

**PERENCANAAN PENYUSUNAN MATERI PEMANDUAN WISATA DENGAN PEMANFAATAN  
TEKNOLOGI DIGITAL DI MUSEUM GEDUNG JUANG BEKASI  
(Planning of Tour Guide Materials with the Utilization of Digital Technology in the Museum Gedung Juang  
45 Bekasi )**

RINI UNTARI<sup>1\*)</sup>, SELVI INDAHSAARI<sup>2)</sup>, HELIANTHI DEWI<sup>3)</sup>, BEDI MULYANA<sup>3)</sup>

*1,2,3,4) Program Studi Ekowisata Sekolah Vokasi IPB University, Kampus IPB Cilibende, Kota Bogor, Indonesia  
16151*

\*email korespondensi: riniuntari@apps.ipb.ac.id

**ABSTRACT**

*Tourism digitalization can be an option to improve the quality of delivering tourist information, including in preparing guide materials. A destination that utilizes digital technology to present its collection information is the Museum Gedung Juang 45 Bekasi. This museum is a historical and educational tourism destination that has become an icon and historical center in Bekasi Regency with a digital concept that was inaugurated on March 19, 2021. The purpose of this study is to identify collections and tourist attractions in the museum and identify visitor preferences regarding the distribution of museum collection rooms that utilize technology digitally by distributing questionnaires using a Likert Scale of 1-7 to 60 respondents. The results of the questionnaire were then analyzed descriptively. The research was carried out for three months, April – June 2022. The results of the identification show that the tourist attractions at the Museum, Gedung Juang 45 Bekasi are spread over 13 collection halls, using spatial planning based on historical events with presentations using different digital technologies. The highest preference for visitors to see the collection in Hall C is about the Tarumanegara Kingdom, Hall D is about the Sunda-Sultan Mataram Kingdom, and Hall I is about the people of Bekasi defending independence.*

**Keywords:** *Digital Technology, Guide, Museum, Preference*

**ABSTRAK**

Digitalisasi wisata dapat menjadi pilihan untuk meningkatkan kualitas penyampaian informasi wisata termasuk dalam penyusunan materi pemanduan. Destinasi yang memanfaatkan teknologi digital untuk menyajikan informasi koleksinya adalah Museum Gedung Juang 45 Bekasi. Museum ini merupakan destinasi wisata sejarah dan edukasi yang menjadi ikon serta pusat sejarah di Kabupaten Bekasi dengan konsep digital yang diresmikan pada 19 Maret 2021. Tujuan penelitian ini yaitu mengidentifikasi koleksi dan atraksi wisata di museum serta mengidentifikasi preferensi pengunjung tentang pembagian ruangan koleksi museum yang memanfaatkan teknologi digital dengan menyebarkan kuesioner menggunakan Skala Likert 1-7 kepada 60 responden. Hasil kuesioner kemudian dianalisis secara deskriptif. Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan yaitu April – Juni 2022. Hasil identifikasi, atraksi wisata di Museum Gedung Juang 45 Bekasi tersebar di 13 ruangan (hall) koleksi, menggunakan penataan ruang berdasarkan babak sejarahnya dengan penyajian menggunakan teknologi digital yang berbeda-beda. Preferensi tertinggi pengunjung melihat koleksi di Hall C mengenai masa Kerajaan Tarumanegara, Hall D mengenai masa Kerajaan Sunda-Sultan Mataram dan Hall I mengenai rakyat Bekasi mempertahankan kemerdekaan.

**Kata kunci:** *Museum, Pemanduan, Preferensi, Teknologi Digital*

**PENDAHULUAN**

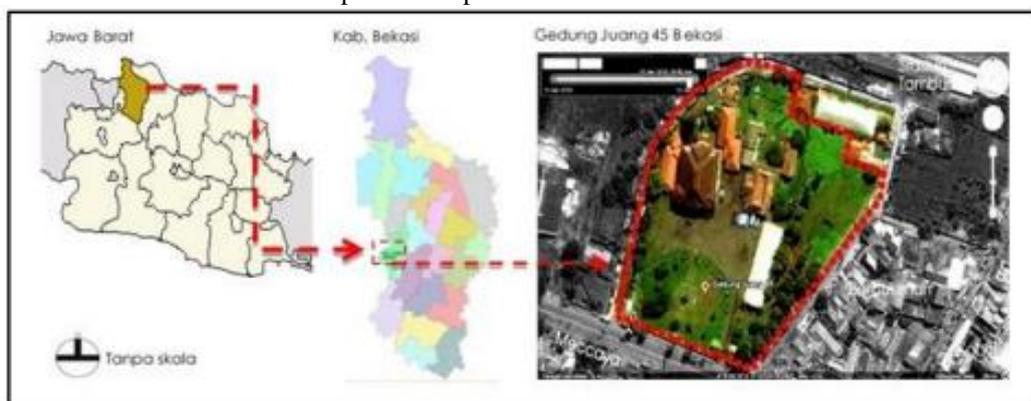
Museum difungsikan sebagai tempat pelestarian budaya, baik itu berwujud atau tidak. Museum juga berfungsi sebagai sumber informasi budaya, tidak hanya sebagai tempat untuk memamerkan benda tetapi juga sebagai tujuan pendidikan berbasis budaya bagi pengunjung (Yulianto, 2016). Museum merupakan salah satu sumber daya budaya yang dimiliki Indonesia. Jumlah museum per tahun 2020 menurut data yang dimiliki oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud Ristek) tercatat sebanyak 439 museum berdiri di Indonesia yang tersebar di 34 provinsi (Kemendikbud, 2021). Berdasarkan hasil rapat yang dilakukan oleh Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan mengadakan Rapat Koordinasi Pengelolaan Museum untuk generasi milenial pada tahun 2018, ditemukan fakta bahwa tingkat kunjungan masyarakat ke museum masih sangat rendah (Badrie, 2020). Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti masih banyaknya museum yang kurang inovatif dalam menarik minat pengunjung melalui pemanfaatan media yang sesuai dengan perkembangan zaman (Bramantyo & Ismail, 2021). Salah satu museum yang juga perlu menjadi perhatian dalam pengembangan dan meningkatkan jumlah kunjungan adalah Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi. Museum ini menyimpan berbagai macam koleksi peninggalan bersejarah maupun peradaban dari masa lampau yang memiliki nilai-nilai sejarah dan budaya (Sajiwo & Damayanti, 2016; Sinurat *et al*, 2020; Prasetyo *et al*, 2021).

Museum Gedung Juang 45 juga menjadi tempat melestarikan cagar budaya dan sebagai alternatif objek wisata sejarah serta peninggalan dan saksi sejarah di Bekasi (Ashfihanis & Siswanto, 2021). Upaya meningkatkan kunjungan di museum termasuk di Museum Gedung Juang 45 oleh pengelola dengan melakukan inovasi yaitu pemanfaatan digital teknologi (Bramantyo & Ismail, 2021).

Peningkatan pemahaman pengunjung mengenai informasi koleksi di museum dengan pemanfaatan teknologi digital juga dapat dilakukan pada kegiatan pemanduan. Pelayanan pemanduan dalam destinasi wisata penting karena mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung secara langsung (Huang *et al* 2010; Untari *et al*, 2023).

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui koleksi dan atraksi wisata yang terdapat di museum Gedung Juang 45 serta menganalisis mengenai preferensi pengunjung mengenai koleksi di museum Gedung Juang yang menarik untuk disusun dalam materi pemanduan dengan pemanfaatan teknologi digital. Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan yaitu April – Juni 2022. Data yang diambil yaitu koleksi di Museum Gedung Juang 45 Bekasi dan preferensi pengunjung mengenai koleksi museum serta penilaian pengunjung sebelum materi memanfaatkan teknologi digital dalam pemanduan serta setelah disusun materi pemanduan dengan memanfaatkan teknologi digital. Metode pengambilan data atraksi wisata bersumber dari observasi langsung dan studi literatur. Kuesioner yang disebar dengan metode random sampling dan tipe kuesioner bersifat close ended artinya pengunjung memilih jawaban yang sudah disediakan. Dalam penelitian ini, pilihan jawaban dalam kuesioner menggunakan Skala Likert 1-7 dan kuesioner disebar kepada 60 responden. Hasil kuesioner kemudian dianalisis secara deskriptif.



Gambar 1. Lokasi Penelitian  
 Sumber : Google.com, maps.google.co.id

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi merupakan destinasi wisata baru hasil dari revitalisasi pada bangunan Gedung Juang 45 Bekasi. Revitalisasi dilakukan untuk menata kembali kondisi bangunan Gedung Juang 45 Bekasi yang memiliki potensi sebagai destinasi wisata sejarah dan edukasi, kemudian didirikan museum dengan konsep digital tersebut. Bentuk inovasi untuk meningkatkan kunjungan di museum dapat melalui penggunaan teknologi digital dapat menjadi pilihan (Tsabita *et al*, 2021; Cecilia 2021).

#### 1.1. Koleksi Museum Gedung Juang 45

Museum Gedung Juang 45 Bekasi menawarkan berbagai atraksi wisata di dalamnya. Hasil observasi yang dilakukan secara langsung, koleksi yang menjadi atraksi wisata di Museum ini tersebar di 13 ruangan (*hall*) dengan menggunakan penataan ruang berdasarkan babak sejarahnya serta pemanfaatan teknologi digital dalam penyampaian informasi koleksinya. Atraksi wisata di Museum Gedung Juang 45 Bekasi yang tersebar di 13 ruangan dapat dilihat pada (Tabel 1).

Tabel 1 Koleksi Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi

Ruangan	Atraksi Wisata
Hall A (Profil Ringkas Pemimpin Bekasi)	Digital video interaktif biografi Bupati Kab. Bekasi Patung Pemimpin Bekasi
Hall B (Masa Pra Sejarah)	Peta sebaran situs penting Kerangka manusia Buni Artefak (tulang binatang, manik-manik, beliung, bandul terakota dan batu bakalan, alat logam, gerabah arikamedu) Digital interaktif <i>table</i>

<b>Ruangan</b>	<b>Atraksi Wisata</b>
<i>Hall C</i> (Masa Kerajaan Tarumanegara)	Peta pesebaran prasasti dan ringkasan sejarah Kerajaan Tarumanegara (awal berdiri – kehidupan keagamaan) Buku tentang Kerajaan Tarumanegara Foto Arca Raja Purnawarman Ringkasan sejarah tujuh prasasti peninggalan Kerajaan Tarumanegara Bangunan ciri khas Kerajaan Tarumanegara Digital interaktif <i>book</i>
Lorong <i>Hall C – Hall D</i> (Serangan Mataram ke Batavia)	Ringkasan sejarah serangan Mataram ke Batavia
<i>Hall D</i> (Masa Kerajaan Sunda-Sultan Mataram)	Diorama Pasunda Bubat Ringkasan sejarah beserta foto prasasti pada (masa awal Kerajaan Sunda, perpindahan pusat Kerajaan Sunda, piagam/ Prasasti Kebantenan) Gerabah, prasasti, dan piring keramik eropa Replika prasasti batu tulis dan watu gilang Terjemahan isi tulisan di prasasti batu tulis Arca dan cap telapak kaki Replika kapal perjalanan politik dagang Ringkasan sejarah (Kali Gomati, Kerajaan Sunda runtuh – islamisasi tatar sunda, Prabu Siliwangi, Perjalanan ke Malaka, Watu Gilang) Digital interaktif <i>book</i> <i>Digital Augmented Reality</i>
<i>Hall E</i> (Hubungan Politik dan Dagang Kerajaan Sunda dengan Portugis)	Lembar perjanjian beserta terjemahannya Diorama serangan Mataram ke Batavia
<i>Hall F</i> (Pemerintahan Hindia Belanda)	Digital interaktif <i>table</i> Replika kapal VOC Ringkasan sejarah Bekasi di bawah kekuasaan VOC dan lukisan kapal VOC Ringkasan sejarah perkembangan awal VOC di Nusantara, isi hak VOC, dan lukisan Ringkasan sejarah dan gambar Gubernur Jendral VOC (JP Coen) Rangkuman singkat VOC
<i>Hall G</i> (Bekasi di Bawah Kekuasaan Hindia Belanda)	Digital interaktif Entong Tolo Digital interaktif gerakan Petani di Tambun dan Perbanditan di Bekasi Ringkasan sejarah gerakan Petani di Tambun dan Perbanditan di Bekasi Diorama Entong Tolo
<i>Hall H</i> (Masa Pergerakan Nasional dan Pendudukan Jepang)	Diorama Romusa Digital foto-foto arsip Digital interaktif <i>table</i> Ringkasan sejarah organisasi gerakan pemberontakan di Bekasi Ringkasan sejarah kebijakan Jepang di Indonesia (KTP zaman penjajahan Jepang, Gambar Jendral Jepang)
<i>Hall I</i> (Rakyat Bekasi Mempertahankan Kemerdekaan)	Digital imersif Ringkasan sejarah tentang video yang terdapat di imersif Diorama Sasak Kapuk Monumen Kelelawar
Bawah Tangga	Ringkasan sejarah Gedung Juang Ruang Bawah Tanah
<i>Hall J</i> (Pembentukan dan Perkembangan Kabupaten Bekasi)	Peta-peta reorganisasi dan arsip-arsip Kab. Bekasi Ringkasan informasi (pengakuan kedaulatan, awal pembentukan, wilayah administratif Kab. Bekasi) Digital interaktif <i>book</i>
<i>Hall K</i> (Perkembangan Sosial Budaya)	Ringkasan informasi kesenian-kesenian khas Bekasi Digital video interaksi kesenian-kesenian khas Bekasi Ringkasan informasi pariwisata di Bekasi Ringkasan informasi kuliner khas Bekasi Ringkasan informasi batik khas Bekasi <i>Photobooth</i>

## 1.2. Karakteristik Pengunjung Museum Gedung Juang 45

Karakteristik responden pengunjung didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebesar 56,7%, berusia 14-25 sebesar 86,7% dengan status pernikahan belum menikah sebesar 73,3%. Perbedaan persentase jenis kelamin perempuan dan laki-laki tidak begitu signifikan, sehingga dapat dikatakan bahwa Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi merupakan destinasi wisata yang dapat dinikmati oleh pengunjung perempuan maupun laki-laki. Hal ini sesuai dengan penelitian Keliwar dan Nurcahyo (2015) bahwa antara laki-laki dan perempuan sama-sama memiliki motivasi yang sama untuk melakukan kegiatan wisata.

Pendidikan terakhir responden pengunjung didominasi oleh SMA/K sebesar 65% berdomisili di Jabodetabek sebesar 98,3%, dengan pekerjaan tertinggi sebagai Mahasiswa sebesar 63% sehingga penghasilan didominasi oleh < Rp500.000 sebesar 58,3%. Museum Gedung Juang 45 Bekasi sampai saat ini belum mengenakan harga tiket masuk bagi pengunjung. Bentuk kunjungan didominasi oleh kelompok kecil 2-3 orang sebesar 43,3%, dengan lama kunjungan 1-2 jam sebesar 58,3%, dan didominasi oleh pertama kali berkunjung sebesar 53,3%. Pada penelitian Dwiputra (2013) mayoritas pengunjung yang suka mencari pengalaman baru yaitu pelajar dan mahasiswa, kelompok ini juga banyak berdatangan bersama teman-temannya. Penelitian yang dilakukan oleh Koranti, *et al* (2017) menyatakan bahwa lamanya waktu kunjungan berhubungan dengan tujuan dan motivasi pengunjung untuk berkunjung. Kebanyakan pengunjung baru pertama kalinya mengunjungi Museum Gedung Juang 45 Bekasi. Hal itu dikarenakan Museum Gedung Juang 45 Bekasi adalah destinasi wisata baru yang diresmikan pada 19 Maret 2021.

## 1.3. Preferensi Pengunjung terhadap Koleksi Museum

Responden Pengunjung di Museum Gedung Juang 45 Bekasi memberikan penilaian preferensi yang berbeda-beda terhadap atraksi wisata. Preferensi adalah kesukaan, pilihan atau sesuatu yang lebih disukai konsumen (Assael, 2007). Hasil data penilaian preferensi kepada pengunjung terhadap atraksi wisata menjadi pertimbangan dalam penyusunan materi pemanduan di Museum Gedung Juang 45 Bekasi. Penilaian preferensi pengunjung terhadap atraksi wisata yang tertinggi pada masing-masing ruangan dapat dilihat pada (**Tabel 2**).

Tabel 2 Preferensi Pengunjung

No.	Ruangan	Atraksi Wisata	Rataan
1.	<i>Hall A</i> (Profil Ringkas Pemimpin Bekasi)	a. Digital video interaktif biografi Bupati Kab. Bekasi b. Patung Pemimpin Bekasi	5,6 5,6
2.	<i>Hall B</i> (Masa Pra Sejarah)	a. Kerangka Manusia Buni	5,9
3.	<i>Hall C</i> (Masa Kerajaan Tarumanegara)	a. Digital interaktif <i>book</i>	6
4.	Lorong <i>Hall C – Hall D</i> (Serangan Mataram ke Batavia)	a. Ringkasan informasi serangan Mataram ke Batavia	5,8
5.	<i>Hall D</i> (Masa Kerajaan Sunda-Sultan Mataram)	a. Diorama Pasunda Bubat	6
6.	<i>Hall E</i> (Hubungan Politik dan Dagang Kerajaan Sunda dengan Portugis)	a. Lembar perjanjian beserta terjemahannya	5,8
7.	<i>Hall F</i> (Pemerintahan Hindia Belanda)	a. Digital interaktif tabel	5,8
8.	<i>Hall G</i> (Bekasi di Bawah Kekuasaan Hindia Belanda)	a. Digital interaktif Entong Tolo	5,9
9.	<i>Hall H</i> (Masa Pergerakan Nasional dan Pendudukan Jepang)	a. Digital interaktif <i>table</i>	5,7
10.	<i>Hall I</i> (Rakyat Bekasi Mempertahankan Kemerdekaan)	a. Digital imersif	6
11.	Bawah Tangga	a. Sejarah Gedung Juang b. Ruang Bawah Tanah	5,6 5,6
12.	<i>Hall J</i> (Pembentukan dan Perkembangan Kabupaten Bekasi)	a. Digital interaktif <i>book</i>	5,8
13.	<i>Hall K</i> (Perkembangan Sosial Budaya)	a. <i>Photobooth</i>	5,9

**Keterangan:** 1 = Sangat tidak tertarik; 2 = Tidak tertarik; 3 = Agak tidak tertarik; 4 = Biasa saja; 5 = Agak tertarik; 6 = Tertarik; 7 = Sangat tertarik.

Pengunjung menilai tertarik dengan atraksi wisata yang terdapat di Museum Gedung Juang 45 Bekasi. Teknologi digital di museum didominasi dengan rata-rata enam yang berarti tertarik. Penilaian tertinggi lainnya yaitu patung, replika kerangka Manusia Buni, diorama, arsip, dan *photobooth*. Museum dengan teknologi digital yang memuat informasi mungkin dianggap sebagai suatu hal atau suatu inovasi baru dalam kegiatan wisata, sehingga pengunjung

tertarik. Manusia Buni merupakan manusia pada masa kebudayaan Buni yaitu sekitar 400 SM, kerangka Manusia Buni ini merupakan salah satu fosil bersejarah yang ditemukan di daerah Karawang.

Atraksi wisata diorama memiliki penilaian yang tinggi dikarenakan dapat menggambarkan suatu peristiwa dengan baik atau seperti nyata, sehingga pengunjung dapat membayangkan pada saat terjadinya peristiwa tersebut. Arsip merupakan rekaman peristiwa atau kegiatan pada masa lalu yang sangat dibutuhkan dalam penulisan sejarah. Pengertian tersebut sejalan dengan guna sejarah yang secara intrinsik yaitu sejarah sebagai cara mengetahui masa lampau. Peristiwa sejarah tidak dapat diungkap tanpa adanya arsip. Penilaian tertinggi terakhir yaitu *photobooth* yang dapat dijadikan sebagai rekoleksi oleh pengunjung. Penilaian preferensi pengunjung tidak terlalu berbeda. Ini dapat dipengaruhi pemanfaatan teknologi digital dalam penyampaian informasi koleksi di museum. Pemanfaatan teknologi digital seperti digital imersif di Hall I mendapat penilaian tinggi. Pemanfaatan digital imersif dapat meningkatkan pengalaman (Kexin *et al* 2021). Pemanfaatan teknologi digital dalam peningkatan pengalaman bagi pengunjung yang datang ke Museum di Jakarta juga disebutkan dalam penelitian Wiastuti *et al* (2020).

Penilaian tertinggi pada Hall C, D dan I. Hall C merupakan ruangan yang menampilkan informasi tentang masa Kerajaan Tarumanegara. Atraksi wisata yang terdapat di Hall C diantaranya yaitu peta sebaran prasasti beserta foto prasasti berwarna hitam putih, ringkasan sejarah Kerajaan Tarumanegara, buku tentang Kerajaan Tarumanegara, foto arca perunggu, informasi tujuh prasasti peninggalan Kerajaan Tarumanegara, bangunan ciri khas Kerajaan Tarumanegara, dan digital interaktif book. Sedangkan Hall D juga memiliki digital interaktif book atau digital interaktif berbentuk buku yang dikemas dalam animasi audiovisual, sehingga pengunjung mendapatkan informasi lebih tentang masa Kerajaan Sunda – Sultan Mataram. Atraksi wisata terakhir pada Hall D yaitu digital augmented reality yang merupakan teknologi yang memungkinkan integrasi secara real-time dari konten yang dihasilkan komputer digital dengan dunia nyata. Augmented reality bisa juga mempercayakan para pengguna untuk melihat objek virtual 2D atau 3D yang diproyeksikan ke dunia nyata, sehingga pengunjung dapat merasakan berada pada masa Kerajaan Sunda – Sultan Mataram.

Hall I merupakan ruangan yang menampilkan informasi tentang rakyat Bekasi pada saat mempertahankan kemerdekaan. Atraksi wisata yang terdapat di Hall I diantaranya yaitu digital imersif, ringkasan sejarah tentang rakyat Bekasi pada saat mempertahankan kemerdekaan, diorama Sasak Kapuk, dan monumen kelelawar.

#### 1.4. Pertanyaan Pre-Test

Tingkat pemahaman pengunjung mengenai koleksi di Museum Gedung Juang 45 perlu diketahui karena berkaitan dengan aspek pendidikan dan tingkat kepuasan pengunjung. Selain itu untuk mengetahui kebutuhan pengunjung mengenai materi pemanduan dan pemandu dalam berkegiatan wisata di Museum. Hasil penilaian *pre-test* pengunjung dapat dilihat pada (Tabel 3).

Tabel 3 Penilaian Pengunjung Sebelum Mendapat Materi Pemanduan

No.	Aspek Penilaian	Rataan
1.	Kegiatan wisata yang dilakukan bernilai positif bagi pengunjung	5,7
2.	Kegiatan wisata menyenangkan dan mengesankan	5
3.	Kegiatan wisata yang dilakukan menambah wawasan terkait detail informasi dari setiap atraksi wisata di museum walaupun tanpa pemandu	3,4
4.	Kegiatan wisata memberikan informasi sesuai harapan pengunjung	4,3
5.	Informasi terkait atraksi wisata mempengaruhi ketertarikan pengunjung untuk berwisata di museum	5,9
6.	Kegiatan wisata lebih efektif tanpa menggunakan pemandu	3,3

**Keterangan:** 1 = Sangat tidak setuju; 2 = Tidak setuju; 3 = Agak tidak setuju; 4 = Biasa saja; 5 = Agak setuju; 6 = Setuju; 7 = Sangat setuju.

Hasil data yang diperoleh, responden pengunjung agak tidak setuju dengan aspek kegiatan wisata yang dilakukan menambah wawasan terkait detail informasi dari setiap atraksi wisata di museum walaupun tanpa pemandu. Penilaian pengunjung berikutnya yaitu agak tidak setuju dengan kegiatan wisata lebih efektif tanpa menggunakan pemandu. Pengunjung beranggapan bahwa informasi yang didapat terkait atraksi wisata akan lebih detail dan kegiatan wisata akan lebih efektif jika menggunakan jasa pemandu wisata.

#### 1.5. Pertanyaan Post-Test

Penilaian pengunjung setelah membaca *script* pemanduan yang berisi penjelasan dengan menarik dari preferensi pengunjung tertinggi di Hall C, D dan I. Pengunjung juga menonton video uji coba pemandu terutama mengenai koleksi dengan nilai tertinggi menunjukkan respon positif. Hasil penilaian responden pengunjung setelah membaca *script* pemanduan dan melihat video uji coba dapat dilihat pada (Tabel 4).

Tabel 4. Post-Test Pengunjung

No.	Aspek Penilaian	Rataan
1.	Pemanduan yang dilakukan bernilai positif bagi pengunjung	6,9
2.	Pemanduan menyenangkan dan mengesankan	6,7
3.	Pemanduan yang dilakukan menambah wawasan terkait informasi detail atraksi wisata di museum	6,9
4.	Materi pemanduan yang diberikan sesuai dengan harapan pengunjung	6,8
5.	Materi pemanduan mempengaruhi ketertarikan pengunjung dalam berwisata	6,7
6.	Pemanduan efektif untuk kegiatan wisata di museum	6,9

**Keterangan:** 1= Sangat tidak setuju; 2 = Tidak setuju; 3 = Agak tidak setuju; 4 = Biasa saja; 5 = Agak setuju; 6 = Setuju; 7 = Sangat setuju.

Hasil data yang diperoleh, pengunjung memberikan penilaian sangat setuju pada pertanyaan *post-test* dengan nilai rata-rata yaitu tujuh. Terlihat perbedaan penilaian responden pengunjung sebelum dan setelah melihat video pemanduan serta membaca *script* pemanduan, yang disusun berdasarkan penilaian preferensi pengunjung terhadap atraksi wisata yaitu koleksi di museum dengan penilaian yang tertinggi. Perbedaan penilaian yang sangat signifikan yaitu pada sebelum melihat video uji coba serta membaca *script* pemanduan, responden pengunjung agak tidak setuju dengan pernyataan kegiatan wisata yang dilakukan menambah wawasan terkait detail informasi dari setiap atraksi wisata di museum. Setelah melihat video uji coba serta membaca *script* pemanduan, responden pengunjung sangat setuju bahwa pemanduan yang dilakukan menambah wawasan terkait informasi detail atraksi wisata di museum. Pengunjung setelah melihat video uji coba serta membaca *script* pemanduan, kegiatan wisata lebih efektif menggunakan pemandu. Penelitian Rusmiati *et al* (2022) menyebutkan pemandu wisata memiliki peranan yang penting dalam mendidik wisatawan sehingga dapat diterima dengan baik oleh masyarakat tanpa melanggar aturan yang ada. Penyampaian melalui interpretasi yang dapat diterima secara logika. Responden pengunjung juga menilai sangat setuju bahwa pemanduan efektif untuk kegiatan wisata di museum.

## SIMPULAN

Koleksi Museum Digital terbagi menjadi 13 ruangan (Hall). Museum ini menggunakan penataan ruang berdasarkan babak sejarahnya. Responden pengunjung menilai pemanfaatan teknologi digital di Hall C, D dan I dengan nilai preferensi tinggi. Penilaian preferensi dari 13 ruang yang memanfaatkan teknologi digital tidak terlalu berbeda karena memberikan pengalaman baru bagi pengunjung. Pengunjung menilai pemanduan dalam kegiatan wisata di Museum Gedung Juang bagian yang penting dalam memberikan informasi dan meningkatkan wawasan. Hal ini perlu menjadi rekomendasi bagi pengelola museum dalam penyediaan jasa pemanduan dalam upaya meningkatkan pelayanan serta kepuasan pengunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ashfihanis F, Siswanto RA. 2021. Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi pada Museum Bekasi. - *Proceeding of Art & Design* : Vol.8(6)
- Assael H. 2007. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Ed ke-4. KENT Publishing Company. Boston (US).
- Badrie. 2020. Kenapa Generasi Milenial Emoh Kunjungi Museum?. <https://www.portonews.com/2020/keuangan-dan-portfolio/pariwisata/kenapa-generasi-milenial-emoh-kunjungi-museum/>. [Diakses pada tanggal 15 Juni 2023 pukul 13.12 WIB].
- Bramantyo BD, Ismail P. 2021. Digital Tourism Museum Nasional Indonesia melalui Virtual Tour di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Volume 20(2):184-196
- Cecilia, R. R. 2021. COVID-19 Pandemic: Threat or Opportunity for Blind and Partially Sighted Museum Visitors? *Journal of Conservation and Museum Studies*, 19(1), 1–8. <https://doi.org/10.5334/jcms.200>
- Direktorat Museum. 2007. *Pengelolaan Koleksi Museum*. Jakarta: Direktorat Jendral Sejarah Dan Purbakala Departemen Kebudayaan Dan Pariwisata.

- Dwiputra, R. 2013. Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Wisata di Kawasan Wisata Alam Erupsi Merapi. *Journal of Regional and City Planning*, 24(1), 35-48. <https://doi.org/10.5614/jpwk.2013.24.1.3>
- Huang S, Hsu CHC, Chan A. 2010. Your Guide Performance and Tourist Satisfaction : a Study of The Package Tour. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 34, No. 1, February 2010, 3-33 DOI: 10.1177/109634800934981
- Keliwar S, Nurcahyo A. 2015. Motivasi dan persepsi Pengunjung terhadap Objek wisata desa Budaya Pampang di Samarinda. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure* Vol. 12(2) : 10-27
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan [Kemendikbud]. 2021. Statistik Kebudayaan 2021. In Kemendikbud. Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan. [http://publikasi.data.kemdikbud.go.id/uploadDir/isi\\_CC4179A6-B4FF-4E0C-809B-5CADD9132AB5\\_.pdf](http://publikasi.data.kemdikbud.go.id/uploadDir/isi_CC4179A6-B4FF-4E0C-809B-5CADD9132AB5_.pdf)
- Kexin G, Alei F, Xinran L, Jonathon D. 2021. Immersive Digital Tourism: The Role of Multisensory Cues in Digital Museum Experiences . *Journal of Hospitality & Tourism Research*, (), -. doi:10.1177/10963480211030319
- Koranti K, Sriyanto S, Lestiyono S. 2017. Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana di Wisata Taman Wisata Kopeng. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(3): 242-254.
- Prasetyo D, Manik TS, Riyanti D. 2021. Pemanfaatan Museum Sebagai Objek Wisata Edukasi. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 15 (1): 1–11. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v15i01.146>
- Rusmiati D, Malihah E, Andari R. 2022. Peran Pemandu Wisata dalam Pariwisata Pendidikan. *Jurnal Inovasi Penelitian*. Vol.3 No.2 Juli 2022.
- Sinurat H, Silvia I, Sabrin. 2020. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Berkunjung di Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara. *Message: Jurnal Komunikasi*, 9(Vol 9(1) : 62– 71. <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/messageilmukomunikasi/article/view/681>
- Tsabita I, Silvana H, Hadiapurwa A. 2021. Inovasi Layanan Museum Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Edutech* 20(1): 219-235 <http://ejournal.upi.edu/index.php/edutech/index>
- Untari R, Faturokhman M, Setiawan A. 2023. Analysis of Tourist Perceptions of Gunung Dago Tourism Area Regarding Tourism Guidelines. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies*. Vol 36 (2) : 33-40
- Wiasuti RD, Lestari N, Triana I, Masatip A. 2020. Enhancing Visitor Experiences at Digital Museum Concept in Jakarta September 2020. *Journal of Environmental Management and Tourism* XI(6(46)):1435-1444
- Yulianto K. 2016. Di Balik Pilar-Pilar Museum. *Wedatama Widya Sastra*. Jakarta