

Sebaran Daerah Asal Pengunjung Virtual *Tour* Museum Nasional Menggunakan Analisis Tertangga Terdekat

Cynthia Putri Haviarini^{a, 1*}, Oot Hotimah^{a, 2}, Ahman Sya^{a, 3}

^a Program Studi Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta

^{1*} cynthiahavia@gmail.com

Informasi artikel	ABSTRAK
<i>Sejarah artikel</i> Diterima : 2022-09-12 Revisi : 2022-09-21 Dipublikasikan : 2022-11-29	Kemudahan dalam mengunjungi Museum Nasional secara virtual (<i>virtual tour</i>) akan berdampak kepada beragamnya sebaran pengunjung yang melakukan virtual <i>tour</i> Museum Nasional, karena adanya virtual <i>tour</i> ini jelas akan membawa perubahan pada cakupan atau jangkauan pengunjung Museum Nasional. Penelitian ini untuk mengetahui daerah asal pengunjung yang melakukan kunjungan ke Museum Nasional melalui virtual <i>tour</i> . Hal ini dikarenakan virtual <i>tour</i> merupakan terobosan baru bagi kegiatan wisata di Indonesia. Metode yang digunakan deskriptif pendekatan survei dengan teknik pengambilan sampel berupa <i>accidental sampling</i> melalui <i>google form</i> yang disebar melalui media sosial, seperti <i>twitter</i> , <i>whatsapp group</i> , komen kanal <i>youtube</i> Museum Nasional, dan <i>instagram</i> yang dimulai pada tanggal 26 Desember 2021 – 06 Januari 2022, yaitu sebanyak 42 orang dan pada tanggal 25 Juli – 30 Juli 2022, yaitu sebanyak 62 orang dengan total keseluruhan responden yang melakukan virtual <i>tour</i> ke Museum Nasional ialah 104 orang. Berdasarkan hasil yang didapatkan, Pengunjung yang melakukan virtual <i>tour</i> Museum Nasional, sebagian besar pengunjung berasal dari Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Banten, dan Jawa Timur. Untuk menentukan sebaran pengunjung yang melakukan virtual <i>tour</i> Museum Nasional menggunakan <i>Nearest Neighbor Analysis</i> pada aplikasi ArcGIS dengan melakukan digitasi terhadap titik sebaran pengunjung (berdasarkan kabupaten/ kota) yang didapatkan sebanyak 27 titik dari kabupaten/ kota daerah asal pengunjung (104 responden penelitian) dengan hasil kategori sebaran <i>dispersed</i> atau seragam tersebar adalah 32,094.
Kata kunci: Museum Nasional Virtual <i>Tour</i> Pengunjung Daerah Asal Analisis Tetangga Terdekat	

Keywords: <i>Museum Nasional</i> <i>Virtual Tour</i> <i>Visitors</i> <i>The Origin Of Visitors</i> <i>Nearest Neighbor Analysis</i>	ABSTRACT <i>The ease of visiting the National Museum virtually (virtual tour) will have an impact on the diversity of the distribution of visitors who do virtual tours of the National Museum, because this virtual tour will obviously bring changes to the scope or reach of visitors to the National Museum. This research is to find out the origin of visitors who visit the National Museum through virtual tours. This is because virtual tours are a new breakthrough for tourism activities in Indonesia. The method used is a descriptive survey approach with a sampling technique in the form of accidental sampling through google forms distributed through social media, such as twitter, whatsapp group, comments on the National Museum youtube channel, and instagram starting on December 26, 2021 - January 6, 2022, namely as many as 42 people and on July 25 - July 30 2022, as many as 62 people with a total of 104 respondents who did virtual tours to the National Museum. Based on the results obtained, visitors who did virtual tours of the National Museum, most of the visitors came from the provinces of DKI Jakarta, West Java, Central Java, Banten, and East Java. To determine the distribution of visitors who did a virtual tour of the National Museum using Nearest Neighbor Analysis in the ArcGIS application by digitizing the distribution points of visitors (based on districts/cities) obtained as many as 27 points from districts/cities where visitors came from (104 research respondents) with category results. the dispersed or uniformly dispersed distribution is 32,094.</i>
---	--

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber daya tambang, dan kebudayaan yang beragam, terbentang dari Pulau Sabang di ujung barat Indonesia hingga Merauke yang berada di ujung timur Indonesia. Daya tarik wisata Indonesia terus mengalami perkembangan seiring dengan meningkatnya kemajuan teknologi saat ini. Sebagaimana yang tertuang dalam UU No. 10 Tahun 2009 Pasal 1 ayat 5 mengenai daya tarik wisata yang merupakan suatu keadaan atau kondisi dengan kekhasan tersendiri, keelokan, dan keanekaragaman alam, budaya, serta hasil buatan manusia yang menjadi tujuan bagi wisatawan (Sekretariat JDIH BPK RI, 2009). Berdasarkan undang-undang tersebut, daya tarik wisata tidak hanya terpaku pada kekayaan alam semata akan tetapi, nilai budaya dan rekreasi juga menjadi salah satu dari banyaknya faktor untuk seseorang melakukan kegiatan wisata.

Sebagai ibu kota negara, Jakarta merupakan salah satu kota yang memiliki daya tarik wisata dan aksesibilitas yang tergolong mudah. Kota Jakarta juga kaya akan nilai sejarah dan budaya, serta memiliki karakteristik atau keunikannya tersendiri. Sebagai kota yang turut menjadi saksi bisu perjuangan Bangsa Indonesia, membuat Kota Jakarta banyak dijumpai museum-museum. Museum merupakan salah satu dari daya tarik wisata buatan yang dibangun untuk memenuhi kebutuhan pelestarian koleksi kebudayaan atau peninggalan manusia (Museum Nasional, n.d.-a). Salah satu museum yang berada di Jakarta adalah Museum Nasional atau yang dikenal dengan Museum Gajah.

Museum Nasional atau Museum Gajah merupakan museum terbaik di Asia Tenggara yang didirikan pertama kali oleh Pemerintah Belanda pada tanggal 24 April 1778 (Museum Nasional, n.d.-a). Museum Nasional merupakan lembaga yang dinobatkan menjadi tempat untuk menyimpan, melakukan pemeliharaan, memberikan perlindungan, dan memberikan pemanfaatan terhadap benda-benda hasil budaya manusia, alam, serta lingkungannya sebagai

upaya untuk melestarikan peninggalan kekayaan ragam budaya Indonesia (Museum Nasional, n.d.-b).

Pada tahun 2020 Museum Nasional tidak dapat melakukan kegiatan secara langsung (luring) secara bebas atau dengan kata lain, kegiatan yang dilakukan oleh Museum Nasional mengalami buka-tutup (penyesuaian). Hal ini dikarenakan adanya *Corona Virus Diseased 2019* yang melanda seluruh dunia termasuk Indonesia dan adanya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang dikeluarkan oleh pemerintah setempat terhadap seluruh kegiatan masyarakat termasuk kegiatan wisata. Pembatasan yang terjadi tidak menghalangi Museum Nasional untuk terus memberikan layanan sebagai mana sesuai dengan visi dari Museum Nasional, 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" (Museum Nasional, n.d.-a)

Berdasarkan hal tersebut Museum Nasional akhirnya melakukan perubahan dan inovasi baru terhadap layanan edukasi di Museum Nasional terlihat dari perubahan layanan yang semula diadakan secara *offline* (luring) berubah menjadi *online* (daring), seperti *Virtual Tour* Museum Nasional yang baru ada sejak bulan Juni tahun 2020, Webinar terkait kebudayaan dan kesenian, kegiatan akhir pekan di museum, lomba-lomba (cerdas cermat, cipta puisi, dan lainnya), *Edukids*, dan kegiatan yang melatih daya cipta terhadap kesenian lainnya yang semuanya dilakukan secara online (daring).

Menurut Yuliana dan Lisdianto (2017), Kunjungan virtual atau *virtual tour* merupakan simulasi simulasi yang dilaksanakan secara nyata dengan memakai beberapa gabungan dari foto, video, mau pun unsur multimedia, seperti suara, narasi, musik, dan penjabaran secara tulisan (Aisyah, 2021). Menurut Riesa dan Haries (Muhammad et al., 2021) *Virtual Tour* dapat

diimplementasikan dalam tampilan, seperti lukisan atau fotograf, *virtual reality photography*, video, video 360°, *video interaktif 360°*, dan *virtual reality*.

Menurut Syafei dalam Mochamad, et al. Keberadaan museum dirasa belum mampu menonjolkan nilai-nilai dari setiap peninggalan atau koleksi yang tersimpan kepada khalayak publik (Mochamad Achyarsyah., 2020). Dalam Mochamad, et al. Seksi Publikasi dan Promosi Museum Nasional mengatakan bahwa pentingnya media untuk mempromosikan mengenai nilai-nilai yang terdapat di museum, yaitu dengan cara mengikuti perkembangan zaman dan mengikuti teknologi yang sedang berkembang (Mochamad Achyarsyah., 2020).

Adanya layanan secara *virtual* ini merupakan hal baru khususnya bagi bidang pariwisata di Indonesia. Dapat dikatakan sebagai pelopor adanya layanan kunjungan virtual, layanan museum nasional ini mendapatkan perhatian dari masyarakat. Layanan virtual yang diberikan oleh Museum Nasional membawa dampak positif bagi masyarakat hal ini terlihat dari antusiasme masyarakat yang dapat dilihat pada tabel 1 jumlah pengunjung online tahun 2020 secara keseluruhan mencapai angka 15.915 orang. Kunjungan virtual atau virtual tour ini baru diadakan pada Bulan Juni, 2020. Dikarenakan virtual *tour* baru resmi diadakan pada bulan Juni, ;2020. Jadi, data pengunjung virtual *tour* Museum Nasional pada tabel 4 di awal tahun (Bulan Januari – Bulan Maret) 2020 masih 0 (nol) atau kosong.

Menurut Dra. Huriyati, M.M selaku Kapokja Layanan Edukasi, Publikasi, dan Kerjasama dengan jabatan Pamong Budaya Ahli Madya, adanya layanan virtual ini turut memaksimalkan pelayanan museum nasional, yaitu dengan memberikan jangkauan yang lebih luas bagi para pengunjung apabila ingin berkunjung ke Museum Nasional dan tidak memungkinkan mereka untuk datang langsung ke Museum Nasional. Selain itu, adanya layanan yang dilakukan secara virtual ini turut mengembangkan Museum Nasional sebagai sarana edukasi serta rekreasi yang baik untuk keluarga dimasa pandemi Covid-19.

Tingginya peminat virtual tour juga dapat dilihat dari daerah asal pengunjung yang mengunjungi Museum Nasional. Daerah Asal Pengunjung merupakan suatu daerah yang menjadi tempat pengunjung melakukan kesibukan kesehariannya yang memberikan motivasi untuk melakukan kegiatan wisata (Isdarmanto, 2017). Sedangkan menurut Nell Lelper, Daerah Asal Pengunjung adalah pemukiman permanen seseorang dan dalam keseharian orang tersebut melakukan seluruh kesibukannya di tempat itu yang nantinya secara kebetulan akan memberikan keinginan untuk melakukan kunjungan wisata (Lelper, 1979).

Pemaparan diatas membuat peneliti terdorong untuk mengkaji lebih dalam mengenai daerah asal pengunjung yang melakukan kunjungan ke Museum Nasional melalui kegiatan atau layanan *Virtual Tour* Museum Nasional.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Museum Nasional Secara Virtual Tahun 2020 dan 2021

Bulan	Kunjungan (Orang)				
	Tahun 2020			Tahun 2021	
	<i>Youtube</i>	<i>Zoom</i>	<i>Daring</i>	<i>Youtube</i>	<i>Zoom</i>
Januari	0	0	0	-	317
Februari	0	0	0	-	2.357
Maret	0	0	0	-	1.549
April	1.490	54	0	-	543
Mei	2.460	855	144	-	509
Juni	0	0	64	-	848
Juli	1.318	678	230	-	351
Agustus	2.922	963	608	-	3.277
September	0	0	1.112	-	886
Oktober	0	0	681	-	1.721
November	0	0	495	-	518
Desember	0	0	1.841	17.000	440
Total	8.190	2.550	5.175	17.000	3.086

Sumber: Arsip Data Museum Nasional Tahun 2020 dan 2021

Metode

Metode yang digunakan untuk penelitian ini ialah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan survei dan untuk data sebaran pengunjung museum nasional peneliti menggunakan hasil yang didapatkan melalui fitur Analisis Tetangga Terdekat yang terdapat pada aplikasi ArcGIS. Populasi penelitian ini menggunakan seluruh pengunjung yang melakukan kunjungan secara virtual ke Museum Nasional dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*.

Peneliti menyebarkan kuesioner menggunakan *Google Form* yang disebar melalui media sosial seperti *twitter*, *whatsapp group*, *instagram*, dan kolom komen kanal *youtube* Museum Nasional yang dimulai pada tanggal 26 Desember 2021 – 06 Januari 2022, yaitu sebanyak 42 orang dan jumlah responden yang didapatkan pada tanggal 25 Juli – 30 Juli 2022, yaitu sebanyak 62 orang yang melakukan kunjungan secara virtual *tour* ke Museum Nasional dengan total keseluruhan responden adalah 104 orang.

Teknik Pengumpulan data yang dilakukan, meliputi observasi dan penyebaran kuesioner menggunakan *google form* kepada responden yang merupakan pengunjung secara virtual ke Museum Nasional guna mendapatkan data primer virtual *tour* yang ada di Museum Nasional. Data sekunder berupa dokumen atau informasi diperoleh melalui pihak Museum Nasional, yaitu Dra. Huriyati, M.M selaku Kapokja Layanan Edukasi, Publikasi, dan Kerjasama dengan jabatan Pamong Budaya Ahli Madya, website resmi Museum Nasional, dan akun resmi media sosial dari Museum Nasional.

Adapun prosedur teknik analisis data yang digunakan, yaitu mengumpulkan data responden atau pengunjung Museum Nasional melalui *google form*, melakukan pengembangan terhadap data yang diperoleh dan untuk data sebaran pengunjung Museum Nasional peneliti menggunakan hasil yang didapatkan dari tools nearest neighbor analysis atau analisis tetangga terdekat yang terdapat pada aplikasi ArcGIS, penyajian data berupa peta sebaran mengenai daerah asal pengunjung.

Hasil dan pembahasan

Museum Nasional memiliki beberapa atraksi wisata, seperti pameran, kegiatan akhir pekan di Museum, kunjungan museum, webinar, kegiatan penanaman karakter, edukids, pelatihan tari, dan lomba. Dimana pada setiap kegiatannya pihak museum akan melakukan kerja sama dengan komunitas-komunitas terkait. Sebelum adanya Pandemi Covid-19 atau *Corona Virus Diseased* 2019, semua kegiatan yang ada di Museum Nasional dilakukan secara langsung akan tetapi setelah adanya Pandemi Covid-19, seluruh kegiatan yang ada di Museum Nasional dilakukan secara online salah satunya, yaitu kunjungan virtual atau virtual tour Museum Nasional yang baru diadakan sejak bulan Juni tahun 2020 dikarenakan pada saat itu sedang diberlakukannya PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar pada lingkup wilayah DKI Jakarta.

Kunjungan virtual atau virtual *tour* merupakan suatu terobosan yang baru khususnya pada bidang pariwisata di Indonesia. Pada kegiatan ini, pengunjung akan dibawa ke dalam suasana yang sesungguhnya atau dengan kata lain, pengunjung akan mendapatkan sensasi atau imajinasi yang membuat pengunjung merasakan keadaan yang sebenarnya biasanya berupa gambar, video 360°, maupun audio/ suara. Virtual tour dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa terikat jarak dan waktu. Layanan virtual *tour*

ini dapat dinikmati pengunjung melalui beberapa cara, yaitu melalui kanal *youtube* resmi Museum Nasional untuk kunjungan secara umum pada jadwal hari-hari tertentu, *zoom meeting* untuk kunjungan virtual yang dilakukan secara rombongan khusus, dan kunjungan mandiri yang dapat dilakukan melalui situs atau *Website* resmi dari Museum Nasional, yaitu <https://museumnasional.iheritage.id/> (Instagram Museum Nasional, n.d.). Lamanya durasi kunjungan untuk kunjungan virtual rombongan disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung yang biasanya dapat berlangsung sekitar 30 menit hingga durasi paling lama sekitar 3 jam, sedangkan untuk durasi atau lamanya kegiatan kunjungan virtual umum biasanya sekitar 2 jam, serta untuk kunjungan mandiri sekitar kurang dari 1 jam hingga 2 jam tergantung pengunjung yang melakukan kunjungan.

Sebaran Kunjungan Virtual Museum Nasional ini berbentuk satu arah atau satu pola saja, yaitu single pattern (single point) dikarenakan peneliti hanya melakukan pengamatan terhadap pengunjung yang melakukan kunjungan secara virtual di Museum Nasional atau dengan kata lain tidak adanya pergerakan selama kegiatan kunjungan berlangsung, jadi pengunjung hanya melakukan kunjungan ke satu destinasi wisata, yaitu Museum Nasional.

Tabel 2. Daerah Asal Pengunjung Virtual *Tour* Museum Nasional

Daerah Asal Pengunjung	Kunjungan Virtual	
	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Banten		
Kota Tangerang	2	2
Kota Serang	1	1
Kota Tangerang Selatan	3	3
DI Yogyakarta		
Kabupaten Kulon Progo	4	4
DKI Jakarta		
Jakarta Pusat	1	1
Jakarta Barat	3	3
Jakarta Selatan	13	13
Jakarta Timur	21	20
Jakarta Utara	2	2
Kepulauan Seribu	1	1
Jawa Barat		
Kabupaten Cianjur	1	1
Kabupaten Indramayu	1	1
Kabupaten Bekasi	2	2
Kota Bogor	3	3
Kota Bandung	4	4
Kota Bekasi	6	6
Kota Depok	12	12
Jawa Tengah		
Kabupaten Blora	1	1
Kabupaten Kebumen	1	1
Jawa Tengah		
Kota Rembang	2	2
Kota Semarang	2	2
Kota Surakarta	2	2
Kabupaten Wonosobo	1	1
Jawa Timur		
Kabupaten Bojonegoro	1	1
Kabupaten Lumajang	7	7
Kabupaten Sidoarjo	1	1
Kota Surabaya	6	6
Total	104	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan daerah asal pengunjung yang melakukan kunjungan virtual ke Museum Nasional dari 104 orang responden, dimana hasil yang diperoleh oleh peneliti yang tertuang pada tabel 2, yaitu responden paling banyak berasal

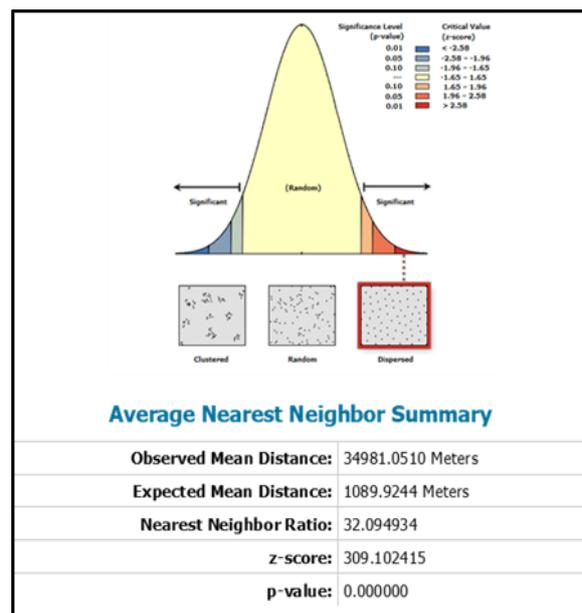
dari provinsi DKI Jakarta sebanyak 41 orang dari 104 orang responden pengunjung Museum Nasional secara virtual dan didominasi dari wilayah Jakarta Timur 20%, serta Jakarta Selatan sebanyak 13%. Kemudian jumlah responden

paling banyak kedua berasal dari provinsi Jawa Barat sebanyak 29 orang dimana 12% dari pengunjung berasal dari Kota Depok. Sisa responden selanjutnya tersebar di kabupaten kota di Provinsi Banten, DI Yogyakarta, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. Hasil yang didapatkan, yaitu sebaran pengunjung virtual *tour* Museum Nasional masih didominasi oleh pengunjung yang berasal dari wilayah Jabodetabek.

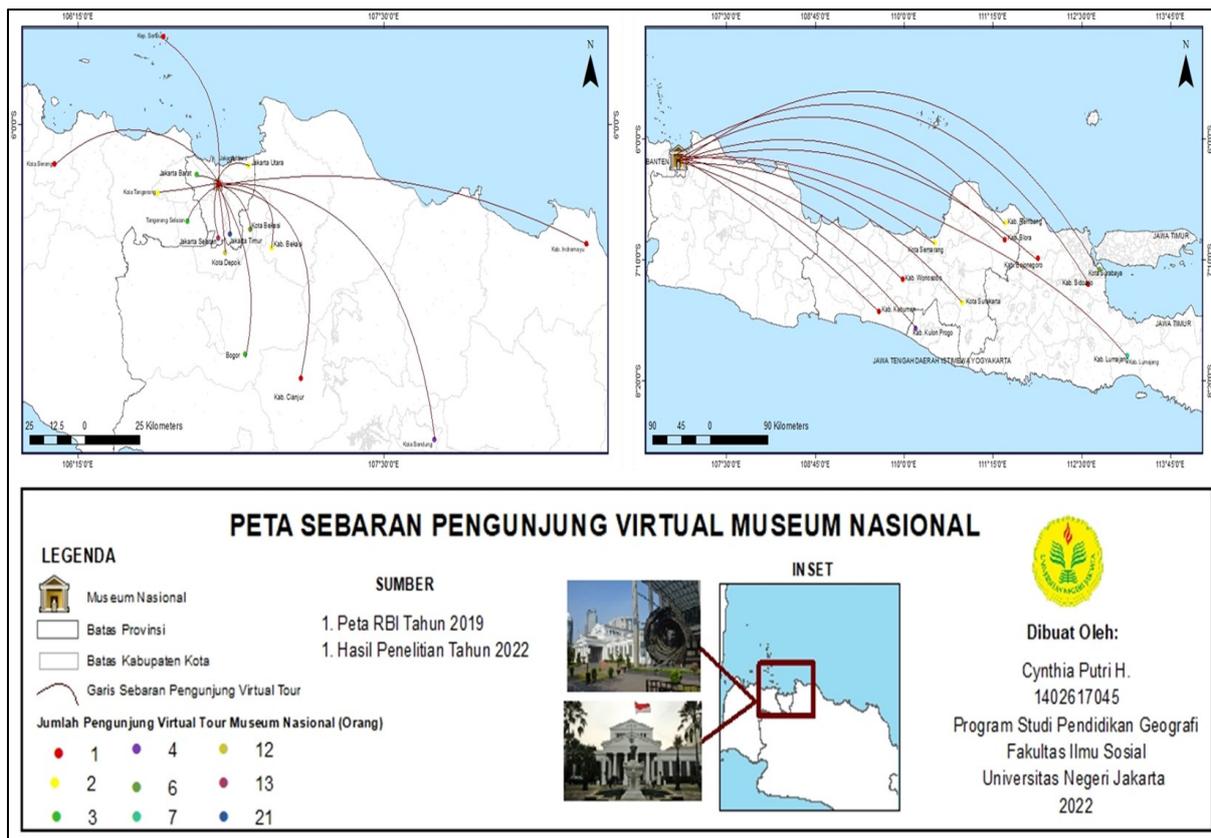
Dalam menentukan sebaran pengunjung yang melakukan kunjungan secara virtual *tour* Museum Nasional, peneliti menggunakan *Nearest Neighbor Analysis* atau analisis tetangga terdekat yang terdapat pada aplikasi ArcGIS. Pada hal ini peneliti melakukan digitasi terhadap titik-titik sebaran pengunjung (berdasarkan kabupaten/kota) yang melakukan kunjungan secara virtual ke Museum Nasional yang didapatkan sebanyak 27 titik dari kabupaten/ kota daerah asal pengunjung (104 responden penelitian) yang melakukan kunjungan melalui virtual *tour*. Lalu, Peneliti menggunakan *Nearest Neighbor Analysis* dan didapatkan hasil seperti pada gambar 1. Analisis ini digunakan untuk menentukan pola sebaran pengunjung virtual *tour* Museum Nasional yang masuk kedalam kategori sebaran *dispersed* atau seragam tersebar disebabkan *Nearest Neighbor Ratio* adalah 32,094 yang berarti lebih dari 1 atau berarti sebaran seragam atau *dispersed* dengan nilai *z-score*, yaitu 309,102 melewati nilai 0, menunjukkan hasil analisis yang mempunyai peluang sebaran seragam kurang dari 1%, yang artinya hasilnya signifikan. Nilai P atau nilai probabilitas dari data yang ada menunjukkan hasil yang kecil merupakan hasil dari jumlah titik daerah asal responden dibagi dengan luas wilayah. *Critical value (z-score)* yang menunjukkan standar deviasi pada perhitungan ini adalah

309.102, dimana rentang dari *critical value (z-score)* ini masuk kedalam rentang pada pola sebaran *dispersed* yang lebih dari 2.58.

Seperti yang terlihat pada gambar 2 mengenai peta sebaran daerah asal pengunjung secara virtual dimana titik-titik dari daerah asal pengunjung ini didominasi pada sebaran di wilayah Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Banten, dan Jawa Timur. Peneliti juga hanya melakukan pengamatan terhadap pengunjung yang melakukan kunjungan secara virtual *tour* di Museum Nasional atau dengan kata lain tidak adanya pergerakan selama kegiatan kunjungan berlangsung, jadi pengunjung hanya melakukan kunjungan ke satu destinasi wisata, yaitu Museum Nasional. Melalui data yang diperoleh, didapatkan hasil bahwa kunjungan virtual ini memiliki sebaran hingga ke luar wilayah Jabodetabek atau tersebar sepuluh jawa.



Gambar 1. Hasil Perhitungan *Nearest Neighbor Analysis ArcGIS*



Gambar 2. Peta Sebaran Daerah Asal Pengunjung Virtual *Tour* Museum Nasional

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan terkait virtual tour dan sebaran pengunjung yang melakukan kunjungan secara virtual ke Museum Nasional dapat disimpulkan, bahwa Museum Nasional memiliki kunjungan virtual atau virtual *tour* Museum Nasional yang baru diadakan sejak bulan Juni tahun 2020. Sebaran pengunjung yang melakukan kunjungan secara virtual Museum Nasional sebagian besar berasal dari Provinsi DKI Jakarta, Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. Sebaran ini masuk kategori sebaran dispersed atau seragam tersebar disebabkan *Nearest Neighbor Ratio* adalah 32,094 yang berarti lebih dari 1 atau berarti sebaran seragam atau *dispersed* yang diperoleh dari hasil *Nearest Neighbor Analysis* atau analisis tetangga terdekat yang terdapat pada aplikasi ArcGIS. Sebaran ini juga hanya dilakukan kepada pengunjung yang melakukan kunjungan ke satu destinasi wisata, yaitu Museum Nasional yang dilakukan secara virtual.

Nearest Neighbor Ratio yang dihasilkan adalah 32,094 yang berarti lebih dari 1 atau berarti sebaran seragam atau *dispersed* dengan nilai *z-score*, yaitu 309,102 melewati nilai 0, menunjukkan hasil analisis yang mempunyai peluang sebaran seragam kurang dari 1%, *Critical value (z-score)* yang menunjukkan standar deviasi pada perhitungan ini adalah 309.102, dimana rentang dari *critical value (z-score)* ini masuk kedalam rentang pada pola sebaran *dispersed* yang lebih dari 2.58. Seperti yang terlihat pada gambar 2 mengenai peta sebaran daerah asal pengunjung secara virtual dimana titik-titik dari daerah asal pengunjung ini didominasi pada sebaran di Pulau Jawa. Hal ini juga dipengaruhi oleh kemampuan peneliti dalam menjangkau responden yang lebih luas dan beragam.

Berdasarkan hasil yang didapatkan oleh peneliti, dimana sebaran pengunjung virtual yang paling banyak berada di Jabodetabek dengan tujuan dan alasan melakukan kunjungan ialah berwisata. Untuk itu, diperlukan penyesuaian dan

pembaharuan terhadap daya tarik virtual Museum Nasional guna menjangkau lebih banyak generasi muda di Indonesia untuk melakukan kunjungan secara virtual. Hal tersebut dapat dilakukan dengan tampilan yang lebih menarik atau kekinian dan ramah untuk digunakan. Selain itu, Museum Nasional tetap harus memaksimalkan penggunaan media sosial yang lebih dekat dengan masyarakat khususnya generasi muda, seperti *instagram*, *youtube*, *tiktok*, *twitter*, dan media sosial yang lainnya.

Ucapan terima kasih

Terima Kasih penulis ucapkan kepada Dra. Huriyati, M. M Selaku Kapokja Layanan Edukasi, Publikasi, dan Kerjasama sekaligus Pamong Budaya Ahli Madya Museum Nasional Jakarta yang senantiasa membantu Penulis dalam memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, Pihak Museum Nasional, dan para responden penelitian yang turut memberikan kelancaran dalam penelitian ini, serta Bapak dan Ibu dosen Program Studi Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.

Referensi

Aisyah, S. (2021). *Pengalaman Wisatawan Mengikuti Virtual Tour Yang Diselenggarakan Oleh House Of Sampoerna*. Universitas Airlangga.
Instagram Museum Nasional. (n.d.). Instagram

Museum Nasional. *Posted 20/12/2021*. Retrieved December 28, 2021, from https://www.instagram.com/p/CXw4sryvJ9A/?utm_medium=copy_link

Isdarmanto. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata* (Edisi Pertama). Penerbit Gerbang Media Aksara dan STiPrAm Yogyakarta.

Lelper, N. (1979). THE FRAMEWORK OF TOURISM Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry. *ANNALS OF TOURISM RESEARCH* Oct / Oec '79. <https://franciscodosanjos.files.wordpress.com/2013/12/leiper.pdf>

Mochamad Achyarsyah., et al. (2020). Strategi Peningkatan Kunjungan Museum Di Era Covid19 Melalui Virtual Museum Nasional Indonesia. *Journal IMAGE*, 9, 20–33.

Muhammad, R., Mutiarin, D., & Damanik, J. (2021). Virtual Tourism Sebagai Alternatif Wisata Saat Pandemi. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(1), 53–60.

<https://doi.org/10.17509/jithor.v4i1.31250>

Museum Nasional. (n.d.-a). *About The Museum Nasional*. Retrieved November 5, 2021, from <https://www.museumnasional.or.id/tentang-kami>

Museum Nasional. (n.d.-b). *KOLEKSI*. <https://www.museumnasional.or.id/category/koleksi>

Sekretariat JDIH BPK RI. (2009). *Undang-undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38598/uu-no-10-tahun-2009%3E>