

**PENGARUH DIGITAL TOURISM TERHADAP PENGALAMAN WISATAWAN
DI MUSEUM NASIONAL INDONESIA JAKARTA PUSAT**

Yuli¹ , Dewanta Facrureza²

^{1,2} Universitas Bunda Mulia

Alamat e-mail : 30yullii@gmail.com¹, dfacrureza@bundamulia.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to analyze and determine the influence of digital tourism on the visitor experience at the National Museum of Indonesia, Central Jakarta. The development of information technology in this era has brought significant transformations in the tourism industry, particularly in museums, including how visitors obtain information, interact with content, and document their visit experiences. This study employs a quantitative method, with independent variables including information provision, contextual awareness, digital accessibility, and interactivity, while the dependent variables include sensory experience, emotional experience, cognitive experience, and behavioral experience. Data were collected through questionnaires distributed to 100 museum visitors. Data analysis was conducted to identify behavior patterns, preferences, and visitor satisfaction levels. The results of the study indicate that all digital tourism variables have a positive and significant effect on the tourist experience at the National Museum of Indonesia. The provision of digital information helps users plan their visits. Contextual awareness allows users to understand the museum's atmosphere before their visit. Digital accessibility supports online exploration of the museum. Finally, interactivity enhances the educational and memory-related aspects of the visit. Based on the research findings, digital tourism has a positive effect on the tourist experience, with an F-value of 49.989 and a significance level of 0.000. With an R-Square value of 0.678, 67.8% of the variance in the tourist experience can be explained by the dimensions of information provision, contextual awareness, digital accessibility, and interactivity. Meanwhile, 32.2% is explained by other factors not discussed in this study. These results confirm that digital tourism significantly improves the quality of the tourist experience. The National Museum of Indonesia also provides a foundation for formulating creative and effective strategies in managing museum operations that meet the demands of the digital era.

Keywords: Digital Tourism, Visitor Experience, Museum Nasional Indonesia.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh digital tourism terhadap pengalaman wisatawan di Museum Nasional Indonesia, Jakarta Pusat. Dengan perkembangan teknologi informasi di era sekarang membawa transformasi signifikan dalam industri pariwisata terutama pada museum, seperti cara wisatawan memperoleh informasi, berinteraksi dengan konten, dan

mengabadikan pengalaman kunjungan mereka. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan variabel independen meliputi penyediaan informasi, kesadaran konteks, aksesibilitas digital, serta interactivity. Sedangkan untuk variabel dependen meliputi sensory experience, emotional experience, cognitive experience, dan behavioral experience. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 pengunjung museum. Analisis data dilakukan untuk mengidentifikasi pola perilaku, preferensi, dan tingkat kepuasan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel digital tourism berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan di Museum Nasional Indonesia. Penyediaan informasi digital mendukung pengguna dalam merencanakan kunjungan mereka. Kesadaran kontekstual memungkinkan pengguna memahami suasana museum sebelum kunjungan mereka. Aksesibilitas digital menawarkan dukungan dalam penjelajahan museum secara online. Dan yang terakhir, interactivity meningkatkan aspek pendidikan dan memori dari kunjungan tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, digital tourism berpengaruh positif terhadap pengalaman wisatawan, dengan nilai F sebesar 49,989 dan tingkat signifikansi 0,000. Dengan nilai R Square sebesar 0,678 atau 67,8% varians dalam pengalaman wisatawan dapat dijelaskan oleh dimensi penyediaan informasi, kesadaran konteks, aksesibilitas digital, dan interactivity. Sedangkan untuk 32,2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hasil ini menegaskan bahwa digital tourism secara signifikan meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan. Museum Nasional Indonesia juga memberikan dasar untuk merumuskan strategi kreatif dan efektif dalam mengelola operasional museum yang memenuhi tuntutan pada era digital.

Kata Kunci: Digital Tourism, Pengalaman Wisatawan, Museum Nasional Indonesia.

A. Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor penting yang berperan dalam menunjang berbagai kebutuhan penduduk di negara maju di antaranya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, membuka peluang kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Alfandy dan Krisnadi, 2023). Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata meliputi beragam aktivitas wisata yang didukung oleh penyediaan fasilitas dan pelayanan yang melibatkan masyarakat, pelaku usaha,

pemerintah, serta pemerintah daerah. Dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam, budaya, dan warisan sejarah serta seni, sektor pariwisata dipandang mampu berperan sebagai penggerak pembangunan daerah yang berkelanjutan (Wijaya dan Facrureza, 2024).

Pesatnya perkembangan pariwisata pada era modern dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Revolusi digital telah mengubah cara wisatawan mencari informasi, melakukan reservasi, hingga membagikan pengalaman perjalanan

melalui media sosial. Kemajuan teknologi di era digital ini salah satunya adalah dengan pemanfaatan teknologi informasi (TI). Penggunaan teknologi informasi menjadi faktor dalam mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Dengan kemajuan teknologi informasi telah menciptakan peluang baru dalam sektor pariwisata, di mana pada zaman modern ini pelaku usaha dapat melakukan promosi destinasi secara digital, meningkatkan kualitas pelayanan dengan memanfaatkan teknologi, serta dapat dengan mudah mengelola data wisatawan. Pemanfaatan media sosial, website resmi destinasi, serta berbagai platform digital lainnya memungkinkan pelaku pariwisata menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Promosi melalui konten digital seperti foto, video, dan ulasan wisatawan terbukti mampu meningkatkan minat kunjungan sekaligus membentuk citra positif terhadap suatu destinasi (Abd.Karim dan Nabita Akud, 2025).

Teknologi informasi tidak hanya digunakan untuk promosi melainkan juga berfungsi dalam mengelola operasional tempat wisata. Sistem informasi manajemen memungkinkan untuk mengelola data secara langsung, termasuk untuk pemesanan tiket, reservasi akomodasi, mengelola keuangan, dan untuk memantau aktivitas wisatawan. Sistem ini dapat mendukung operasional agar berjalan dengan efisien dan transparansi serta untuk mempermudah proses evaluasi berdasarkan data. Dalam

implementasinya, sistem ini dapat diintegrasikan dalam bentuk aplikasi atau web sehingga dapat dengan mudah diakses oleh pengelola maupun wisatawan (Febriana, 2024).

Perkembangan teknologi juga melahirkan konsep smart tourism, yaitu integrasi teknologi cerdas dalam pengelolaan destinasi wisata untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung. Menurut Hidayah dan Suherlan dalam (Widodo dan Dasiah, 2021) Smart tourism merupakan platform pariwisata yang berbasis pada integrasi teknologi informasi dan komunikasi. Smart tourism memadukan peran teknologi informasi dan komunikasi dalam menyediakan serta pengelolaan informasi dan layanan secara efisien bagi wisatawan, sehingga wisatawan dapat menggunakannya dengan mudah dan praktis. Dengan hadirnya smart tourism mempermudah wisatawan dalam mengakses ketersediaan informasi terkini tentang produk wisata melalui berbagai platform teknologi. Platform teknologi dirancang agar mudah digunakan (user-friendly) dan antarmuka (interface) yang nyaman, sehingga memudahkan wisatawan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan. Transformasi ini turut memengaruhi pengelolaan destinasi wisata budaya, salah satunya adalah museum.

Museum merupakan destinasi wisata yang memiliki daya tarik khas bagi masyarakat. Secara umum, museum menjadi tempat yang menyimpan beragam budaya serta merekam perjalanan sejarah yang berlangsung dari satu era ke era

berikutnya Museum juga memiliki tujuan untuk merawat serta mengelola kegiatan pameran atau event yang menampilkan koleksi museum kepada masyarakat luas, yang dilaksanakan secara berkala dan bersifat terbuka. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 1995 dalam Pedoman Museum Indonesia tahun 2008, menjelaskan museum memiliki dua peran utama, yaitu sebagai lembaga yang bertugas melestarikan dan merawat koleksi benda cagar budaya, serta sebagai pusat informasi yang mendukung kegiatan penelitian dan menyampaikan hasilnya kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan pemanfaatan (Bramantyo dan Ismail, 2021).

Menurut Kementerian Kebudayaan, pada bulan Oktober 2025 tercatat di Indonesia terdapat lebih dari 481 museum yang tersebar di seluruh provinsi Indonesia. Berdasarkan data terbaru, jumlah museum di Jakarta pada tahun 2025 tercatat sebanyak 48 museum. Hal ini menunjukkan bahwa Jakarta merupakan wilayah dengan sebaran museum paling banyak di Indonesia (Fibiona, 2019).

Tabel 1. Museum di Jakarta

Nama Museum	Lokasi
Museum Nasional Indonesia	Jl. Medan Merdeka Barat No.12, RT.2/RW.3, Gambir, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10110
Museum Bahari	Jl. Pakin No.2, RT.11/RW.4, Penjaringan, Kecamatan Penjaringan, Jkt

	Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14440
Museum Fatahillah	Taman Fatahillah No.1, RT.7/RW.7, Pinangisia, Kec. Taman Sari, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11110
Museum Bank Indonesia	Jl. Pintu Besar Utara No.3, RT.4/RW.6, Pinangisia, Kec. Taman Sari, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11110
Museum Wayang	Jalan Pintu Besar Utara, Jl. Kali Besar Timur 4 No.27, RT.3/RW.6, Pinangisia, Kec. Taman Sari, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11110
Museum Seni Rupa dan Keramik	Jl. Pos Kota No.2 9, RT.9/RW.7, Pinangisia, Kec. Taman Sari, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11110
Museum Joang 45	Jl. Menteng Raya No.31 1, RT.1/RW.10, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10340
Museum Macan	AKR Tower Jl. Panjang No.5 Level M, RT.11/RW.10, Kb. Jeruk, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11530
Museum Tekstil	Jl. K.S. Tubun No 2-4, RT.5/RW.1, Kota Bambu Sel., Kec. Palmerah, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11420
Museum Satria Mandala	Jl. Gatot Subroto No.14, RT.6/RW.1, Kuningan Bar., Kec.

	Mampang Prpt., Kota Jakarta Selatan, Daerah
	Khusus Ibukota Jakarta 12710

Sumber : Google Maps

Pada era modern saat ini teknologi telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Terdapat banyak destinasi wisata terutama di museum yang melakukan inovasi dengan menerapkan teknologi digital untuk menarik minat wisatawan. Salah satu museum di Indonesia yang telah mengimplementasikan dan memanfaatkan teknologi digital adalah Museum Nasional Indonesia.



Sumber : Data Pribadi, 2026

Gambar 1. Museum Nasional Indonesia

Museum Nasional Indonesia yang terletak di Jalan Medan Merdeka Barat No. 12, Gambir, Jakarta Pusat, didirikan pada tanggal 24 April 1778 oleh Pemerintah Belanda. Pada 28 Mei 1979, museum yang sebelumnya dikenal dengan nama Museum Pusat mengalami transformasi signifikan di bawah naungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Museum nasional juga dikenal dengan Museum Gajah, sebutan yang berasal

dari patung gajah perunggu yang merupakan hadiah dari Raja Chulalongkorn (Rama V) dari Thailand saat kunjungannya ke Indonesia pada tahun 1871 (Edrea dan Dewantara, 2023).

Museum Nasional menyimpan beragam jenis koleksi sekitar 194.000an, yang terdiri dari 7 jenis koleksi yakni Prasejarah, Arkeologi masa Klasik atau Hindu – Budha; Numismatik dan Heraldik; Keramik; Etnografi, Geografi dan Sejarah. Terdapat berbagai koleksi menarik di Museum Nasional Indonesia seperti Arca Bhairawa, Prasasti Mulawarman, Prasasti Ciaruteun, replika nisan nahrisyah, dan masih banyak lainnya. Harga tiket masuk Museum Nasional Indonesia mengalami kenaikan pada awal tahun 2026 yang dikenakan biaya Rp 30.000 bagi pelajar dan gratis untuk anak berumur 0-3 tahun, sedangkan untuk dewasa dikenakan biaya Rp 50.000/orang dan untuk wisatawan asing dikenakan tarif Rp 150.000 dan bagi warga negara asing pemegang KITAS dikenakan tarif Rp 50.000.

Museum Nasional Indonesia melakukan pengembangan terutama di tata pameran untuk menarik wisatawan dengan menerapkan berbagai teknologi digital. Menurut pengelola Museum Nasional Indonesia, teknologi digital yang telah diterapkan meliputi ruang imersif yang diperuntukkan untuk sebagai wahana multimedia yang imersif, Virtual Tour, kemudian menerapkan penggunaan kecerdasan buatan (AI) paras nusantara untuk entertain, dan juga menggunakan beberapa

multimedia untuk sarana pameran seperti video, audio, dan media interaktif sebagai pendukung informasi di tata pameran untuk mendukung storyline.



Sumber : Data Pribadi, 2026

Gambar 2. Website Virtual Tour

Museum Nasional Indonesia mulai menerapkan teknologi digital sebagai bentuk inovasi dengan meluncurkan program virtual tour museum pada tahun 2015. Melalui program ini, masyarakat dapat menjelajahi museum secara daring tanpa harus hadir secara langsung. Meski demikian, antusiasme masyarakat terhadap program ini pada awalnya masih rendah. Minat masyarakat terhadap virtual tour mengalami peningkatan secara signifikan saat pandemi COVID-19, di mana akses kunjungan langsung ke museum dibatasi. Virtual Tour sendiri dikembangkan untuk memberikan gambaran museum kepada pengunjung yang tidak dapat mengunjungi museum nasional Indonesia secara langsung.

Untuk fitur virtual tour akan ada narator yang berbicara setiap

pengunjung memasuki sebuah ruangan untuk menjelaskan tentang koleksi yang terdapat di setiap lantai museum atau dapat disebut juga dengan audio guide bagian dari immersive digital story telling, sehingga pengunjung juga bisa mendapatkan pengetahuan dan wawasan mengenai sejarah atau koleksi yang ada di museum nasional meskipun hanya melalui virtual tour.

Virtual tour adalah kegiatan mengunjungi suatu lokasi secara virtual, di mana aplikasi berperan sebagai pemandu yang membantu pengguna menjelajahi area tersebut. Virtual tour juga akan menyajikan informasi maupun sejarah terkait tempat yang dikunjungi (Akhsani et al., 2023).

Konsep digital tourism kemudian berkembang menjadi smart tourism, yang ditandai dengan penerapan teknologi canggih seperti augmented reality, sensor, dan Internet of Things (IoT) untuk menciptakan pengalaman berwisata yang lebih interaktif, informatif, serta mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan pengunjung. Digital tourism merupakan bentuk dari transformasi sektor pariwisata yang didorong oleh pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), yang meliputi berbagai proses perjalanan wisata, mulai dari proses perencanaan dan pemesanan hingga pengalaman yang diperoleh setelah kunjungan berlangsung.

Museum tidak hanya sekedar bersifat pasif dengan menunggu kedatangan pengunjung untuk melihat koleksi, melainkan perlu

menghadirkan pengalaman yang menarik dan relevan agar pengunjung memahami peran penting museum dalam menambah wawasan. (Jannah, 2025) Seiring berjalannya waktu, Museum Nasional Indonesia terus melakukan perkembangan guna memberikan wisatawan pengalaman yang memuaskan dan untuk mengkomunikasikan budaya sesuai dengan perkembangan zaman. Salah satu inovasinya adalah pengembangan Ruang ImersifA, yang menggunakan teknologi imersif untuk memberikan pengalaman interaktif bagi pengunjung. Ruang imersifA dibuka pada 31 Maret 2022.



Sumber : Data Pribadi, 2026

Gambar 3. Ruang Imersif

Ruang ImersifA adalah instalasi video mapping permanen yang berada di Gedung A, Museum Nasional Indonesia. Teknologi visualisasi dan audio canggih digunakan untuk menciptakan pengalaman yang menyeluruh dan mendalam. Pada sesi pertunjukan menampilkan video mapping berdurasi 30 menit yang diproyeksikan dengan sudut pandang 360° di dinding dan juga lantai. selaku Konten imersif yang ditampilkan

menggambarkan sejarah Indonesia, memperkenalkan budaya Indonesia, menampilkan bentang alam seperti lautan, daratan, dan gunung, bagaimana suasana masyarakat, mitologi, berbagai hewan di Indonesia. Museum Nasional Indonesia berada di bawah naungan Museum Cagar Budaya atau Indonesia heritage agency sehingga juga memperkenalkan sekilas museum-museum lain dan cagar budaya lain dalam konten imersif di ruang imersifA. Di ruangan ini, pengunjung dapat berpetualang dan merasakan dunia dari perspektif para pelaku sejarah, seperti seorang penjelajah yang mengeksplorasi keanekaragaman alam, seni, budaya, kerukunan beragama, hingga pengalaman eksotis yang memperlihatkan berbagai motif tradisional Indonesia melalui koleksi museum dan benda-benda cagar budaya. Pengunjung juga tidak akan merasa bosan mendengar penyampaian informasi atau materi mengenai sejarah karena dapat sambil melihat video pertunjukannya, sehingga dengan hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan memberi pengalaman baru yang belum pernah dirasakan.

Di akhir sesi pertunjukkan, pengunjung dapat berfoto dengan konten imersif sehingga akan menjadi kenangan bagi wisatawan



Sumber : Data Pribadi, 2026

Gambar 4. Paras Nusantara

Pada era sekarang, museum tidak hanya berfungsi untuk menjaga dan memamerkan koleksi tetapi juga menyajikan interpretasi yang relevan dengan masyarakat digital. Pendekatan interpretasi berbasis koleksi menjadi penting dikarenakan dapat membantu pengunjung menemukan makna baru dari artefak yang dipamerkan, serta mendorong keterlibatan pribadi dan intelektual dengan warisan budaya Hooper Greenhill dalam (Yudhawasthi et al., 2025).

Salah satu koleksi Museum Nasional Indonesia yang memanfaatkan teknologi digital untuk menarik minat wisatawan adalah karya monumental oleh Raden Mas Pirngadie, yang terdiri dari 78 potret kelompok etnis di seluruh kepulauan Indonesia mengelilingi peta besar Indonesia. Dibuat pada tahun 1930-an menggunakan cat minyak di panel kayu, karya ini pertama kali dipamerkan di Koloniale.

R. M. Pirngadie merupakan seorang pelukis naturalis yang memiliki peran penting dalam mendokumentasikan visual entografi serta kerajinan tradisional di kepulauan. Pirngadie juga dikenal

melalui kolaborasinya dengan J. E. Jasper yang menghasilkan penyusunan monografi lima volume yang berjudul *De Inlandsche Kunstnijverheid in Nederlandsch Indië*

Dalam kerangka interpretasi kontemporer, karya Pirngadie dihidupkan kembali melalui program *Paras Nusantara*. program ini menggabungkan teknologi komputer dengan unsur gamifikasi yang mengacu pada peta etnografi Pirngadie. Pengunjung diajak untuk mengambil foto diri, setelah itu diproses oleh sistem dan dicocokkan dengan salah satu potret etnis hasil lukisan Pirngadie. Hasil dari pencocokan tersebut ditampilkan pada layar besar, sehingga pengunjung dapat merasakan keterhubungan secara pribadi dengan mengidentifikasi diri mereka secara visual di antara keberagaman kelompok etnis di Indonesia. Program ini tidak hanya menambah pengalaman dalam kunjungan, tetapi juga memperkuat aspek edukatif melalui pendekatan belajar sambil bermain. Pemanfaatan teknologi digital seperti *Paras Nusantara* di Museum Nasional Indonesia terbukti mampu meningkatkan kepuasan serta keterlibatan pengunjung (Yudhawasthi et al., 2025).



Sumber : Data Pribadi, 2026

Gambar 5. Layar Interaktif

Pemanfaatan teknologi metaverse tourism pada Ruang ImersifA di Museum Nasional diwujudkan melalui integrasi teknologi Virtual Reality (VR) dan Augmented Reality (AR) dalam suatu lingkungan pameran yang bersifat imersif. Penerapan teknologi ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung, memperluas akses terhadap koleksi museum, serta memperkuat daya tarik museum sebagai ruang edukasi berbasis digital. Melalui ruang imersif tersebut, pengunjung dapat merasakan pengalaman visual dan auditori secara langsung, seolah-olah berada di dalam tayangan yang diproyeksikan pada dinding dan lantai di sekelilingnya. Lantai yang dipijak juga dapat merespons gerakan pengunjung sehingga menghadirkan interaksi yang dinamis tanpa memerlukan perangkat tambahan seperti headset VR. (Demolingo dan Remilenita, 2023)



Sumber : Data Pribadi, 2026

**Gambar 6. Koleksi Digital
Museum Nasional Indonesia**

Koleksi Digital Museum Nasional Indonesia dapat diakses melalui website resmi Museum Nasional Indonesia dengan judul pameran daring, lalu pengunjung akan diarahkan ke Google Arts dan Culture

untuk menjelajahi koleksi museum secara virtual. Dengan adanya koleksi digital dapat membantu wisatawan memahami koleksi apa saja yang ada di Museum Nasional Indonesia sebelum berkunjung langsung agar pengunjung sudah memiliki gambaran mengenai isi Museum Nasional Indonesia. Para pengunjung dapat melihat seluruh koleksi yang ada di museum dengan teknologi yang dapat dengan mudah diakses.

Bagi wisatawan yang ingin mengunjungi museum namun tidak dapat hadir langsung dapat mengakses pameran daring yang terdapat di website Museum Nasional Indonesia dengan mudah. Dengan adanya pameran daring ini membuat Museum Nasional Indonesia dapat dikenal lebih luas di kalangan wisatawan yang penasaran dengan apa saja yang ada di Museum Nasional Indonesia yang terletak di Jakarta Pusat.



Sumber : Data Pribadi, 2026

**Gambar 7. Platform Digital
Museum Nasional Indonesia**

Museum Nasional Indonesia memiliki platform digital seperti website atau media sosial Museum Nasional Indonesia, dengan adanya platform digital ini memudahkan pengunjung untuk mencari informasi mengenai museum sebelum

melakukan kunjungan. Pada website Museum Nasional Indonesia terdapat informasi mengenai jam operasional museum, harga tiket, lokasi, website virtual tour bagi pengunjung yang ingin menjelajahi museum secara online, dan pada website ini pengunjung juga dapat mengakses koleksi digital Museum Nasional Indonesia melalui Google Arts dan Culture. Sehingga sebelum berkunjung ke museum, pengunjung sudah memiliki gambaran mengenai isi Museum Nasional Indonesia. Bagi pengunjung yang baru pertama kali mengunjungi museum dapat dengan mudah mengakses informasi museum sebelum datang langsung. Bagi pengunjung yang baru pertama kali mengunjungi museum dapat dengan mudah mengakses informasi museum sebelum datang langsung.

Sebagai salah satu destinasi wisata budaya di Jakarta, Museum Nasional Indonesia telah melakukan inovasi dengan mengimplementasikan teknologi digital dengan baik sehingga pengunjung yang datang akan merasakan pengalaman baru dan mengesankan. Fenomena ini menjadikan Museum Nasional Indonesia sebagai tren baru untuk menikmati kunjungan ke Museum Nasional Indonesia tanpa merasa bosan dan sejak Museum Nasional Indonesia mengimplementasikan teknologi digital ini membuat jumlah kunjungan naik dengan signifikan. Berikut tabel jumlah kunjungan Museum Nasional Indonesia dari tahun 2024 – 2026 kuartel 1.

Tabel 2. Data Kunjungan Museum Nasional Indonesia

Tahun	Jumlah Kunjungan per Tahun
2024 November-Desember	212.735
2025	717.656
2026 Januari-April	182.144

Sumber : Pengurus Museum Nasional Indonesia

Dari tabel 2 dapat dilihat pada tahun 2024 Museum Nasional Indonesia mengalami kebakaran yang membakar beberapa area museum sehingga museum harus melakukan revitalisasi dan melakukan penutupan sementara pada bulan Januari sampai Oktober sampai revitalisasi pasca kebakaran selesai. Museum Nasional Indonesia dibuka kembali pada bulan November sampai Desember dengan jumlah pengunjung 212.735 orang.

Dalam 2 bulan tersebut, peneliti dapat menyimpulkan keantusiasan wisatawan untuk mengunjungi museum pasca kebakaran.

Pada tahun berikutnya yaitu 2025, jumlah kunjungan Museum Nasional Indonesia mengalami peningkatan drastis dan menyentuh angka 717.656. Hal ini disebabkan oleh penantian lama pengunjung pasca kebakaran dan di Museum Nasional Indonesia sendiri juga

melakukan inovasi dengan mengimplementasikan berbagai teknologi digital sehingga hal tersebut membuat pengunjung ingin merasakan langsung teknologi yang telah diterapkan. Dan tidak hanya wisatawan lokal namun wisatawan mancanegara juga melakukan kunjungan ke Museum Nasional Indonesia dengan tujuan rekreasi.

Pada tahun 2026 data yang didapatkan hanya dari bulan Januari hingga April sehingga belum dapat dipastikan jumlah kunjungan untuk tahun 2026 ini.

Pada penelitian yang telah dilakukan ini menunjukkan hasil bahwa digital tourism memiliki pengaruh nyata terhadap pengalaman wisatawan di Museum Nasional Indonesia. Dimensi penyediaan informasi terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan, dengan kelengkapan informasi digital yang dapat ditemukan di website resmi Museum Nasional Indonesia seperti harga tiket, jam operasional, lokasi, dan informasi kunjungan lainnya mampu membantu wisatawan dalam merencanakan kunjungan. Dimensi kesadaran konteks juga berpengaruh positif dan signifikan, menunjukkan bahwa teknologi digital mampu memberikan gambaran dan membantu pengunjung, terutama yang baru pertama kali datang untuk memahami suasana museum sebelum berkunjung secara langsung.

Untuk dimensi aksesibilitas digital terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan. Temuan ini

menunjukkan bahwa kemudahan akses terhadap layanan digital museum, seperti virtual tour dan pameran digital, sangat membantu wisatawan, khususnya yang tinggal di luar Jakarta, untuk tetap dapat menjelajahi museum dari jarak jauh. Dan yang terakhir adalah dimensi interactivity yang juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan (Kirana, 2025). Dengan mengimplementasikan media interaktif, seperti layar sentuh dan teknologi pameran digital lainnya, membuat kunjungan menjadi lebih menarik, tidak membosankan, dan lebih berkesan dibandingkan museum yang masih bersifat konvensional. Bahkan, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan digital tourism berpengaruh signifikan terhadap pengalaman wisatawan, dengan nilai F hitung sebesar 49,989 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai R Square sebesar 0,678 menunjukkan bahwa 67,8% variasi pengalaman wisatawan dapat dijelaskan oleh dimensi penyediaan informasi, kesadaran konteks, aksesibilitas digital, dan interactivity.

Di Indonesia sendiri sudah ada beberapa museum yang melakukan inovasi dengan menerapkan teknologi digital untuk menarik minat wisatawan dalam berkunjung. Pada era modern ini tentu saja museum harus meningkatkan inovasi agar banyak pengunjung yang mulai tertarik kembali untuk mengunjungi museum, di mana sebelum adanya implementasi teknologi digital di museum, museum merupakan salah

satu destinasi dengan angka kunjungan yang rendah dikarenakan minat wisatawan yang rendah dalam mempelajari sejarah dan budaya yang terdapat di museum karena museum masih bersifat konvensional (Audin et al., 2024).

Setelah banyak museum yang mengimplementasikan teknologi digital jumlah kunjungan mulai meningkat dikarenakan rasa penasaran wisatawan mengenai museum yang menerapkan teknologi untuk sarana hiburan atau edukasi yang lebih menarik dan mengesankan (Setyaningsih, 2024). Fenomena baru ini menarik wisatawan dari semua kalangan dan ini menjadi hal yang positif bagi berbagai museum untuk menarik dan meningkatkan jumlah kunjungan terutama Museum Nasional Indonesia. Dari fenomena tersebut, peneliti ingin mengetahui bagaimana teknologi digital dapat memuaskan pengalaman wisatawan saat berkunjung ke Museum Nasional Indonesia. Oleh sebab itu, peneliti mengangkat penelitian dengan judul “Pengaruh Digital Tourism terhadap Pengalaman Wisatawan di Museum Nasional Indonesia Jakarta Pusat.

Tujuan penelitian untuk mengetahui apakah dimensi penyediaan informasi pengaruh secara signifikan terhadap pengalaman wisatawan di Museum Nasional Indonesia, untuk mengetahui apakah dimensi kesadaran konteks pengaruh secara signifikan terhadap pengalaman wisatawan di Museum Nasional Indonesia, mengetahui apakah dimensi aksesibilitas digital pengaruh secara signifikan terhadap

pengalaman wisatawan di Museum Nasional Indonesia, mengetahui apakah dimensi interactivity pengaruh secara signifikan terhadap pengalaman wisatawan di Museum Nasional Indonesia dan untuk mengetahui apakah digital tourism pengaruh secara simultan terhadap pengalaman wisatawan di Museum Nasional Indonesia.

B. Metode Penelitian

Berdasarkan kriteria metodologi penelitian pada artikel tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survei eksplanatori untuk menganalisis pengaruh digital tourism terhadap pengalaman wisatawan di Museum Nasional Indonesia Jakarta Pusat (Septisuwendani, 2026). Partisipan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah mengunjungi Museum Nasional Indonesia dan telah merasakan berbagai fasilitas digital, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling (Suriani & Jailani, 2023; Djunaid, 2020). Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan indikator variabel digital tourism (penyediaan informasi, kesadaran konteks (Putra & Winata, 2025), aksesibilitas digital, dan interactivity) serta pengalaman wisatawan. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, wawancara pendukung, dan studi dokumentasi (Putria et al., 2020). Penelitian dilaksanakan di Museum Nasional Indonesia selama periode penelitian tahun 2026 dengan waktu pengumpulan data yang disesuaikan

dengan jadwal kunjungan wisatawan. Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 25 melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien

determinasi (R^2) untuk menguji pengaruh masing-masing dimensi digital tourism terhadap pengalaman wisatawan (Miftahudin et al.,2026).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2,66008360
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,081
	<i>Positive</i>	0,045
	<i>Negative</i>	-0,081
<i>Test Statistic</i>		0,081
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.0,99 ^c
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		

Berdasarkan tabel 3 nilai signifikan (2-tailed) diperoleh sebesar 0,99 lebih besar dari nilai signifikan

0,05, sehingga dapat dinyatakan data berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1 <i>(Constant)</i>	1,527	1,271		1,202	0,233
X1	-0,062	0,154	-0,072	-0,407	0,685
X2	0,110	0,136	0,145	0,808	0,421
X3	0,093	0,084	0,113	1,108	0,271
X4	-0,072	0,083	-0,091	-0,866	0,389

a. Dependent Variable : ABS_RES

Berdasarkan hasil analisis tabel 4 diperoleh nilai Sig X1 yaitu 0,685, nilai Sig X2 yaitu 0,421, nilai Sig X3 yaitu 0,271, dan nilai Sig X4 yaitu

0,389 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Penyediaan Indormasi	0,332	3,014
	Kesadaran Konteks	0,320	3,129
	Aksesibilitas Digital	0,982	1,018
	Interaktivitas	0,922	1,084
a. Dependent Variable : Total Y			

Pada tabel 5 diperoleh nilai *tolerance* X1 yaitu 0,332, X2 yaitu 0,320, X3 yaitu 0,982, dan X4 yaitu 0,922 lebih besar dari 0,100, sedangkan untuk nilai VIF X1 yaitu

3,014, X2 yaitu 3,129, X3 yaitu 1,018, dan X4 yaitu 1,084 lebih kecil dari 10,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	9,381	2,054		4,567
	Digital Tourism	,791	.055	.822	14.297
a. Dependent Variable: Pengalaman Wisatawan					

Berdasarkan tabel 6 diperoleh persamaan regresi linear sederhana yaitu:
 $Y = 9,381 + 0,791$

1. Nilai konstanta sebesar 0,169 menunjukkan apabila variabel independen yaitu digital *tourism* (X) dianggap bernilai nol, maka

Pengalaman Wisatawan (Y) berada pada nilai 9,381.

2. Koefisien regresi untuk variabel digital Tourism (X) menunjukkan nilai yang positif yaitu sebesar 0,791. Sehingga jika variabel digital *tourism* (X) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka Pengalaman Wisatawan juga akan meningkat sebesar 0,791.

Uji Hipotesis

Tujuan pada pengujian ini adalah untuk menilai apakah variabel independen yakni penyediaan informasi, kesadaran konteks, aksesibilitas digital, dan Interactivity memberikan efek yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen yaitu Pengalaman Wisatawan.

Tabel 7. Hasil Uji T

Coefficients^a					
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	9,471	2,212		4,282	0,000
1 Penyediaan Informasi	0,927	0,267	0,351	3,471	0,001
Kesadaran Konteks	0,699	0,234	0,304	2,954	0,004
Aksesibilitas Digital	0,711	0,146	0,286	4,870	0,000
Interaktivitas	0,815	0,145	0,342	5,642	0,000
a. Dependent Variable : Pengalaman Wisatawan					

1. Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji T diperoleh nilai t hitung variabel penyediaan informasi (X1) yaitu 3,471 > dari t tabel yaitu 1,985 dan nilai sig yaitu 0,001 < 0,05, maka dapat disimpulkan variabel penyediaan informasi (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan. Dari hasil uji ini dapat dikatakan bahwa hipotesis

alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (H0) ditolak.

2. Berdasarkan hasil uji T diperoleh nilai t hitung variabel kesadaran konteks (X2) yaitu 2,954 > dari t tabel yaitu 1,985 dan nilai sig yaitu 0,004 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kesadaran konteks (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan. Dari hasil uji ini dapat

dikatakan bahwa hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (H0) ditolak.

3. Berdasarkan hasil uji T diperoleh nilai t hitung variabel aksesibilitas digital (X3) yaitu 4,870 > dari t tabel yaitu 1,985 dan nilai sig yaitu 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel aksesibilitas digital (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan. Dari hasil uji ini dapat dikatakan bahwa hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (H0) ditolak.
4. Berdasarkan hasil uji T diperoleh nilai t hitung variabel interactivity (X4) yaitu 5,642 > dari t tabel yaitu 1,985 dan nilai sig yaitu 0,000 <

0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel interactivity (X4) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan. Dari hasil uji ini dapat dikatakan bahwa hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (H0) ditolak.

Rumus yang digunakan untuk menentukan t tabel yaitu :

$$Df = n - k$$

Keterangan :

Df = derajat bebas

N = jumlah sampel

K = jumlah variabel

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA^a						
<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	1474,472	4	368,618	49,989	.000 ^b
	<i>Residual</i>	700,528	95	7,374		
	<i>Total</i>	2175,000	99			
<i>a. Dependent Variable : Pengalaman Wisatawan</i>						
<i>b. Predictors : (Constant), Penyediaan Informasi, kesadaran konteks, aksesibilitas digital dan interaktivitas.</i>						

Berdasarkan hasil analisis tabel 12, didapatkan nilai f hitung yaitu 49,989 > f tabel yaitu 2,70 dan nilai sig yaitu 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel digital tourism terdapat pengaruh positif yang signifikan terhadap pengalaman wisatawan.

Rumus yang digunakan untuk menentukan f tabel yaitu :

$$df=(n-k-1)$$

keterangan :

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.823 ^a	0,678	0,664	2,71551
a. <i>Predictors</i> : (Constant), Penyediaan Informasi, kesadaran konteks, aksesibilitas digital dan interaktivitas.				

Berdasarkan tabel 9 nilai R Square sebesar 0,678 menunjukkan hubungan yang kuat, yang berarti sekitar 67,8% fluktuasi pengalaman wisatawan dapat dikaitkan dengan faktor-faktor seperti penyediaan informasi, kesadaran konteks, aksesibilitas digital, dan interactivity.

PEMBAHASAN

Pengaruh Penyediaan Informasi terhadap Pengalaman Wisatawan

Hasil analisis regresi menunjukkan variabel penyediaan informasi dengan nilai t hitung sebesar 3,471 dengan nilai signifikan sebesar 0,001. Dari perbandingan ini dapat dikatakan bahwa $t \text{ hitung} \text{ yaitu } 3,471 > t \text{ tabel} \text{ yaitu } 1,984$ dan nilai signifikan yaitu $0,001 < 0,05$. Dari hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa variabel penyediaan informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan. Hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa penyediaan informasi menjadi faktor penting bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke Museum Nasional Indonesia karena hal ini akan mempermudah wisatawan dalam

mengakses berbagai informasi seperti harga tiket, jam operasional, dan informasi lainnya sebelum mereka berkunjung langsung, sehingga variabel penyediaan informasi berpengaruh terhadap pengalaman wisatawan terhadap Museum Nasional Indonesia.

Pengaruh Kesadaran Konteks terhadap Pengalaman Wisatawan

Hasil analisis regresi menunjukkan variabel kesadaran konteks dengan nilai t hitung sebesar 2,954 dengan nilai signifikan sebesar 0,004. Dari perbandingan ini dapat dikatakan bahwa $t \text{ hitung} \text{ yaitu } 2,954 > t \text{ tabel} \text{ yaitu } 1,984$ dan nilai signifikan yaitu $0,004 < 0,05$. Dari hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa variabel kesadaran konteks berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan.

Hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa kesadaran konteks menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan pengalaman wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi di Museum Nasional Indonesia dapat memberikan gambaran dan informasi

kepada pengunjung yang baru pertama kali berkunjung ke Museum Nasional Indonesia, sehingga hal ini akan mempermudah wisatawan jika mereka berkunjung ke museum baik itu sendiri maupun berkelompok. Dengan adanya teknologi seperti virtual tour menjadi salah satu akses yang dapat digunakan oleh pengunjung yang merasa penasaran namun belum dapat mengunjungi langsung Museum Nasional Indonesia.

Pengaruh Aksesibilitas Digital terhadap Pengalaman Wisatawan

Hasil analisis regresi menunjukkan variabel aksesibilitas digital dengan nilai t hitung sebesar 4,870 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Dari perbandingan ini dapat dikatakan bahwa t hitung yaitu $4,879 > t$ tabel yaitu 1,984 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dari hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa variabel aksesibilitas digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan.

Hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas digital menjadi faktor penting terhadap pengalaman wisatawan. Hal ini dikarenakan dengan adanya aksesibilitas digital akan mempermudah wisatawan yang tinggal di luar Jakarta. Pengunjung yang tinggal di luar Jakarta dapat dengan mudah menjelajahi museum dari jarak jauh dengan teknologi virtual tour, dan pada website resmi Museum Nasional Indonesia pengunjung dapat mengakses pameran digital melalui Google Arts dan Culture. Sehingga

pengunjung luar pun dapat merasakan pengalaman yang baru meskipun tidak dapat berkunjung langsung.

Pengaruh Interactivity terhadap Pengalaman Wisatawan

Hasil analisis regresi menunjukkan variabel interactivity dengan nilai t hitung sebesar 5,642 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Dari perbandingan ini dapat dikatakan bahwa t hitung yaitu $5,642 > t$ tabel yaitu 1,984 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dari hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa variabel interactivity berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan.

Hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel interactivity menjadi faktor penting terhadap pengalaman wisatawan. Hal ini dikarenakan dengan adanya media interaktif dapat membuat kunjungan ke museum lebih mengesankan karena ada hal baru yang dapat dirasakan oleh wisatawan. Di Museum Nasional Indonesia sendiri terdapat layar touchscreen sehingga pengunjung dapat mengakses koleksi-koleksi yang ada di museum melalui layar tersebut. Inovasi ini dapat memberikan pengalaman yang menarik bagi pengunjung museum dikarenakan saat museum masih bersifat konvensional, jarang sekali wisatawan yang mengunjungi tempat wisata tersebut dikarenakan penyampaian informasi masih dianggap membosankan. Namun semenjak museum melakukan inovasi dengan menerapkan teknologi

informasi digital membuat wisatawan menjadi tertarik untuk berkunjung dan merasakan langsung suasana museum dengan teknologi digital.

Pengaruh Digital Tourism terhadap Pengalaman Wisatawan di Museum Nasional Indonesia

Berdasarkan hasil analisis uji F (simultan) nilai f_{hitung} yaitu 49,989 > f_{tabel} yaitu 2,70 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel digital tourism berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap pengalaman wisatawan di Museum Nasional Indonesia. Sehingga dapat dikatakan bahwa H_{a5} diterima dan H_{05} ditolak.

Hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa digital tourism memiliki pengaruh terhadap pengalaman wisatawan.

Pada era modern di mana semua sudah memanfaatkan teknologi pasti akan merasa bosan atau tidak tertarik untuk berkunjung dengan tidak adanya penerapan teknologi. Oleh sebab itu, Museum Nasional Indonesia sebagai salah satu museum yang terkenal di Jakarta melakukan inovasi dan pengembangan dengan penerapan teknologi digital guna meningkatkan jumlah kunjungan ke Museum Nasional Indonesia. Sekaligus memberikan kepuasan dan pengalaman yang mengesankan bagi wisatawan.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa empat dimensi digital tourism memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengalaman

wisatawan. Hal ini dapat dilihat dari penyediaan layanan yang jelas, pemahaman mengenai koleksi yang tersedia di museum, kemudahan mengakses berbagai teknologi, dan kemampuan interaksi pengunjung dengan teknologi yang ada di Museum Nasional Indonesia.

Pemanfaatan digital tourism di Museum Nasional Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai sarana pendukung layanan, tetapi juga menjadi elemen penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang lebih informatif, kontekstual, mudah diakses, dan berkesan. Hasil penelitian ini juga memperkuat bahwa penerapan teknologi digital dalam destinasi wisata budaya memberikan manfaat yang besar dalam menjawab kebutuhan wisatawan dan menciptakan kepuasan wisatawan yang berkunjung pada era digital ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digital tourism yang terdiri dari dimensi penyediaan informasi, kesadaran konteks, aksesibilitas digital, dan interactivity berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan di Museum Nasional Indonesia. Temuan ini memberikan implikasi bahwa pengelola museum perlu terus mengembangkan teknologi digital seperti virtual tour, koleksi digital, ruang imersif, dan media interaktif untuk meningkatkan kualitas pengalaman, kepuasan, serta minat kunjungan wisatawan. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat kajian mengenai digital tourism sebagai faktor penting dalam pembentukan pengalaman wisatawan pada

destinasi wisata budaya berbasis museum. Adapun batasan penelitian ini terletak pada ruang lingkup penelitian yang hanya dilakukan di Museum Nasional Indonesia, menggunakan variabel digital tourism sebagai faktor utama yang memengaruhi pengalaman wisatawan, serta melibatkan responden yang pernah mengunjungi Museum Nasional Indonesia sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada seluruh museum atau destinasi wisata lainnya. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepuasan, loyalitas, niat berkunjung kembali, atau kualitas layanan digital serta memperluas lokasi penelitian agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan memiliki daya generalisasi yang lebih luas.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah diolah dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Digital Tourism terhadap Pengalaman Wisatawan di Museum Nasional Indonesia maka dapat disimpulkan bahwa digital tourism memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan di Museum Nasional Indonesia, Jakarta Pusat.

1. Variabel penyediaan informasi terhadap pengalaman wisatawan memiliki nilai T hitung sebesar 3,471 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Dari nilai ini dapat dikatakan bahwa $t \text{ hitung } 3,471 > 1,985$ (t

tabel) dan nilai signifikan $0,001 < 0,005$. Secara parsial, hal ini menunjukkan bahwa variabel penyediaan informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan. Pengaruh positif ini dapat terjadi dikarenakan tersedianya informasi digital museum yang jelas dan lengkap serta mudah diakses seperti informasi jam operasional, lokasi, harga tiket, koleksi yang tersedia, dan fasilitas museum yang tersedia. Sehingga variabel ini memberikan kemudahan bagi wisatawan yang baru pertama kali berkunjung ke Museum Nasional Indonesia

2. Variabel kesadaran konteks terhadap pengalaman wisatawan memiliki nilai T hitung sebesar 2,954 dan nilai signifikan sebesar 0,004. Dari nilai ini dapat dikatakan bahwa $t \text{ hitung } 2,954 > 1,985$ (t tabel) dan nilai signifikan $0,004 < 0,005$. Secara parsial, hal ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran konteks berpengaruh 82 positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan. Pengaruh positif ini dapat terjadi dikarenakan dengan pemanfaatan teknologi digital dapat memberikan kemudahan wisatawan dalam memiliki gambaran mengenai lingkungan museum sebelum berkunjung.

3. Variabel aksesibilitas digital terhadap pengalaman wisatawan memiliki nilai T hitung sebesar 4,870 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Dari nilai ini dapat dikatakan bahwa $t \text{ hitung } 4,870 > 1,985$ (t

tabel) dan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Secara parsial, hal ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan. Pengaruh positif ini dapat terjadi karena wisatawan dapat dengan mudah mengakses layanan digital museum, seperti virtual tour, informasi mengenai pameran yang sedang berlangsung dan pameran daring. Kemudahan dalam mengakses dapat memperluas jangkauan layanan museum serta memberikan kesempatan bagi wisatawan termasuk yang berada di luar Jakarta, untuk tetap bisa mendapatkan pengalaman eksplorasi museum secara digital.

4. Variabel kesadaran konteks terhadap pengalaman wisatawan memiliki nilai T hitung sebesar 5,642 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Dari nilai ini dapat dikatakan bahwa t hitung $5,642 > 1,985$ (t tabel) dan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Secara parsial, hal ini menunjukkan bahwa variabel interactivity memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan. Pengaruh positif ini terjadi dengan adanya media interaktif, seperti layar sentuh, visual imersif, audio visual, serta teknologi berbasis digital lainnya, memberikan pengalaman kunjungan yang lebih menarik, partisipatif, dan berkesan bagi wisatawan. Media interaktif ini dapat memberikan motivasi bagi wisatawan untuk berkunjung agar dapat merasakan langsung

suasana museum yang telah menerapkan teknologi digital.

5. Secara simultan, variabel digital tourism terbukti dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap pengalaman wisatawan dengan nilai F hitung sebesar 49,989 dan tingkat signifikansi 0,000. Selain itu, nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,678 menunjukkan bahwa sebesar 67,8% variasi pengalaman wisatawan dapat dijelaskan oleh dimensi penyediaan informasi, kesadaran konteks, aksesibilitas digital, dan interactivity, sedangkan sisanya sebesar 32,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Hasil ini memperlihatkan bahwa digital tourism merupakan faktor yang sangat penting dalam membentuk pengalaman wisatawan di Museum Nasional Indonesia.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa penerapan digital tourism di Museum Nasional Indonesia telah berhasil meningkatkan pengalaman wisatawan, baik dari sisi kemudahan memperoleh informasi, pemahaman terhadap konteks kunjungan, kemudahan akses layanan, maupun keterlibatan aktif selama berada di museum. Oleh karena itu, digital tourism dapat dikatakan sebagai salah satu elemen strategis dalam pengembangan museum modern yang tidak hanya berorientasi pada pelestarian sejarah dan budaya, tetapi juga pada penciptaan pengalaman wisata yang inovatif, edukatif, dan

sesuai dengan kebutuhan masyarakat di era digital.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pariwisata digital, khususnya terkait pengaruh digital tourism terhadap pengalaman wisatawan di museum. Hasil penelitian memperkaya kajian empiris mengenai peran dimensi penyediaan informasi, kesadaran konteks, aksesibilitas digital, dan interactivity dalam meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan di Museum Nasional Indonesia. Temuan ini juga memperkuat teori digital tourism yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu menciptakan pengalaman wisata yang lebih edukatif, interaktif, dan berkesan bagi pengunjung. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar memperluas objek penelitian pada berbagai jenis museum atau destinasi wisata budaya lainnya, menambahkan variabel seperti kepuasan, loyalitas, niat berkunjung kembali, atau penggunaan teknologi berbasis kecerdasan buatan (AI), serta menggunakan metode campuran (mixed methods) agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dampak transformasi digital terhadap pengalaman wisatawan.

F. DAFTAR PUSTAKA

Akhsani, R., Ismanto, I., & Kholil, Moch. (2023). Penerapan Teknologi Virtual Tour untuk Pengembangan Media Promosi Kampus Berbasis Web. *Generation Journal*, 7(2), 133–140.

<https://doi.org/10.29407/gj.v7i2.20069>

Alfandy, M., & Krisnadi, A. R. (2023). Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan di kawasan Pecinan Glodok Jakarta Barat sebagai wisata sejarah dan budaya. *Jurnal Fusion*, 3(9), 949–961.

Audini, F. S., Asmaniaty, F., & Mumin, A. T. (2024). Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Melalui Metaverse Tourism. *Jurnal Darma Agung*, 32(6), 51-63. [Http://Dx.Doi.Org/10.46930/Ojs.uda.V32i6.4971](http://dx.doi.org/10.46930/ojs.uda.v32i6.4971)

Bramantyo, B. D., & Ismail, P. (2021). Digital Tourism Museum Nasional Indonesia Melalui Virtual Tour Di Masa Pandemi Covid-19. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(2), 184–196.

<https://doi.org/10.32509/wacana.v20i2.1616>

Demolingo, R. H., & Remilenita, S. (2023). Strategi Penerapan Metaverse Tourism pada Pameran Ruang ImersifA di Museum Nasional Jakarta. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 341–352.

<https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.61115>

Djunaid, I. S. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Ulang Objek Wisata Kawasan Taman Fatahilah di Kotatua Jakarta. *Jurnal Pesona Hospitality*, 13(1 Mei).

- Edrea, M., & Dewantara, Y. F. (2023). Analisis 4A terhadap Minat Berkunjung di Museum Nasional Jakarta. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9), 6953–6962.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v6i9.2840>
- Febriana, W., Madani, M., Widyawati, L., Assa'ady, M. C. U., & Sumadewa, I. N. Y. (2024). Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Pengelolaan Travel Berbasis WEB. *TheJournalish: Social and Government*, 5(4), 441-451.
<https://doi.org/10.55314/tsq.v5i4.842>
- Fibiona, I. (2019). Kota Pelabuhan Semarang Dalam Kuasa Kolonial: Implikasi Sosial Budaya Kebijakan Maritim, Tahun 1800an-1940an.
- Jannah, M. (2025). Analisis strategi pemasaran Museum Panji menggunakan teori integrated marketing communication [Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/77296>
- Karim, A., & Akud, N. (2025). Penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Dunia Pariwisata: Mini Literature Review. *Jurnal Teknologi Informasi*, 11(1), 48–53.
<https://doi.org/10.52643/jti.v11i1.6463>
- Kirana, Z. A. (2025). Inovasi Teknologi Digital dalam Meningkatkan Pengalaman Wisatawan di Destinasi Cerdas. *Tourism and Hospitality Research*, 1(2), 51-57.
<https://doi.org/10.70716/thr.v1i2.93>
- Miftahudin, M., Basuki, E. A., Wardhani, H. S., & Astuti, R. D. (2026). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Digital terhadap Kepuasan Wisatawan Destinasi Alam Paralayang Bukit Gantole Bogor. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 5(3), 3391-3401.
<https://doi.org/10.56799/ekoma.v5i3.15637>
- Putra, Y. W., & Winata, A. (2025). Pengaruh Teknologi Informasi di Kawasan Pariwisata Terhadap Literasi Digital Siswa SMK Negeri 1 Batulayar. *Journal of Independent Education*, 1(02), 58-69.
- Putria, H., Maula, L. H., & Uswatun, D. A. (2020). Analisis proses pembelajaran dalam jaringan (daring) masa pandemi covid-19 pada guru sekolah dasar. *Jurnal basicedu*, 4(4), 861-870.
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v4i4.460>
- Septisuwendani, A., Bon, S. F., Assan, T. V. S., & Trisilia, M. S. (2026). Peran Virtual Reality Tour Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisata Monumen Nasional Melalui Pengalaman Pengguna. *Jurnal Ekonomi, Akutansi dan Manajemen Nusantara*, 4(3), 283-292.

- <https://doi.org/10.55338/jeama.v4i3.460>
- Setyaningsih, L. (2024). Implementasi Tren Media Sosial 'Museum Date'dalam Tata Pamer Dan Pengembangan Program Museum Prasejarah Sebagai Strategi Meningkatkan Kunjungan Gen-Z. Konferensi Nasional Prasejarah Indonesia 2024, 167-176.<https://doi.org/10.55981/Konpi.2024.144>
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24-36.
<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Widodo, B., & Dasiah, A. N. (2021). Analisis Strategi Konsep Smart Tourism Pada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 294.
<https://doi.org/10.30647/jip.v26i3.1498>
- Wijaya, F. S., & Facrureza, D. (2024). Strategi Pengembangan Pentahelix terhadap Daya Tarik Wisatawan (Studi Kasus Tugu Khatulistiwa Pontianak). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(6), 5886–5895.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v7i6.4712>
- Yudhawasthi, C. M., Reyes Parrucho, R., & Wangsalegawa, T. (2025). Mediating Cultural Messages through Technology: A Case Study of the Paras Nusantara Program in the National Museum of Indonesia. *Proceedings from the Document Academy*, 12(2).