

## Segmentasi Kebutuhan Masyarakat akan Wisata Museum sebagai Ruang Ekspresi Budaya dan Ruang Merdeka Belajar Pascapandemi

### (Analysis of the People's Needs for Museum Tourism as Cultural Expressions and Freedom to Learn in the Post-Pandemic Era)

Rhoma Dwi Aria Yuliantri<sup>1\*</sup>

Tular Sudarmadi<sup>2</sup>

Agus Suwignyo<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Pendidikan Sejarah, Universitas Negeri Yogyakarta  
Kampus Karangmalang, Yogyakarta 55281

Tel.: +62(274)548202

<sup>2</sup>Program Studi Pariwisata, Universitas Gadjah Mada

<sup>3</sup>Departemen Sejarah, Universitas Gadjah Mada

Jalan Nusantara 1 Bulaksumur, Yogyakarta 55281

Tel. +62(274)513096

Surel: rhoma@uny.ac.id

Diterima: 4 April 2022

Direvisi: 1 Oktober 2022

Disetujui: 1 Desember 2022

#### Abstrak

Pandemi Covid-19 telah berdampak pada sektor kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang pariwisata dan edukasi seperti wisata di museum. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab tiga pertanyaan, yaitu (1) Seberapa tinggi prioritas kebutuhan masyarakat terhadap wisata museum pascapandemi? (2) Apa saja bentuk kebutuhan wisata museum itu dalam hal fasilitas museum, aktivitas budaya, dan program merdeka belajar? (3) Bagaimana opini masyarakat tentang program wisata yang seharusnya dikembangkan oleh museum untuk merespons prioritas kebutuhan wisata museum pascapandemi? Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penghitungan statistik deskriptif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju (79,13%, berbanding 18,26% yang sekadar setuju) bahwa kunjungan museum harus didasari semangat menemukan tempat alternatif untuk belajar dan mencari pengetahuan baru. Responden memutuskan untuk mengunjungi sebuah museum pertama-tama karena program-program yang ditawarkan oleh museum. Terkait museum dengan program merdeka belajar, responden menjawab setuju (53,04%) jika museum menggalakkan berbagai kegiatan sebagai arena belajar sesuai program pemerintah. Harapan responden terhadap museum pascapandemi mengarah pada konsep “*museum for community*.” Pengelolaan museum dan pengolahan potensi kreasi budaya dan aktivitas ekonomi oleh museum disambut dengan antusiasme tinggi jika melibatkan masyarakat atau komunitas. Oleh karena itu,



penelitian ini menyarankan agar pengelola museum (1) menawarkan program-program ekspresi budaya untuk menarik minat kunjungan museum pascapandemi, dan (2) melibatkan masyarakat dalam perumusan dan pelaksanaan program-program tersebut.

**Kata kunci:** merdeka belajar, minat kunjung, museum, pariwisata, pascapandemi

#### Abstract

The Covid-19 pandemic has impacted people's lives, including the tourism and education sectors such as tours in museums. This study aims to answer three questions (1) How high is the priority of the community's needs for post-pandemic museum tourism? (2) What are the museum tourism needs in terms of museum facilities, cultural activities and independent learning programs? (3) What are the public opinions on the tourism program that should be developed by the museum to respond to the priority needs of museum tourism after the pandemic? This research was conducted using quantitative methods with descriptive statistical calculations. The results of the study showed that most of the respondents strongly agreed (79.13%) and agreed (18.26%) that museum visits should be based on the spirit of finding alternative places to learn and seek new knowledge. Respondents decided to visit a museum firstly due to the programs offered by the museum. Regarding museums which employed freedom to learn program, respondents agreed (53.04%) if museums promoted various activities as learning arenas based on the government programs. Respondents' expectations of post-pandemic museums lead to the concept of "museums for community." This means that museum management and the development of cultural creations potential and economic activities by museums are welcomed with high interest if the people or community are involved. It is suggested that museum managements (1) organize cultural performance activities as part of the promotion for museum visits, and (2) engage with local communities in the creation and implementation of the activities.

**Keywords:** freedom to learn, museum, needs for visit, post-pandemic, tourism

#### PENDAHULUAN

Sebelum merebaknya Pandemi Covid-19, pengembangan museum untuk tujuan pariwisata dan edukasi menunjukkan tren positif. Hal ini dibuktikan oleh data kunjungan museum. Misalnya, jumlah pengunjung ke Museum Purbakala Sangiran Januari 2019 meningkat hampir 3 kali lipat dari tahun sebelumnya (Hermanto 2019). Demikian pula pengunjung Museum Gumuk Pasir dan Museum History of Java di Kabupaten Bantul (Tsani 2019). Pengunjung Museum Batik di Kota Pekalongan bahkan mencapai 29.930 orang dan menambah pendapatan daerah sebesar Rp 101 juta pada tahun 2019 (Pemerintah Kota Pekalongan 2020a). Data ini menggambarkan bahwa wisata budaya melalui kunjungan museum menunjukkan tren kenaikan yang positif dan dapat diharapkan turut menggerakkan ekonomi.

Namun, sejak merebaknya pandemi pada awal 2020 tren positif itu terhenti. Sebagaimana banyak sektor lainnya, museum ditutup sementara akibat pembatasan untuk pencegahan penyebaran virus Covid-19. Pengunjung Museum Batik di Kota Pekalongan langsung menurun tajam pada 2020 (Pemerintah Kota Pekalongan 2020b). Hal serupa terjadi di Kalimantan Tengah (Sari 2021) dan juga daerah-daerah lain. Untuk menyiasati situasi pandemi, sejumlah pengelola museum mengupayakan program kunjungan museum secara virtual. Namun, program ini tidak mendapatkan respons yang memadai dari masyarakat (Denty A. & dan Aline R. 2020a, 2020b; Romanti 2020). Dampak pandemi telah menggeser prioritas kebutuhan masyarakat. Kebutuhan akan kesehatan, pangan, perbaikan ekonomi dan pendidikan anak,

membuat masyarakat harus menetapkan skala prioritas konsumsi. Sejalan dengan itu, fokus kebijakan anggaran pemerintah juga diprioritaskan pada sektor-sektor esensial dan kritikal (Pratama 2021).

Apakah wisata museum akan segera pulih setelah pelonggaran mobilitas pascapandemi Covid-19? Pertanyaan ini membutuhkan pembuktian. Namun, pengamatan sekilas memberikan gambaran jawaban *tidak*. Alasannya, aneka permasalahan akibat pandemi memerlukan prioritas penyelesaian berdasarkan urgensi dan relevansi. Meskipun ekonomi Indonesia secara makro telah tumbuh 7,07% pada triwulan II 2021, prioritas kebijakan pascapandemi belum dapat menyentuh sektor pengembangan museum. Prioritas masih terfokus pada sektor esensial dan kritikal, misalnya ketersediaan pangan, jaminan kesehatan dan upaya mengatasi *learning loss* di kalangan anak-anak usia sekolah. Dapat dipastikan, pergeseran prioritas kebutuhan masyarakat pascapandemi turut memengaruhi persepsi tentang wisata museum, yang sebelum pandemi pun masih tergolong rendah (Aditya 2019).

Oleh karena itu, upaya mengembangkan kembali museum pascapandemi harus ditempuh dengan pendekatan yang inovatif. Salah satunya melalui pengintegrasian pengembangan museum dengan sektor-sektor kritikal dan esensial, dalam hal ini sektor ekonomi kreatif dan sektor pendidikan. Fungsi museum sebagai pusat belajar dan penggerak ekonomi sangat tepat untuk diintegrasikan dengan permasalahan utama masyarakat yang muncul akibat pandemi saat ini, yaitu keterpurukan ekonomi dan hilangnya kesempatan belajar (*learning loss*). Integrasi dengan dua sektor ini dapat menjadi strategi untuk menempatkan pengembangan museum pascapandemi pada daftar sektor esensial dan kritis.

Artikel ini bertujuan mengukur kebutuhan masyarakat akan wisata museum sebagai ruang ekspresi budaya dan ruang merdeka belajar. Pengukuran diarahkan untuk penyusunan program kunjungan museum yang mendorong aktivitas ekonomi masyarakat. Kerangka pemikiran penelitian ini menempatkan museum sebagai *hub* atau titik-hubung antara pengembangan ruang ekspresi budaya dan merdeka belajar di satu sisi, dengan upaya menggerakkan aktivitas ekonomi di sisi lain. Artikel secara khusus menjawab pertanyaan sebagai berikut: (1) Seberapa tinggi prioritas kebutuhan masyarakat terhadap wisata museum pascapandemi? (2) Apa saja bentuk kebutuhan wisata museum itu dalam hal fasilitas museum, aktivitas budaya, dan program merdeka belajar? (3) Bagaimana opini masyarakat tentang program wisata yang seharusnya dikembangkan oleh museum untuk merespons prioritas kebutuhan wisata museum pascapandemi?

Di masa pascapandemi, prioritas masyarakat dan pemerintah terfokus pada upaya memenuhi kebutuhan esensial dan kritis, misalnya pangan, kesehatan dan pekerjaan. Terkait hal ini maka upaya menghidupkan wisata museum hanya dapat berhasil jika para pengguna museum diperlakukan sebagai pemangku kepentingan internal, bukan eksternal (Choi & Kim 2021).

Sejauh ini studi-studi yang sudah ada tentang wisata museum pascapandemi Covid-19 menunjukkan bahwa upaya menyajikan wisata museum secara virtual tidak signifikan meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung (Suyoso 2021). Meskipun upaya-upaya kreatif telah dilakukan untuk meningkatkan kinerja pariwisata museum, antara lain melalui *virtual tourism*, tingkat keberhasilannya rendah (Maharani & Mahalika 2020). Hal ini karena upaya-upaya untuk menghadirkan museum dilakukan tanpa didasarkan pada profil prioritas kebutuhan masyarakat. Selain itu, upaya-upaya tersebut juga tidak diintegrasikan dengan program yang didesain untuk melibatkan masyarakat dalam aktivitas ekonomi yang dilakukan

oleh pihak museum. Artikel ini mencoba mengisi kekosongan pendekatan dalam studi pemberdayaan museum di masa pascapandemi dengan mengembangkan program berdasarkan asesmen kebutuhan masyarakat.

Allam (2020) dalam *Surveying the COVID-19 Pandemic and Its Implications Urban Health, Data Technology and Political Economy* telah mengulas implikasi pandemi Covid-19 pada faktor kesehatan, teknologi, dan ekonomi politik. Allam menegaskan salah satu pendekatan terpenting dalam pengambilan keputusan di masa pandemi adalah dengan menempatkan tindakan masyarakat di dalam bingkai upaya mengatasi dampak lanjut pandemi. Dalam situasi pemulihan pascapandemi, teknologi dan ilmu kesehatan merupakan faktor sangat penting. Meskipun demikian, Allam juga mengingatkan bahwa peran pendekatan humaniora tetap merupakan yang paling sentral. Pendekatan humaniora dapat memotret ketahanan manusia dari segala dimensi, baik yang bersifat material maupun non-material.

Sinergi dalam bidang humaniora itu misalnya dapat dilakukan dengan aspek yang juga terpinggirkan selama pandemi, yaitu aktivitas museum yang “mati.” Secara umum museum dipahami dengan tempat yang memajang benda-benda masa lalu yang tidak ada urgensinya dalam persoalan bertahan hidup selama pandemi. Namun, definisi oleh ahli museum Donald Preziosi menegaskan lanskap budaya dalam praktik penyelenggaraan museum, yang membingkai asumsi paling mendasar tentang masa lalu dan tentang diri kita sendiri (Marstine, 2005). Bingkai masa lalu dalam museum tidak bisa lepas dari tujuan sosial, pendidikan dan kemudian berkembang sebagai tujuan wisata dengan model administrasi komersial. Pola-pola kebijakan yang bisa dirancang adalah dengan lebih mengoptimalkan integrasi kerja museum dengan beberapa sektor ekonomi kerakyatan (Hasmawati 2018). Konsep ekonomi kerakyatan ini adalah jenis pengelolaan ekonomi dengan usaha bersama.

Kajian museum dalam pola komersialisasi sebagaimana dilakukan oleh Bonnie Pitma-Gelles dan Anne El-Omami (1988) menunjukkan bahwa pengunjung sebagai kosumen mampu mengkondisikan kegiatan “pameran budaya” yang memberi keuntungan komersial. Kajian Pitma-Gelles dan El-Omami sudah cukup lama dikritik karena fungsi komersial museum menggeser profil pengunjung museum dari “konsumen pengetahuan” menjadi “konsumen budaya material.” Meskipun demikian, pola komersialisasi sebagaimana ditulis oleh Pitma-Gelles dan El-Omami merupakan rujukan penting bagi banyak museum untuk bertahan. Pola yang sama dapat kita gunakan sebagai bahan refleksi pada situasi pascapandemi untuk mendefinisikan museum sebagai penggerak sektor ekonomi kerakyatan maupun sektor pendidikan tanpa menghilangkan hakikat dari museum itu sendiri.

Di sisi lain, ada cara pandang baru atas pengelolaan museum, yaitu dengan mentransformasikan konsep orientasi koleksi (*collection oriented*) menjadi orientasi pengunjung (*visitor oriented*). Artinya, pengelola museum bukan lagi penguasa pengetahuan tentang objek koleksi. Paradigma “kewajiban mengedukasi pengunjung” harus diubah sebab menganggap pengunjung tidak memiliki pengetahuan sama sekali tentang koleksi. Pengelola museum dapat mengolah produk destinasi wisata koleksi museum sebagai komoditas pengetahuan, pengalaman, wawasan dan kesenangan bagi pengunjung melalui pola interaktif dan partisipatif (Goulding 2000, 261–264; Begg & Dornsbuch 2003, 4; Huo & Miller, 2007, 103–104). Sesuai dengan hukum ekonomi yang berlaku, produk akan diminati jika ada permintaan (*demand*) dari konsumen. Nilai produk akan ditentukan oleh tingkat kebutuhan dan tingkat ketersediaan produk. Selain itu, sebagai suatu produk komoditas, atraksi wisata koleksi museum tidak bebas

nilai. Ada nilai-nilai yang dimuatkan, baik oleh produsen maupun konsumen terhadap produk tersebut (Armstrong, dkk. 2017, 5–7; Kotler & Keller 2016, 11–12).

Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah pengunjung museum adalah dengan melakukan diversifikasi produk atraksi wisata koleksi museum. Menurut Altejevic & Doorne (2004, 297–299), program museum berbasis budaya memiliki dasar ikatan emosional pengunjung dengan gaya dan tradisi hidup keseharian. Misalnya, saat berinteraksi dengan alam atau yang terefleksikan dalam pekerjaan, kepercayaan/agama, penghidupan maupun berkesenian. Hal-hal ini dapat diolah menjadi alternatif produk komoditas atraksi koleksi museum. Program ini memerlukan perubahan cara pandang dalam penyajian atraksi koleksi museum. Semula berpusat pada koleksi dan pameran, selanjutnya akan diubah dengan lebih memberikan perhatian kepada aspek rekreasi, bersosialisasi, dan merasakan pengalaman partisipatif (Kotler 2012, 387–388). Konsekuensi dari gagasan tersebut adalah bahwa museum harus melibatkan masyarakat dan tidak harus terbatas pada sebuah gedung (Harrison 2005, 47).

Hasil yang diharapkan dari komodifikasi wisata museum adalah mendukung pemberdayaan masyarakat, mendorong atmosfer demokrasi dalam kehidupan masyarakat, dan memerdekakan masyarakat dalam mengontrol warisan budaya untuk kepentingan ekonomi, sosial, budaya, religi, dan politik (Clifford 1997, 195–196; Macdonald 1998, 122–131; Davis 2005, 370; Crooke 2006, 171–183; Crooke 2007, 22–26; Appleton 2007, 121–125; Chhabra & Phillips 2009, 246; Davis 2011, 65–68; Sudarmadi 2014, 42–45).

Atas dasar konsep tersebut, pembelajaran di museum harus berpusat pada orang yang belajar dan bukan pada objek pembelajaran. Tahapannya meliputi proses (cara pembelajaran), fungsi (langkah-langkah pembelajaran), dan produk (hasil yang diperoleh dari pembelajaran) (Hein 2009, 127–129; Ritchie 2003: 4-5). Dalam konteks ini, pembelajaran di museum diartikan sebagai “enkulturasi”, suatu laku kebudayaan antargenerasi yang bersinggungan langsung dengan persoalan riil masyarakat (Sutaarga, 1997/1998). Menurut Jeffery-Clay (1998), koleksi museum dan ilmu yang didapat di museum bersifat komplementer terhadap teori-teori yang dipelajari di kelas dan buku-buku literatur. Museum menjadi tempat belajar untuk melihat kenyataan secara lebih akrab, baik kenyataan sosial, peninggalan sejarah, purbakala, lingkungan alam maupun lingkungan hidup manusia. Museum pada konsep ini ditempatkan sebagai ruang sinergi hal-hal yang terpinggirkan selama pandemi, khususnya aktivitas ekonomi masyarakat, pendidikan kontekstual dan aspek humaniora.

## METODE

Penelitian menerapkan metode kuantitatif dengan penghitungan statistik deskriptif. Pengukuran kebutuhan masyarakat dilakukan melalui penetapan sejumlah variabel. Berdasarkan teori, ada empat variabel yang ditetapkan untuk mengukur kebutuhan masyarakat terkait wisata museum. Keempat variabel itu adalah kelengkapan fasilitas museum, program wisata berbasis budaya, program usaha ekonomi kecil, dan program kunjungan berbasis edukasi. Setiap variabel kemudian dikembangkan ke dalam indikator-indikator yang menjadi dasar penyusunan instrumen kuesioner survei. Secara keseluruhan, instrumen kuesioner tersusun atas 40 butir pernyataan. Setiap pernyataan memiliki rentang pilihan jawaban dengan model skala Likert, yaitu sangat setuju, setuju, biasa-biasa saja, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Pemilihan responden dilakukan dengan pendekatan *purposive random sampling*. Artinya, masyarakat sasaran populasi survei yang sangat luas dipilih berdasarkan beberapa kategori kriteria yang secara teoretik dapat dikaitkan dengan tingkat kebutuhan untuk berwisata ke

museum. Kategori kriteria itu meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan rentang penghasilan. Karena kuesioner disusun menggunakan *platform* Google Form, kepemilikan gawai dan akses internet menjadi satu kriteria lain yang membatasi cakupan populasi penelitian ini. Kuesioner diedarkan dengan sengaja (*purposive*) kepada calon responden berdasarkan kategori kriteria-kriteria yang telah ditetapkan. Pendekatan *purposive* dalam hal ini dapat disebut sebagai proses *sampling* tahap 1.

Namun, apakah individu yang dikirim kuesioner benar-benar berpartisipasi dengan mengisi kuesioner adalah keputusan independen individu tersebut. Dengan demikian, keterpilihan setiap individu calon responden untuk benar-benar menjadi responden berlangsung secara acak (*random*). Pendekatan *random* dalam hal ini dapat disebut sebagai proses *sampling* tahap 2. Baik proses populasi maupun *sampling* tidak dibatasi oleh lokasi geografis. Alasannya, pemanfaatan *platform* digital (Google Form) dalam penyebaran kuesioner bersifat melintasi batas-batas cakupan geografis.

Dalam uji reliabilitas dan validitas kuesioner penelitian, diperoleh dua fakta. Pertama, seluruh 40 item rumusan pernyataan memiliki tingkat reliabilitas yang baik, yaitu rerata skor 0,743 pada pengukuran alpha Cronbach. Ini artinya, seluruh 40 pernyataan di dalam instrumen survei dapat diedarkan kepada kelompok sampel yang berbeda dan kita boleh berharap akan menghasilkan pernyataan sikap yang kurang-lebih sama. Kedua, meskipun seluruh pernyataan reliabel, tidak semuanya valid. Dari uji validitas terbukti 2 dari 40 pernyataan tidak mencapai skor validitas minimal. Artinya, kedua pernyataan tidak dapat mengukur apa yang seharusnya akan diukur. Kedua pernyataan yang tidak valid (yaitu nomor 1 dan nomor 7) adalah tentang tujuan kunjungan ke museum dan tentang jenis koleksi sebagai daya tarik kunjungan ke museum. Analisis isi atas kedua pernyataan menjelaskan bahwa perumusan keduanya bersifat terlalu umum (*general*). Karena itu, dua pernyataan yang tidak valid digugurkan dari instrumen penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

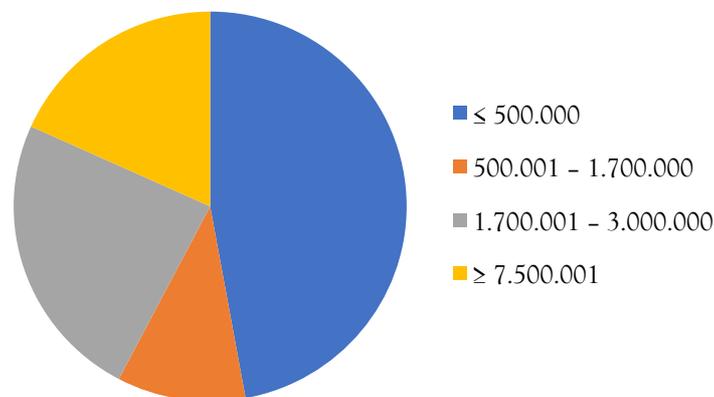
Kuesioner dalam *platform* Google Form diedarkan selama 1 bulan pada rentang 15 Februari–14 Maret 2022. Secara total, 115 orang mengisi dan mengembalikan isian kuesioner. Mereka terdiri atas 68 perempuan dan 47 laki-laki dengan 4 kelompok usia, yaitu usia 12–20 tahun sejumlah 30 orang (26,09%), 21–40 tahun 45 orang (39,13%), 41–60 tahun 39 orang (33,91%), dan 61 tahun ke atas 1 orang (0,87%). Hampir seluruh responden (108 orang atau 93,91%) berpendidikan tinggi. Jenis pekerjaan responden sangat beragam, tetapi yang terbanyak adalah sebagai pelajar/mahasiswa (57 orang, 49,57%). Hal ini cukup menjelaskan fakta bahwa responden yang memiliki penghasilan bulanan Rp 500.000 atau kurang juga merupakan proporsi terbesar di dalam penelitian ini (49 orang atau 42,61%). Tabel 1 menyajikan kategori pekerjaan responden, sementara Diagram 1 menggambarkan komposisi rentang penghasilan responden.

Tabel 1. Kategori Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan Pekerjaan	Jumlah (%)
ASN/PNS	4 (3,48%)
Buruh Pabrik	1 (0,87%)
Editor Buku	1 (0,87%)
Guru/Dosen	22 (19,13%)

Berdasarkan Pekerjaan	Jumlah (%)
Ibu Rumah Tangga	2 (1,74%)
Jurnalis/Wartawan	3 (2,61%)
Karyawan/Pegawai Swasta	8 (6,96%)
Pelajar/Mahasiswa	57 (49,57%)
Pekerja TI	1 (0,87%)
Pekerja Seni	1 (0,87%)
Pekerja Teks Komersial	1 (0,87%)
Pelaku wisata	2 (1,74%)
Pengurus RW dan PKK	1 (0,87%)
Pensiunan	3 (2,61%)
Tenaga medis/TNI/Polri	1 (0,87%)
Wiraswasta	7 (6,09%)
Total Responden	115 (100%)

Diagram 1. Komposisi Responden Berdasarkan Rentang Penghasilan Bulanan



### Daya Tarik Kunjungan Museum

Responden diminta menyatakan pilihan sikap terhadap 4 kategori topik yang merupakan pengembangan permasalahan penelitian, yaitu pertama, museum sebagai daya tarik langsung kunjungan. Kedua, museum dan program merdeka belajar sebagai daya tarik kunjungan. Ketiga, museum dan program budaya sebagai daya tarik kunjungan. Keempat, museum dan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sebagai daya tarik kunjungan. Masing-masing kategori topik dijabarkan ke dalam beberapa indikator pilihan sikap.

Secara umum, responden memutuskan untuk mengunjungi sebuah museum pertama-tama karena program-program yang ditawarkan oleh museum. Berkunjung ke museum dengan tujuan berekreasi dan bersantai disetujui oleh sebagian besar responden (58,26%) dan sangat disetujui hanya oleh sebagian kecil responden (19,13%). Namun, sebagian besar responden sangat setuju (79,13%, berbanding 18,26% yang sekadar setuju) bahwa kunjungan museum harus didasari semangat menemukan tempat alternatif untuk belajar dan mencari pengetahuan baru. Sebagian besar responden juga sangat setuju (51,3%, berbanding 42,61% yang sekadar setuju) apabila museum menyelenggarakan pertunjukan seni untuk disaksikan oleh pengunjung museum, misalnya seni tradisi, seni tari, seni lukis, dan seni kriya.

Di sisi lain, meskipun adanya fasilitas pendukung museum seperti kafe sangat disetujui hanya oleh sebagian kecil responden (29,57%), kafe museum sebagai ruang terbuka yang diintegrasikan dengan program bertukar pikiran tentang koleksi museum selain sekadar untuk

beristirahat dan makan/minum mendapatkan sikap sangat setuju yang paling tinggi (48,70%, lihat Tabel 2a dan 2b). Temuan ini menegaskan bahwa upaya menghidupkan kembali wisata museum di era pascapandemi harus disertai dengan tawaran program-program yang relevan, khususnya untuk mengeksplorasi wisata pengetahuan, budaya dan ekonomi kreatif.

Tabel 2a. Program sebagai Daya Tarik Kunjungan Museum

Pernyataan	Tujuan berkunjung ke museum adalah berekreasi dan bersantai	Museum merupakan tempat alternatif untuk belajar dan mencari pengetahuan baru	Museum sebaiknya menyelenggarakan pertunjukan seni untuk disaksikan oleh pengunjung museum, misalnya seni tradisi, seni tari, seni lukis, dan seni kriya
Setuju	67 (58,26%)	21 (18,27%)	49 (42,61%)
Sangat setuju	22 (19,13%)	91 (79,13%)	59 (51,30%)
Lain-lain	26 (22,61%)	3 (2,60%)	7 (6,09%)

N=115

Tabel 2b. Fasilitas Pendukung (Kafe) dan Integrasi Program

Pernyataan	Sebuah museum menjadi semakin menarik untuk dikunjungi jika memiliki kafe	Kafe di sebuah museum sebaiknya menjadi ruang terbuka untuk bertukar pikiran tentang koleksi museum selain untuk beristirahat dan makan/minum
Setuju	53 (46,09%)	48 (41,74%)
Sangat setuju	34 (29,57%)	56 (48,70%)
Lain-lain	28 (24,34%)	11 (9,56%)

N=115

### Museum sebagai Daya Tarik Langsung

Para responden berpendapat bahwa berkunjung ke museum berhubungan dengan rasa tertarik yang personal sifatnya. Mereka bersikap moderat dalam hal apakah kunjungan ke museum sebaiknya dilakukan secara individu atau berkelompok (rata-rata sikap setuju 45%). Responden tidak memandang bahwa cerita orang lain tentang kesan kunjungan ke sebuah museum dapat memicu rasa tertarik mereka akan museum tersebut secara signifikan. Begitupun sebaliknya, mereka tidak terlalu terdorong untuk menceritakan pengalaman kunjungan ke orang lain (48,7% setuju).

Responden juga berpendapat bahwa meskipun program wajib kunjung museum yang dilakukan oleh lembaga, kantor, atau sekolah berpotensi meningkatkan minat terhadap museum, program-program seperti ini berfungsi hanya sebagai pemicu daya tarik terhadap museum (38,26% sangat setuju berbanding 37,39% setuju). Kedalaman minat terhadap museum bergantung pada pengalaman dan persepsi personal atas museum yang sudah dikunjungi. Sikap ini kiranya dilandasi pandangan sebagian besar responden (44,35% setuju) bahwa mereka ingin memperoleh pengalaman “spiritual” terkait pengolahan pengetahuan baru tentang suatu koleksi maupun kebutuhan akan inspirasi tertentu yang melandasi keputusan untuk berkunjung.

Koleksi museum merupakan faktor penting dalam keputusan responden apakah akan mengunjungi museum tersebut (60,87% sangat setuju). Secara khusus, adanya koleksi di dalam dan di luar ruang memberikan bobot nilai yang sangat diapresiasi oleh responden (46,97%

sangat setuju). Dalam hal ini, responden tidak melihat bahwa model *display* atau penataan koleksi menjadi penentu daya tarik kunjungan (36,52% setuju berbanding 28,70% yang bersikap biasa saja). Meskipun demikian, sebagian besar responden (44,45%) sangat setuju bahwa narasi atau cerita tentang koleksi-koleksi yang ditampilkan oleh museum merupakan faktor yang menentukan apakah museum tersebut perlu dikunjungi atau tidak. Artinya, kekayaan koleksi baik di dalam maupun di luar ruang baru merupakan modal awal yang penting untuk menarik pengunjung. Modal ini harus diolah dengan narasi atau cerita relevan, yang proses penciptaannya perlu melibatkan pengunjung, sebagaimana diuraikan pada subbagian berikutnya.

### **Museum dan Program Merdeka Belajar**

Pada bagian sebelumnya sudah dikatakan bahwa sebagian besar responden memandang museum sebagai tempat alternatif untuk belajar dan mencari pengetahuan baru. Responden melihat koleksi museum perlu diberi narasi yang dapat memberikan pengetahuan tentang objek koleksi. Bagi 51,30% responden, museum dapat menjadi alternatif rujukan pengetahuan untuk menemukan jawaban atas kontroversi tertentu tentang masa lalu. Responden juga sangat setuju adanya edukator yang mendampingi pengunjung saat berkunjung ke museum (49,96%).

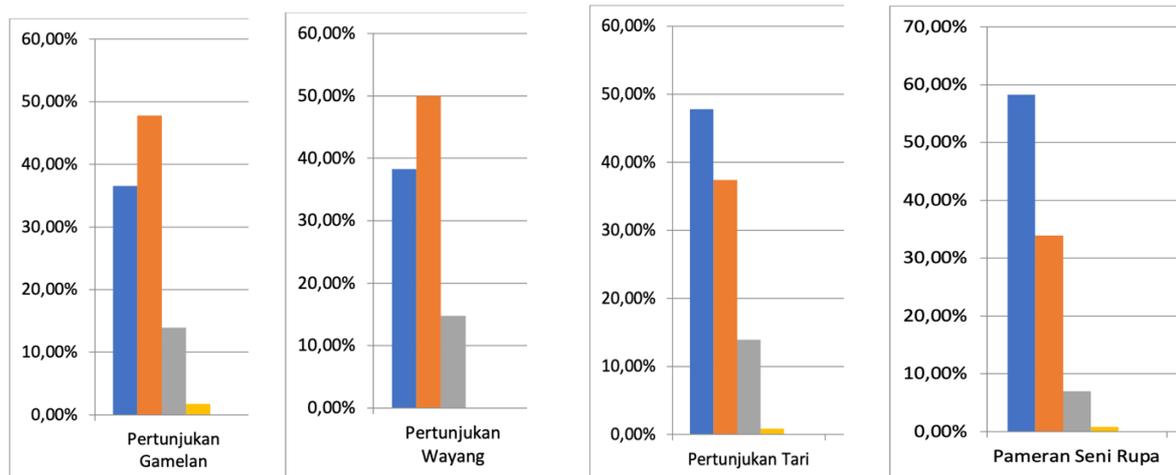
Meskipun demikian, responden yang proporsi jumlahnya lebih besar, yaitu 67 dari 115 orang (atau 58,26%) sangat setuju jika pengunjung museum dibekali penjelasan tertulis atau audio tentang koleksi museum supaya dapat menjelajah dengan pemahamannya sendiri tentang koleksi-koleksi di museum. Selain itu, setengah jumlah responden (50,43%) sangat setuju dengan pendapat bahwa pengelola museum membantu pengunjung untuk memahami secara kritis koleksi-koleksi museum dengan menyediakan kesempatan mendiskusikan koleksi-koleksi tersebut.

Responden riset ini juga sangat setuju (53,04%) jika museum menggalakkan berbagai kegiatan sebagai arena belajar sesuai program pemerintah. Sebagian besar mereka (53,91%) berpendapat bahwa sebaiknya Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menjadikan museum sebagai mitra strategis dalam skema Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Hal ini karena beberapa keunggulan museum. Pertama, di museum mahasiswa dapat mengalami langsung penyelesaian kasus-kasus pembelajaran tertentu (54,83% sangat setuju), misalnya terkait konservasi dan registrasi dan pengembangan program-program budaya. Kedua, belajar di museum dapat berlangsung efektif karena memanfaatkan koleksi museum sebagai objek pembelajaran maupun alat peraga (54,83%). Ketiga, belajar di museum meningkatkan keterampilan berkomunikasi dan bekerja sama karena mengalami perjumpaan langsung dengan banyak orang dari berbagai kalangan (53,04%).

### **Museum dan Program Budaya**

Responden sangat ingin menyaksikan pertunjukan budaya ketika berkunjung ke museum. Hal ini terlihat dari derajat favorabilitas *menyaksikan* yang sangat disetujui melebihi favorabilitas *terlibat* dalam pertunjukan budaya, yaitu 51,30% berbanding 33,91%. Beberapa jenis pertunjukan budaya yang ditawarkan mendapatkan respons pernyataan setuju dan sangat setuju yang tinggi, di antaranya pertunjukan wayang, pertunjukan gamelan, pertunjukan tari, dan pameran seni rupa (lihat Diagram 2).

Diagram 2. Seberapa Tertarik Anda **Menyaksikan** Pertunjukan Budaya Saat Kunjungi Museum?



Keterangan:

<span style="color: blue;">■</span> sangat tertarik	<span style="color: orange;">■</span> tertarik	<span style="color: grey;">■</span> biasa	<span style="color: yellow;">■</span> tidak tertarik
---	--	---	--

N=115

Dari Tabel 2 kita mengetahui bahwa responden sangat tertarik untuk menyaksikan pameran seni rupa, disusul pertunjukan tari, kemudian pertunjukan wayang dan pertunjukan gamelan. Tetapi untuk dua yang terakhir (pertunjukan wayang dan pertunjukan gamelan), derajat sikap *sangat setuju* sebagian besar responden tampak seimbang dengan derajat sikap *setuju* pada pertunjukan tari dan pameran lukisan. Hal ini berarti pertunjukan wayang dan pertunjukan gamelan menjadi pilihan bentuk atraksi budaya yang dapat ditawarkan ketika tidak ada pertunjukan tari dan pameran seni rupa.

Meskipun responden menyatakan sikap yang lebih favorabel untuk menyaksikan pertunjukan budaya sebagaimana diungkapkan sebelumnya, tingkat ketertarikan responden untuk terlibat dalam pertunjukan budaya tidak rendah juga. Tabel 3 menunjukkan derajat ketertarikan responden untuk terlibat dalam sejumlah kegiatan budaya.

Tabel 3. Seberapa Tertarik Anda untuk **Terlibat** dalam Kegiatan Budaya Saat Kunjung Museum?

Aktivitas Sikap	Menabuh Gamelan	Menjadi Dalang	Melukis	Menari	Membuat Gerabah	Membuat "Sesaji Gunung"
Sangat Tertarik	39,13%	15,65%	33,04%	27,83%	45,22%	26,96%
Tertarik	37,39%	33,91%	39,13%	33,04%	34,78%	34,78%
Biasa	20%	29,57%	24,35%	25,22%	15,65%	20,87%
Tidak Tertarik	3,48%	20,87%	3,48%	13,91%	4,35%	17,39%

N=115

Tabel 3 menunjukkan *membuat gerabah* merupakan kegiatan budaya favorit pilihan responden (45,22%), yang akan mereka ikuti jika ditawarkan saat kunjungan ke museum. Kegiatan budaya yang juga favorit adalah praktik menabuh gamelan (39,13%). Kegiatan-kegiatan lainnya tetap menarik untuk diikuti sekalipun dengan kadar ketertarikan yang lebih rendah. Misalnya, melukis sangat menarik bagi 33,04% responden, menari (27,83%), dan membuat *sesaji gunung* (26,96%). Terlibat dalam kegiatan *menjadi dalang* paling sedikit diminati responden. Jika dikaitkan dengan rasa tertarik responden untuk *menyaksikan* pertunjukan budaya, rasa tertarik untuk *terlibat* dalam aktivitas budaya terlihat jauh lebih selektif. Oleh karena itu,

museum dapat menyiapkan pertunjukan budaya secara leluasa dan menawarkan program keterlibatan aktivitas budaya secara terbatas/selektif.

Responden sangat setuju adanya pelibatan masyarakat atau komunitas dalam berbagai aktivitas di museum. Pelibatan itu mencakup penyediaan souvenir museum oleh komunitas perajin seni (53,04%), penyediaan oleh-oleh makanan dan minuman oleh komunitas kuliner di sekitar museum (45,22%), hingga bincang-bincang dengan orang-orang biasa yang sering tidak tercatat dalam sejarah (48,70%). Khusus terkait hal yang terakhir, responden menunjukkan derajat ketertarikan yang sangat tinggi untuk terlibat dalam dialog interaktif dengan semua sosok profesi yang ditawarkan, yaitu petani, penambang pasir, pekebun salak, tukang becak, buruh gendong, dan pekerja seni (lihat Tabel 4). Hal ini membuka peluang tersendiri bahwa upaya membangkitkan daya tarik terhadap museum pascapandemi harus diintegrasikan dengan para pelaku budaya di berbagai sektor, dalam hal ini para kelompok masyarakat marjinal. Cara yang terintegrasi berpotensi menggerakkan ekonomi masyarakat secara bersama-sama.

Tabel 4. Seberapa Tertarik Anda untuk **Terlibat** dalam Dialog Bersama Profesi Berikut?

Profesi Sikap	Petani	Penambang Pasir	Pekebun Salak	Tukang Becak	Buruh Gendong	Pekerja Seni
Sangat Tertarik	33.91%	24.35%	29.57%	26.96%	27.83%	49.57%
Tertarik	51.30%	49.57%	49.57%	44.35%	50.43%	38.26%
Lain-lain	14.79%	26.08%	20.87%	28.70%	21.74%	12.17%

N=115

#### Museum dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Responden mengharapkan pemberdayaan kelompok Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui museum. Misalnya, dalam hal penyediaan souvenir museum, sebagian besar responden (53,04%) sangat setuju bahwa museum melibatkan para pekerja seni dan juga pelaku usaha kuliner baik di lokasi keberadaan museum.

Sementara itu, responden memberikan ketertarikan yang beragam terhadap produk-produk UMKM yang dapat dijual baik di *art shop* maupun kafe yang ada di museum. Produk-produk itu terklasifikasikan ke dalam produk souvenir (*non-consumable*) dan produk oleh-oleh (*consumable*). Tabel 5a dan 5b menyajikan derajat pilihan responden atas produk-produk tersebut.

Tabel 5a. Seberapa Tertarik Anda untuk **Membeli** Souvenir Museum Berikut Ini?

Souvenir Sikap	T-Shirt	Hoodie	Mug	Gantungan Kunci	Tumbler	Tas Ransel	Bibit Tanaman
Tertarik	73,04%	59,13%	55,65%	67,83%	70,43%	51,31%	66,09%
Biasa	26,09%	38,26%	43,48%	28,70%	26,96%	40,87%	28,70%
Tidak Tertarik	0,87%	2,61%	0,87%	3,47%	2,61%	7,83%	2,61%

N = 115

Tabel 5b. Seberapa Tertarik Anda untuk **Membeli** Oleh-oleh Berikut Ini?

Oleh-oleh Sikap	Buah Salak	Keripik Singkong	Peyek Kacang	Tape Singkong	Jadah dan Tempe	Bahan Wedang Uwuh	Bahan Wedang Jaje	Bahan Jamu
Tertarik	62,61%	66,09%	66,09%	56,52%	65,22%	71,31%	73,04%	68,69%
Biasa	31,30%	31,30%	28,70%	32,17%	30,43%	23,48%	20,87%	25,22%

Oleh-oleh Sikap	Buah Salak	Keripik Singkong	Peyek Kacang	Tape Singkong	Jadah dan Tempe	Bahan Wedang Uwuh	Bahan Wedang Jahe	Bahan Jamu
Tidak Tertarik	7,09%	2,61%	5,22%	11,31%	4,35%	5,22%	6,09%	6,09%

N = 115

## SIMPULAN

Secara umum, responden lebih memilih menyaksikan daripada terlibat dalam pertunjukan budaya selama kunjungan ke museum. Meskipun demikian, tingkat ketertarikan responden untuk terlibat dalam pertunjukan budaya juga tidak rendah. Rasa tertarik responden untuk *menyaksikan* pertunjukan budaya terlihat lebih menonjol. Sementara itu, rasa tertarik untuk *terlibat* dalam aktivitas budaya bersifat selektif. Museum dapat menyiapkan pertunjukan budaya dan menawarkan program keterlibatan aktivitas budaya secara terbatas/selektif. Di sisi lain, koleksi museum merupakan modal awal yang penting untuk menarik pengunjung. Namun, adanya koleksi saja tidak cukup. Koleksi harus diolah dengan narasi, yang proses penciptaannya perlu melibatkan pengunjung. Keterlibatan masyarakat atau komunitas dalam berbagai program museum merupakan kunci dalam konsep “*museum for community*.” Keterlibatan itu menjadi penciri ruang budayanya museum. Sebagian besar responden menyambut sangat baik konsep “*museum for community*.”

Harapan responden terhadap museum pascapandemi mengarah pada konsep “*museum for community*.” Artinya, pengelolaan museum dan pengolahan potensi kreasi budaya dan aktivitas ekonomi oleh museum disambut dengan rasa tertarik yang tinggi jika melibatkan masyarakat atau komunitas. Sebagaimana dinyatakan pada awal analisis bagian ini, koleksi dan fasilitas museum saja tidak terlalu memberikan daya tarik kunjungan. Daya tarik kunjungan menjadi tinggi ketika koleksi dan fasilitas diintegrasikan ke dalam program kegiatan budaya dan pendidikan.

Begitu pula untuk aktivitas ekonomi museum. Adanya kafe di kompleks museum hanya memberikan daya tarik yang biasa saja bagi responden. Namun, ketika kafe ditawarkan dalam paket diskusi interaktif tentang koleksi atau profesi tertentu, rasa ketertarikan responden menjadi lebih tinggi. Hal ini menegaskan bahwa konsep “*museum for community*,” yaitu pelibatan masyarakat atau komunitas dalam program-program museum, merupakan pilihan strategi revitalisasi museum yang paling berpotensi di era pascapandemi.

Temuan ini menunjukkan bahwa museum merupakan sumber alternatif untuk belajar. Namun, proses belajar di museum berbeda dengan di ruang kelas. Kemerdekaan belajar di museum mengandaikan adanya ruang eksplorasi di satu sisi dan arah/tujuan yang memandu eksplorasi itu. Merdeka belajar di museum masih memerlukan adanya edukator dan narasi atas koleksi yang memandu ruang-ruang diskusi.

Dari simpulan ini dapat disarankan dua hal. *Pertama*, untuk meningkatkan daya tarik kunjungan, para pengelola museum sebaiknya membuat program-program aktivitas budaya agar dinikmati oleh para pengunjung museum. Tawaran kunjungan museum pascapandemi tidak cukup jika hanya dengan “menjual” wisata atas koleksi museum. Perlu ada integrasi antara wisata koleksi dengan wisata aktivitas budaya. *Kedua*, dalam proses perumusan maupun pelaksanaan wisata budaya di museum itu, pengelola museum disarankan melibatkan komunitas lokal yang terkait. Pelibatan ini meliputi kegiatan budaya yang direncanakan maupun daya dukung lain khususnya melalui usaha ekonomi (misalnya penyediaan souvenir dan

oleh-oleh).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Nicholas Ryan. 2019. "Generasi Milenial Kurang Berminat ke Museum Bahari," <https://travel.kompas.com/read/2019/10/09/103000527/generasi-millennial-kurang-berminat-ke-museum-bahari?page=all>.
- Allam, Zaheer. 2020. *Surveying the COVID-19 pandemic and its implications urban health, data technology and political economy*. Geelong Victoria: Live Smart Research Lab School of Architecture and Built Environment Deakin University.
- Appleton, Josie. 2007. "Museum for 'the People'." Dalam *Museums and Their Communities*, disunting oleh Sheila Watson. London: Routledge.
- Ataljevic, Irena & Stephen Doorne. 2004. "Cultural Circuits of Tourism: Commodities, Place, and Re-consumption". Dalam *A Companion to Tourism*, disunting oleh Alan Lew & Michael C. Hall. Oxford: Blackwell Publishing, Ltd.
- Armstrong, dkk. 2017. *Marketing an Introduction*. New Jersey: Pearson Education, Ltd.
- Begg, D., S. Fischer, & R. Dornbusch. 2003. *Economics*. London: McGraw-Hill.
- Chhabra, Deepak & Rhonda Phillips. 2009. "Tourism Based Development." Dalam *An Introduction to Community Development*, disunting oleh Rhonda Phillips & Robert H. Pittman. New York: Routledge.
- Choi, Byungjin & Junic Kim. 2021. "Changes and Challenges in Museum Management after the COVID-19 Pandemic." *Journal of Open Innovation: Technology, Market and Complexity* 7 (148), 1–18.
- Clifford, James. 1997. *Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. Cambridge: Harvard University Press.
- Crooke, Elizabeth. 2006. "Museums and Community." Dalam *A Companion to Museum Studies*, disunting oleh Sharon Macdonald (ed.). Oxford: Blackwell Publishing, Ltd.
- . 2007. *Museums and Community: Ideas, Issues and Challenges*. London & New York: Routledge.
- Davis, Peter. 2005. "Places, "Cultural Touchstones" and the Museum." Dalam *Heritage, Museums and Galleries: An Introductory Reader*, disunting oleh Gerard Corsane. London & New York: Routledge.
- Denty A. & Aline R. 2020a. "Museum Virtual Jadi Pilihan di Masa Pandemi". <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2020/11/museum-virtual-jadi-pilihan-di-masa-pandemi>.
- Denti A. & Aline R. 2020b. "Tantangan dan Inovasi Pengelola Museum Selama Pandemi

- COVID-19". <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2020/11/tantangan-dan-inovasi-pengelola-museum-selama-pandemi-covid-19>.
- Goulding, C. 2000. "The Museum Environment and the Visitor Experience." *European Journal of Marketing* 34(3/4), 261–278.
- Harrison, Julia D. 2005. "Ideas of Museums in the 1990s." Dalam *Heritage, Museums and Galleries: An Introductory Reader*, disunting oleh Gerard Corsane. London & New York: Routledge.
- Hasmawati, Fifi. 2018. "Ekonomi Kerakyatan Berbasis Potensi Lokal." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat* 6 (12), 54–64.
- Hein, Goerge E. 2012. "Constructivist Museum." Dalam *Reinventing the Museum: The Evolving Conversation on the Paradigm Shift*, disunting oleh Gail Anderson. New York: Altamira Press.
- Wiwit Hermanto. 2019. "Tahun Baru 2019 Menjadi Puncak Kunjungan Museum Sangiran," <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpsmpsangiran/tahun-baru-2019-menjadi-puncak-kunjungan-museum-sangiran/>
- Huo, Y., & D. Miller. 2007. "Satisfaction Measurement of Small Tourism Sector (Museum): Samoa." *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 12(2), 103–117.
- Kotler, Philip & Kevin L. Kettler. 2016. *Marketing Management*. Uttar Pradesh: Pearson India Education Services, Pvt. Ltd.
- Kotler, Neil. 2012. "New Ways of Experiencing Culture: The Role of Museum and Marketing Implications." Dalam *Reinventing the Museum: The Evolving Conversation on the Paradigm Shift*, disunting oleh Gail Anderson. New York: Altamira Press.
- Macdonald, Sharon. 1998. "Supermarket Science? Consumers and the Public Understanding of Science." Dalam *The Politics of Display: Museums, Science, Culture*, disunting oleh Sharon Macdonald. London: Routledge.
- Maharani, Ajeng & Paula Mahalika. 2020. "New Normal Tourism sebagai Pendukung Ekonomi Nasional di Masa Pandemi." *Journal Kajian Lemhanas RI* 8 (2), 43–56.
- Marstine, Janet (ed.). 2005. *New Museum Theory and Practice*. Melbourne: Blackweel Publishing.
- Pemerintah Kota Pekalongan. 2020a. "Tahun 2019 Kunjungan Museum Batik Alami Peningkatan Cukup Signifikan," <https://pekalongankota.go.id/berita/tahun-2019-kunjungan-museum-batik-alami-peningkatan-cukup-signifikan.html>.
- Pemerintah Kota Pekalongan. 2020b. "Dampak Pandemi COVID-19 Jumlah Kunjungan Museum Batik Menurun," <https://pekalongankota.go.id/berita/dampak-pandemi-covid19-jumlah-kunjungan-museum-batik-menurun.html>.

- Pitma-Gelles, Bonnie & Anne El-Omami. 1988. "Defining Art Museum Education: Can We Agree?" *Journal of Museum Education* 13 (3), 21–23.
- Jeffery-Clay, Kodi R. 1998. "Constructivism in Museums: How Museums Create Meaningful Learning Environments." *The Journal of Museum Education* 23 (1), 3–7.
- Pratama, Wibi Pangestu. 2021. "Ini Enam Fokus Utama Kebijakan APBN 2022," <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210816/9/1430229/ini-enam-fokus-utama-kebijakan-apbn-2022>.
- Ritchie, Brent W. 2003. *Managing Educational Tourism*. Toronto: Channel View Publications.
- Romanti. 2020. "Adaptasi Pandemi, Museum Nasional Buka Program Kunjungan Museum," <https://itjen.kemdikbud.go.id/public/post/detail/adaptasi-pandemi-museum-nasional-buka-program-kunjungan-virtual>.
- Sari, Sabella Indah. 2021. "Kunjungan Museum Dibatasi Akibat Pandemi COVID-19 dan Perpanjangan PPKM di Kalteng," [https://rri.co.id/palangkaraya/daerah/1135745/kunjungan-museum-dibatasi-akibat-pandemi-covid-19-dan-perpanjangan-ppkm-di-kalteng?utm\\_source=terbaru\\_widget&utm\\_medium=internal\\_link&utm\\_campaign=General%20Campaign](https://rri.co.id/palangkaraya/daerah/1135745/kunjungan-museum-dibatasi-akibat-pandemi-covid-19-dan-perpanjangan-ppkm-di-kalteng?utm_source=terbaru_widget&utm_medium=internal_link&utm_campaign=General%20Campaign).
- Sudarmadi, Tular. 2014. "Between Colonial Legacies and Grassroots Movements: Exploring Cultural Heritage Practice in the Ngadha and Manggarai Region of Flores." Disertasi. Amsterdam: Vrije University.
- Suyoso, Alda Wiyekedelle Arief. 2021. "Pengaruh Virtual Museum pada Minat Berkunjung pada Museum di Surabaya." Skripsi. Surabaya: Universitas Ciputra.
- Tsani, Uun. 2019. "Program Kunjungan Museum 2019 Dinas Kabupaten Bantul," <https://pgsp.big.go.id/program-kunjung-museum-2019-dinas-kebudayaan-bantul/>.