitasari (2024) menekankan pemanfaatan warisan budaya sebagai destinasi wisata. Perkembangan ini juga didukung oleh transformasi digital di sektor pariwisata, termasuk museum, yang kini tidak hanya berfungsi sebagai tempat penyimpanan artefak, tetapi juga sebagai ruang interaktif berbasis teknologi. Salah satu contohnya adalah Museum Nasional Indonesia yang telah mengadopsi berbagai inovasi digital seperti tur virtual, augmented reality (AR), dan ruang imersif untuk meningkatkan pengalaman pengunjung.

Namun demikian, meskipun digitalisasi telah diterapkan dalam pengelolaan museum, masih terdapat permasalahan terkait efektivitas daya tarik digital tersebut dalam mendorong motivasi berkunjung wisatawan. Belum diketahui secara pasti sejauh mana inovasi digital seperti QR code, tur virtual, maupun ruang imersif benar-benar mampu meningkatkan minat dan motivasi wisatawan untuk berkunjung ke museum sebagai destinasi wisata heritage. Selain itu, keberagaman karakteristik pengunjung juga dapat memengaruhi persepsi terhadap daya tarik digital yang ditawarkan, sehingga diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai hubungan antara digitalisasi dan motivasi berkunjung.

Penelitian terdahulu umumnya lebih banyak membahas tentang daya tarik wisata secara umum atau motivasi wisatawan tanpa secara spesifik mengaitkannya dengan aspek digitalisasi dalam konteks museum heritage. Misalnya, penelitian oleh Damayanti dan Puspitasari (2024) lebih berfokus pada klasifikasi heritage tangible dan intangible, sementara Kurniansah dan Hali (2018) membahas konsep pariwisata perkotaan secara umum. Dengan demikian, masih terdapat gap penelitian terkait analisis pengaruh daya tarik digitalisasi terhadap motivasi berkunjung wisatawan, khususnya pada objek wisata museum di Indonesia. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji secara spesifik hubungan antara inovasi digital dan motivasi berkunjung pada Museum Nasional Indonesia sebagai representasi wisata heritage di Jakarta.

Kebaruan (novelty) dalam penelitian ini terletak pada fokus kajian yang mengintegrasikan konsep daya tarik wisata digital dengan motivasi berkunjung dalam konteks wisata heritage museum. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini tidak hanya melihat museum sebagai objek wisata konvensional, tetapi juga sebagai destinasi berbasis teknologi yang menghadirkan pengalaman interaktif bagi pengunjung. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan empiris dengan responden pengunjung domestik yang telah mengalami langsung fasilitas digital di museum, sehingga diharapkan mampu memberikan kontribusi baru baik secara teoritis maupun praktis dalam pengembangan pariwisata berbasis digital, khususnya pada pengelolaan museum di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Pariwisata merupakan aktivitas perjalanan sementara yang dilakukan individu atau kelompok ke luar tempat tinggal untuk memperoleh pengalaman rekreasi, budaya,

maupun edukasi (Pendit, 2003). Konsep ini diperkuat oleh Hunziker dan Kraff dalam Ahmad (2019) yang menekankan adanya hubungan sosial dan ekonomi akibat mobilitas wisatawan, serta Spillane dalam Leviani (2017) yang melihat pariwisata sebagai upaya mencapai keseimbangan dan kebahagiaan hidup. Dalam konteks modern, pariwisata juga dipandang sebagai sistem yang melibatkan berbagai stakeholder sebagaimana dijelaskan dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009. Penelitian terdahulu oleh Damayanti dan Puspitasari (2024) menunjukkan bahwa pariwisata, khususnya berbasis budaya, memiliki potensi besar dalam menarik minat wisatawan melalui keunikan dan nilai sejarah yang dimiliki suatu daerah.

Destinasi Pariwisata

Destinasi pariwisata merupakan suatu wilayah geografis yang menjadi titik pertemuan antara permintaan wisatawan dan penawaran produk wisata yang terintegrasi (Dredge dan Sainaghi dalam Supriadi dan Roedjinandari, 2017). Pitana dalam Adiyoso (2022) menambahkan bahwa destinasi adalah lokasi utama yang dikunjungi wisatawan selama perjalanan. Sementara itu, Ritchie dan Crouch dalam Raju (2024) menekankan bahwa keberhasilan destinasi bergantung pada pengelolaan atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas secara menyeluruh. Penelitian oleh Sudaryanti & Rosita (2015) menunjukkan bahwa daya tarik destinasi menjadi faktor penting dalam memengaruhi motivasi wisatawan untuk berkunjung, sehingga pengelolaan destinasi yang baik sangat diperlukan untuk meningkatkan kunjungan.

Museum

Museum merupakan lembaga permanen yang berfungsi untuk mengumpulkan, melestarikan, meneliti, dan memamerkan warisan budaya berwujud maupun tidak berwujud kepada masyarakat (ICOM, 2022). Menurut Aslah et al. (2017), museum berasal dari konsep *mouseion* sebagai tempat ilmu pengetahuan dan seni yang menekankan fungsi museum sebagai tempat penyimpanan benda bersejarah. Penelitian oleh Fitriansyah dan Kasmin (2022) menunjukkan bahwa museum memiliki peran penting sebagai media edukasi dan pembelajaran sejarah, meskipun minat kunjungan, khususnya di kalangan pelajar, masih relatif rendah.

Wisata Museum

Wisata museum merupakan bagian dari wisata buatan yang menawarkan pengalaman edukasi, rekreasi, dan penelitian melalui koleksi yang dipamerkan (Ismayanti dalam Nugraha dan Angelyca, 2023). Selain itu, Rodger dalam Nugraha dan Rosa (2022) menjelaskan bahwa museum berperan sebagai sarana wisata edukasi yang memberikan pembelajaran langsung kepada wisatawan. Penelitian Fitriansyah dan Kasmin (2022) juga menunjukkan bahwa museum dapat menjadi media pembelajaran efektif apabila dikemas secara menarik dan interaktif.

Heritage

Wisata heritage merupakan kegiatan wisata yang bertujuan untuk menikmati dan memahami warisan budaya serta sejarah masa lalu (The National Trust dalam Damayanti dan Puspitasari, 2024). Nirwandar dalam Damayanti dan Puspitasari (2024) menyatakan bahwa wisata budaya berasal dari cipta, rasa, dan karsa manusia yang menjadi identitas suatu bangsa. Penelitian Damayanti dan Puspitasari (2024) menunjukkan bahwa potensi wisata heritage di Indonesia sangat besar karena kekayaan budaya yang beragam, baik

yang berwujud maupun tidak berwujud, sehingga dapat menjadi daya tarik utama bagi wisatawan.

Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung (Fitria et al. dalam Salim et al., 2022). Cooper dalam Kesuma dan Ciptafiani (2021) mengemukakan bahwa daya tarik wisata terdiri dari lima komponen utama yaitu atraksi, aksesibilitas, amenitas, aktivitas, dan akomodasi. Penelitian oleh Damayanti dan Puspitasari (2024) menunjukkan bahwa unsur keunikan dan nilai budaya menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya tarik wisata, khususnya pada destinasi heritage.

Digitalisasi Museum

Digitalisasi museum merupakan pemanfaatan teknologi digital seperti augmented reality (AR), virtual reality (VR), dan teknologi seluler untuk meningkatkan pengalaman dan interaksi pengunjung (Choi & Kim dalam Yap et al., 2024). Afnarius et al. (2024) menjelaskan bahwa digitalisasi bertujuan meningkatkan efisiensi dan nilai layanan melalui teknologi. Penelitian Yap et al. (2023) menunjukkan bahwa digitalisasi dan digitisasi mampu meningkatkan pengalaman pengunjung dan menciptakan memori yang lebih mendalam. Selain itu, Agostino dan Costantini (2021) menegaskan bahwa transformasi digital berkontribusi pada peningkatan partisipasi, reputasi, dan keberlanjutan museum.

Motivasi Pengunjung

Motivasi pengunjung merupakan dorongan internal maupun eksternal yang memengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata (Moekijat, 2000). Iso-Ahola dalam Supriadi dan Roedjinandari (2017) membagi motivasi menjadi dua, yaitu *seeking* dan *escaping motives*. McIntosh dalam Suhartapa dan Sulistyono (2021) mengelompokkan motivasi menjadi fisik, budaya, sosial, dan prestise. Penelitian Sudaryanti et al. (2015) menunjukkan bahwa motivasi wisatawan dipengaruhi oleh faktor pendorong (internal) dan penarik (eksternal), yang berperan penting dalam menentukan keputusan berkunjung.

Pengunjung

Pengunjung (visitor) adalah individu yang mengunjungi suatu destinasi, termasuk museum, baik untuk tujuan wisata maupun non-wisata (Theobald dalam Supriadi dan Roedjinandari, 2017). Lambert (2011) membedakan antara wisatawan dan pengunjung, dimana pengunjung lebih spesifik pada individu yang datang ke tempat seperti museum atau galeri. Kotler, Haider, dan Rein dalam Setyawan et al. (2013) mengelompokkan pengunjung menjadi dua, yaitu pengunjung bisnis dan non-bisnis. Penelitian Coman et al. (2019) menunjukkan bahwa interaksi pengunjung dengan teknologi digital di museum dapat memengaruhi pengalaman dan keterlibatan mereka secara signifikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana, karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh satu variabel independen, yaitu daya tarik digitalisasi (X), terhadap satu variabel dependen, yaitu motivasi berkunjung (Y). Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang diperoleh berupa

angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung domestik yang pernah berkunjung ke Museum Nasional Indonesia, dengan jumlah populasi sebanyak 523.141 pengunjung berdasarkan data BPS tahun 2022. Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (error) 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Sampel tersebut dianggap telah mewakili populasi dalam penelitian ini.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak dimana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai responden. Teknik ini digunakan agar sampel yang diperoleh dapat mewakili karakteristik populasi secara objektif.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua sumber, yaitu data primer yang diperoleh melalui; (1) Observasi, dilakukan langsung di lokasi penelitian untuk mengamati fasilitas digital museum; (2) Kuesioner, disebarikan kepada responden secara online dan offline menggunakan skala Likert. Data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan seperti jurnal, buku, dan data dari instansi terkait seperti BPS.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan software SPSS dengan beberapa tahapan sebagai berikut: (1) Uji Validitas digunakan untuk mengukur keabsahan item kuesioner. Instrumen dinyatakan valid jika nilai r hitung $>$ r tabel (0,197); (2) Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi instrumen dengan metode Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai $\alpha >$ 0,60; (3) Analisis Statistik Deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban berdasarkan nilai rata-rata (mean); (4) Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y dalam bentuk persentase; (5) Analisis Regresi Linear Sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara daya tarik digitalisasi (X) terhadap motivasi berkunjung (Y); (6) Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen; (7) Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	45	45%
	Perempuan	55	55%
Usia	18–24 tahun	20	20%
	25–34 tahun	40	40%
	35–44 tahun	25	25%
	>45 tahun	15	15%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden adalah perempuan sebesar 55%, sedangkan laki-laki sebesar 45%. Dari segi usia, didominasi oleh kelompok usia 25–34 tahun (40%), diikuti 35–44 tahun (25%), 18–24 tahun (20%), dan di atas 45 tahun (15%). Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung Museum Nasional Indonesia didominasi

oleh usia produktif yang cenderung aktif dalam aktivitas wisata dan penggunaan teknologi digital.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Jumlah Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Digitalisasi (X)	16	>0,197	0,197	Valid
Motivasi Berkunjung (Y)	16	>0,197	0,197	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel digitalisasi dan motivasi berkunjung memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,197), sehingga seluruh item dinyatakan valid. Artinya, setiap indikator dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Digitalisasi (X)	>0,60	Reliabel
Motivasi Berkunjung (Y)	>0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, nilai Cronbach's Alpha pada kedua variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner memiliki konsistensi yang baik dalam mengukur variabel penelitian.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,752	0,565	0,561

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Nilai R Square sebesar 0,565 menunjukkan bahwa variabel digitalisasi mampu menjelaskan pengaruh terhadap motivasi berkunjung sebesar 56,5%, sedangkan sisanya 43,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Hal ini menunjukkan kontribusi yang cukup kuat dari digitalisasi terhadap motivasi berkunjung.

Tabel 5. Uji Parsial

Variabel	t hitung	Sig	Keterangan
Digitalisasi (X)	11,293	0,000	Berpengaruh Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Nilai t hitung sebesar 11,293 dengan signifikansi 0,000 (<0,05) menunjukkan bahwa variabel digitalisasi berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi berkunjung. Artinya, semakin baik digitalisasi yang diterapkan, maka semakin tinggi motivasi wisatawan untuk berkunjung.

Tabel 6. Uji Simultan

F hitung	Sig	Keterangan
> F tabel	0,000	Berpengaruh Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel digitalisasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap motivasi berkunjung. Ini menunjukkan bahwa seluruh indikator digitalisasi secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pengunjung.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi berkunjung wisatawan di Museum Nasional Indonesia. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dan koefisien korelasi sebesar 0,752 yang termasuk dalam kategori kuat. Pengaruh ini terjadi karena teknologi digital seperti augmented reality, panel interaktif, dan teknologi seluler mampu meningkatkan pengalaman wisata menjadi lebih menarik, interaktif, dan informatif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori perilaku konsumen dalam pariwisata yang menyatakan bahwa pengalaman berbasis teknologi dapat meningkatkan kepuasan dan motivasi wisatawan. Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu seperti: (1) Jung et al. (2016) yang menyatakan bahwa teknologi augmented reality meningkatkan pengalaman wisata dan niat berkunjung ulang; (2) Tom Dieck & Jung (2017) yang menemukan bahwa teknologi digital di museum meningkatkan engagement pengunjung; (4) Huang et al. (2013) yang menyatakan bahwa pengalaman interaktif berbasis teknologi berpengaruh terhadap motivasi dan kepuasan wisatawan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik implementasi digitalisasi di museum, maka semakin tinggi motivasi pengunjung untuk datang, baik dari aspek hiburan, edukasi, sosial, maupun prestige.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Digitalisasi Museum Nasional Indonesia terhadap Motivasi Berkunjung di Wisata Heritage Kota Jakarta” yang melibatkan 100 responden, dapat disimpulkan bahwa daya tarik digitalisasi di Museum Nasional Indonesia berada pada kategori menarik dengan nilai rata-rata sebesar 4,12, di mana indikator augmented reality menjadi yang paling dominan karena mampu memberikan pengalaman visual yang jelas, interaktif, dan informatif bagi pengunjung. Selanjutnya, variabel motivasi berkunjung menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,27 yang termasuk dalam kategori sangat termotivasi, dengan faktor sosial sebagai pendorong utama, seperti keinginan untuk berkumpul dengan teman, keluarga, maupun bertemu individu dengan minat yang sama terhadap wisata heritage. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,565 yang berarti daya tarik digitalisasi berpengaruh sebesar 56,5% terhadap motivasi berkunjung, sedangkan sisanya sebesar 43,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi memiliki pengaruh yang signifikan dan kuat dalam meningkatkan motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Museum Nasional Indonesia.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi pengelola Museum Nasional Indonesia dalam meningkatkan daya tarik digitalisasi dan kepuasan pengunjung. Pertama, pada variabel daya tarik digitalisasi, indikator dengan nilai terendah terdapat pada ImersifA dengan rata-rata 4,09, khususnya pada aspek durasi dan pemahaman konten. Oleh karena itu,

disarankan agar pengelola meningkatkan kualitas konten dalam ruang ImersifA, seperti menambah durasi penayangan serta memperkaya materi visual dan narasi agar pengunjung dapat lebih memahami sejarah peradaban Indonesia secara mendalam. Kedua, pada variabel motivasi berkunjung, indikator terendah terdapat pada motivasi fisik dengan nilai 4,13, khususnya terkait aktivitas bersantai dan menikmati fasilitas digital. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung cenderung lebih menyukai aktivitas eksplorasi dibandingkan sekadar bersantai. Oleh karena itu, pengelola disarankan untuk meningkatkan kenyamanan fasilitas pendukung, seperti memperluas area penayangan, memperbaiki panel interaktif yang mengalami gangguan teknis (glitching device), serta menyediakan ruang yang lebih nyaman agar pengunjung tetap dapat menikmati pengalaman digital secara optimal selama berada di museum.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoso, M. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Dago. *Warta Pariwisata*, 20(1), 10–14. <https://doi.org/10.5614/Wpar.2022.20.1.03>
- Afnarius, S. (2024). *Digitaisasi Tourism*. Bandung: Widina Media Utama
- Agostino, D., & Costantini, C. (2022). A Measurement Framework For Assessing The Digital Transformation of Cultural Institutions: The Italian Case. *Meditari Accountancy Research*, 30(4), 1141-1168. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-02-2021-1207>
- Aslah, T. Y., Wowor, H. F., & Tulenan, V. (2017). *Perancangan Animasi 3D Objek Wisata Museum Budaya Watu Pinawetengan*. Retrieved Oktober 27, 2024, From <https://media.neliti.com/media/publications/140895-ID-Perancangan-Animasi-3d-Objek-Wisata-Muse.Pdf>
- Choi, B., & Kim, J. (2021). Changes And Challenges In Museum Management After The COVID-19 Pandemic. *Journal Of Open Innovation: Technology, Market, And Complexity*, 7(2). <https://doi.org/10.3390/joitmc7020148>
- Coman, A., Grigore, A. M., & Ardelean, A. (2019). The Digital Tools: Supporting The “Inner Lives” Of Customers/Visitors In Museums. *Lecture Notes In Computer Science (Including Subseries Lecture Notes In Artificial Intelligence And Lecture Notes In Bioinformatics)*, 11578 LNCS, 182–201. https://doi.org/10.1007/978-3-030-21902-4_14
- Damayanti, R. A., & Puspitasari, A. Y. (2024, Maret). Kajian Potensi Daya Tarik Wisata Heritage di Indonesia. *Jurnal Ruang Kajian*, 4(1), 13-34. <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr/article/download/36639/9791>
- Kesuma, M., & Ciptafiani, V. (2021). Persiapan Pengembangan Kawasan Pariwisata Strategis Nasional Super Prioritas Labuan Bajo. *Seri Seminar Nasional Universitas Tarumanegara Implementasi MBKM Tahun 2021*, 31-38.
- Nugraha, R., & Angelyca, T. (2023). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Museum Sejarah Jakarta Pasca Pandemi Covid – 19. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 512-513. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7988274>
- Sudaryanti, I. J., & Rosita, R. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan dalam Melakukan Wisata Heritage di Kawasan Braga Kota Bandung. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Resort & Leisure*, 12(1). <https://doi.org/10.17509/jurel.v12i1.1047>
- Suhartapa, S., & Sulistyono, A. (2021). Pengaruh Persepsi Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang Di Pantai Baru Yogyakarta. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 12(2), 115–122.

<https://doi.org/10.31294/khi.v12i2.10579>

Supriadi, B., & Roedjinandari, N. (2017). *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Malang: Universitas Negri Malang.

Yap, J. Q. H., Kamble, Z., Kuah, A. T. H., & Tolkach, D. (2024). The Impact Of Digitalisation And Digitisation In Museums On Memory-Making. *Current Issues In Tourism*, 27(16), 2538–2560. <https://doi.org/10.1080/13683500.2024.2317912>