

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi nasional Indonesia. Sebagai negara kepulauan dengan kekayaan alam, keanekaragaman budaya, serta warisan sejarah yang melimpah, Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor pariwisata sebagai motor pertumbuhan ekonomi dan pelestarian budaya. Beragam destinasi wisata yang tersebar dari Sabang hingga Merauke menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara tujuan wisata unggulan di kawasan Asia Tenggara dan dunia. Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi pariwisata yang tinggi untuk dapat dikembangkan. Jenis wisata di Indonesia juga beragam meliputi wisata alam, wisata religi, wisata budaya, wisata kuliner, dan wisata sejarah. Wisata – wisata tersebut bergerak secara mandiri dan menggunakan strategi pemasaran agar dapat meningkatkan jumlah wisatawan sehingga memiliki pendapatan yang tinggi. Salah satu potensi pariwisata yang dimiliki oleh Indonesia dan telah mempunyai reputasi skala internasional adalah Museum Manusia Purba Sangiran.

Museum Manusia Purba Sangiran merupakan salah satu institusi arkeologi terkemuka di Indonesia yang terletak di Desa Krikilan, Kecamatan Kalijambe, Kabupaten Sragen, Provinsi Jawa Tengah. Museum ini berada di kawasan Situs Sangiran, yang dikenal sebagai salah satu lokasi penting penemuan fosil manusia purba di dunia. Kawasan ini secara resmi ditetapkan sebagai cagar budaya melalui Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 070/0/1977. Lebih lanjut, pada 5 Desember 1996, Situs Sangiran memperoleh pengakuan internasional sebagai Warisan Dunia oleh UNESCO dengan nomor registrasi 593, di bawah nama *Sangiran Early Man Site*.

Kegiatan penelitian arkeologis di kawasan Sangiran pertama kali dilakukan pada tahun 1930-an oleh G.H.R. Von Koenigswald, seorang ahli paleontologi asal Jerman. Penelitian ini menghasilkan temuan signifikan berupa fosil-fosil manusia purba serta peralatan batu sederhana. Pada awalnya, temuan-temuan tersebut disimpan secara sederhana di kediaman Kepala Desa Krikilan, Bapak Toto Marsono. Namun, seiring meningkatnya minat kunjungan masyarakat terhadap koleksi fosil tersebut, gagasan untuk mendirikan sebuah museum mulai berkembang. Museum pertama dibangun dengan luas 1.000 meter persegi di dekat Kantor Kepala Desa. Seiring bertambahnya jumlah temuan dan kebutuhan ruang yang lebih memadai, dibangunlah museum baru dengan luas lahan 16.675 meter persegi dan ruang pameran seluas 750 meter persegi.

Pada saat ini telah ditemukan lebih dari 13.685 fosil di kawasan Sangiran. Dari jumlah tersebut, sebanyak 2.931 fosil telah dipamerkan kepada publik, sementara sisanya disimpan di ruang penyimpanan. Museum Manusia Purba Sangiran memiliki nilai ilmiah yang sangat tinggi, karena menyimpan lebih dari 50% fosil *Homo Erectus* yang ditemukan di seluruh dunia. Selain fosil manusia purba, kawasan ini juga menghasilkan fosil hewan, tumbuhan, serta artefak budaya dari masa prasejarah, yang secara keseluruhan memberikan gambaran komprehensif mengenai kehidupan pada masa Pleistosen, sekitar 1,5 juta hingga 250.000 tahun yang lalu.

Kontribusi ilmiah Sangiran sangat signifikan dalam studi evolusi manusia, terutama dalam memahami jalur migrasi manusia purba dari Afrika menuju Asia. Oleh karena itu, situs ini menjadi salah satu referensi utama dalam kajian paleoantropologi dan arkeologi dunia. Saat ini, pengelolaan Museum Manusia Purba Sangiran berada di bawah naungan Badan Layanan Umum Museum dan Cagar Budaya, *Indonesian Heritage Agency* (IHA) yang merupakan bagian dari Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia. Museum Manusia Purba Sangiran terdiri dari lima klaster yang masing-masing memiliki kekhasan dalam menyampaikan sejarah kehidupan manusia purba. Klaster Krikilan merupakan pusat utama yang menampilkan koleksi fosil terbaik

dari Situs Sangiran, informasi tentang asal-usul kehidupan, serta diorama kehidupan *Homo Erectus*. Klaster Dayu yang dibuka pada 2013, menyuguhkan informasi tentang lapisan tanah purba dan perkembangan *Homo Erectus* dalam pendekatan yang edukatif dan *modern*. Sementara itu, Klaster Bukuran fokus pada teori evolusi manusia, menampilkan temuan penting *Homo Erectus* dan penyajian interaktif tentang proses adaptasi makhluk hidup. Klaster Ngebung merekam sejarah awal penelitian di Sangiran, menampilkan kontribusi tokoh-tokoh peneliti dan beragam temuan fosil penting yang dipresentasikan secara visual dan digital. Terakhir, Klaster Manyarejo menjadi wadah penghargaan atas peran masyarakat dan peneliti, menampilkan kenangan ekskavasi, mitos lokal, serta koleksi memorabilia dalam suasana rumah tradisional yang hangat dan interaktif. Seluruh klaster berada dalam kawasan Situs Sangiran yang memiliki luas wilayah mencapai 56 kilometer persegi dan telah mendapatkan perlindungan resmi sebagai cagar budaya nasional dan internasional.

Dalam upaya mengkaji posisi strategis Museum Manusia Purba Sangiran, khususnya dalam konteks pengembangan media promosi digital dan pemanfaatan teknologi dapat dilakukan analisis SWOT yang meliputi *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengelolaan serta pengembangan museum secara keseluruhan. Faktor kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) mencerminkan kondisi internal yang dapat mendukung atau menghambat pencapaian tujuan institusi, sedangkan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) berasal dari lingkungan eksternal yang dapat memberikan dampak positif maupun negatif. Melalui pendekatan ini, dapat diperoleh gambaran menyeluruh yang dapat dijadikan dasar dalam merumuskan strategi pengembangan dan inovasi. Tabel berikut menyajikan hasil analisis SWOT Museum Manusia Purba Sangiran secara sistematis.

TABEL 1. 1 ANALISIS SWOT MUSEUM MANUSIA PURBA SANGIRAN

<i>Strengths</i> (Kekuatan)	<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)
1. Diakui sebagai Situs Warisan Dunia oleh UNESCO sehingga meningkatkan daya tarik dan kredibilitas internasional. 2. Memiliki koleksi fosil manusia purba yang cukup lengkap dan bernilai ilmiah tinggi. 3. Mendukung fungsi edukasi, penelitian, dan pelestarian sejarah manusia purba.	1. Promosi digital masih terbatas. 2. Minimnya materi digital yang tersedia. 3. SDM masih cukup terbatas dalam produksi digital.
<i>Opportunities</i> (Peluang)	<i>Threats</i> (Ancaman)
1. Pengembangan media promosi inovatif dan kreatif. 2. Potensi distribusi konten edukatif secara digital melalui <i>platform</i> daring. 3. Peluang kolaborasi dengan lembaga pendidikan, startup teknologi, dan komunitas kreatif.	1. Persaingan dengan destinasi wisata lain yang melakukan pengembangan teknologi. 2. Ancaman kerusakan situs dan koleksi. 3. Keterbatasan anggaran dan tenaga ahli dalam pengembangan konten digital.

Museum Sangiran terdiri dari lima klaster museum, meliputi Museum Manusia Purba Sangiran Klaster Ngebung, Museum Manusia Purba Sangiran Klaster Krikilan, Museum Manusia Purba Klaster Dayu, Museum Manusia Purba Klaster Bukuran, dan Museum Manusia Purba Sangiran Klaster Manyarejo. Seluruh klaster tersebut berada dalam kawasan cagar budaya Situs Sangiran yang telah mendapat perlindungan dari UNESCO dan Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia. Namun, dibalik

segudang keunggulan yang dimiliki oleh Museum Manusia Purba Sangiran masih mempunyai permasalahan – permasalahan yang cukup serius yaitu kurangnya minat ketertarikan calon kunjungan wisatawan yang semestinya jauh lebih banyak karena museum tersebut telah mendapat pengakuan internasional sehingga berdampak pada kurangnya kunjungan wisata serta kurangnya pemerataan kunjungan wisatawan terhadap klaster – klaster museum sekitarnya.

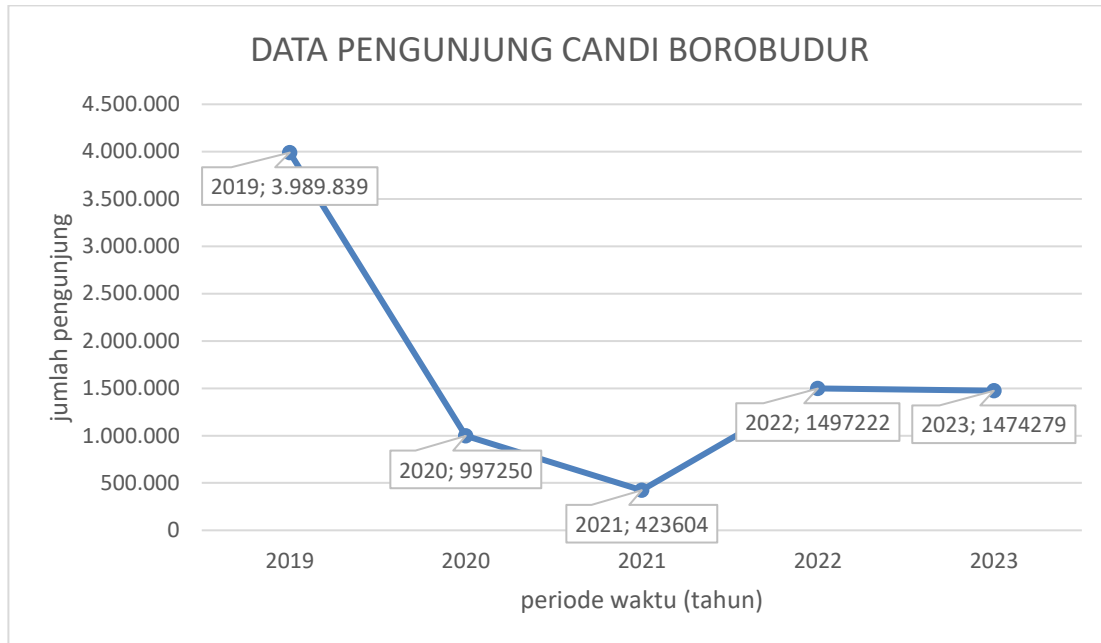


Gambar 1. 1 Grafik Data Jumlah Pengunjung Seluruh Klaster Museum Sangiran
(sumber: Museum Manusia Purba Sangiran)

Berdasarkan data Gambar 1.1 yang telah penulis dapatkan dari pihak Museum Manusia Purba Sangiran, terdapat penurunan secara drastis pada saat peristiwa wabah Covid-19 yang dimana hanya 73.023 wisatawan yang berkunjung sepanjang tahun 2020 dan mengalami penurunan sebanyak 38.876 pengunjung dikarenakan pada tahun 2021 hanya terdapat 34.147 pengunjung wisatawan. Pandemi Covid-19 telah berdampak yang signifikan pada sektor pariwisata termasuk Museum Manusia Purba Sangiran. Setelah itu, Museum Manusia Purba Sangiran berusaha untuk bangkit dari peristiwa wabah Covid-19 yang dibuktikan dengan adanya lonjakan kunjungan sebesar

141.430 pengunjung pada tahun 2022 sehingga berarti memiliki peningkatan kunjungan sebesar 175.577 pengunjung. Selanjutnya pada tahun 2023, Museum Manusia Purba Sangiran mendapat kunjungan sebanyak 153.217 sehingga kembali mengalami peningkatan kunjungan sebanyak 11.787 pengunjung. Tetapi cukup disayangkan pada tahun 2024 terdapat kunjungan sebesar 119.969 pengunjung yang berarti Museum Manusia Purba Sangiran kembali mengalami penurunan sebesar 33.248 pengunjung. Penurunan jumlah pengunjung museum pada tahun 2024 yang mencapai 33.248 pengunjung merupakan indikator serius yang menunjukkan adanya tantangan dalam menarik minat publik khususnya di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan perubahan preferensi wisatawan. Angka ini mencerminkan tidak hanya penurunan dalam aspek kuantitatif tetapi juga potensi penurunan relevansi museum di mata masyarakat terutama generasi muda yang kini lebih tertarik pada pengalaman wisata berbasis teknologi dan interaktivitas. Oleh karena itu, maka bisa disimpulkan melalui data jumlah pengunjung yang terjadi dalam kurun waktu 5 tahun terakhir kunjungan wisata di Museum Manusia Purba Sangiran bisa dikatakan belum cukup stabil dikarenakan pada tahun 2020 dan 2021 terdampak oleh pandemi Covid-19 dan setelah itu berusaha bangkit dalam meningkatkan minat daya tarik calon wisatawan.

Sebagai upaya untuk memperkuat pendapat mengenai pentingnya optimalisasi promosi Museum Manusia Purba Sangiran, penulis menyajikan data pembandingan dari situs sejarah purbakala lain di Indonesia yang telah diakui sebagai Warisan Dunia oleh UNESCO. Dalam hal ini, Situs Candi Borobudur dijadikan sebagai rujukan pembandingan karena memiliki karakteristik serupa sebagai destinasi warisan budaya yang dikelola secara nasional dan bertaraf internasional. Data kunjungan wisatawan ke Candi Borobudur diperoleh dari Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kabupaten Magelang yang dipublikasi resmi Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Magelang dan digunakan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif terkait data pengunjung.



Gambar 1. 2 Grafik Data Pengunjung Situs Candi Borobudur

(sumber: Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kab. Magelang melalui BPS Kab. Magelang)

Berdasarkan data yang ditampilkan pada Gambar 1.2 diketahui bahwa rata-rata jumlah pengunjung Situs Candi Borobudur selama lima tahun terakhir mencapai 1.676.439 pengunjung per tahun. Angka ini menunjukkan tingkat kunjungan yang cukup tinggi terhadap situs warisan budaya yang telah diakui oleh UNESCO. Sebagai perbandingan, rata-rata jumlah pengunjung Museum Manusia Purba Sangiran pada periode yang sama tercatat sebesar 124.357 pengunjung per tahun. Perbedaan signifikan ini menunjukkan adanya kesenjangan dalam tingkat kunjungan antara dua situs sejarah purbakala yang sama-sama berstatus sebagai warisan dunia. Oleh karena itu, data ini menjadi rujukan penting bahwa situs sejarah purbakala yang telah memperoleh pengakuan internasional seharusnya memiliki potensi kunjungan yang lebih besar. Hal ini memperkuat urgensi perlunya strategi promosi dan pengembangan

media informasi yang lebih inovatif untuk meningkatkan minat kunjungan calon pengunjung di Museum Manusia Purba Sangiran.



Gambar 1. 3 Grafik Data Jumlah Pengunjung Seluruh Klaster Museum Sangiran
(sumber: Museum Manusia Purba Sangiran)

Berdasarkan data Gambar 1.3, selama periode lima tahun terakhir Museum Manusia Purba Sangiran Klaster Krikilan secara konsisten menjadi destinasi dengan jumlah pengunjung terbanyak dibandingkan klaster lainnya. Pada tahun 2021 terdapat jumlah kunjungan sebanyak 65.761 pengunjung, melonjak jauh dibandingkan dengan klaster – klaster lainnya. Walaupun sempat menurun sebesar 35.468 pengunjung di tahun 2022, angka pengunjung di Klaster Krikilan kembali meningkat secara signifikan sebanyak 95.456 pengunjung pada 2023 dan tetapi kembali menurun sebesar 36.505 pengunjung di 2024 dengan 100.074 pengunjung.

Pada data Gambar 1.3, Museum Manusia Purba Sangiran Klaster Dayu menunjukkan pertumbuhan belum stabil selama 5 tahun terakhir. Klaster Dayu memiliki 3.349 pengunjung pada 2020, jumlah ini meningkat hampir sama dengan kunjungan di tahun 2021 yaitu sebesar 3.539 pengunjung hanya selisih 100 pengunjung. Pada tahun selanjutnya, Klaster Dayu mulai berusaha bangkit selepas pandemi Covid-19 yang dibuktikan adanya peningkatan kunjungan sebesar 5.230 pengunjung pada tahun 2022 dengan 8.769 pengunjung. Akan tetapi, Klaster Dayu kembali mengalami penurunan sebanyak 2.576 pengunjung pada 2023 namun kembali meningkat sebesar 2.908 pengunjung pada 2024. Sementara itu, Museum Manusia Purba Sangiran Klaster Ngebung mendapatkan kunjungan sebanyak 1.440 pengunjung pada 2020 namun karena pandemi Covid-19 mengalami penurunan cukup signifikan yaitu sebesar 1.386 pengunjung pada 2021. Klaster Ngebung terus mengalami peningkatan pada setiap tahun berikutnya yaitu sebesar 3.718 pengunjung pada 2022, meningkatkan kembali sebesar 263 kunjungan pada 2023, dan meningkat kembali sebesar 1.289 pengunjung pada 2024.

Pada data Gambar 1.3 juga menggambarkan grafik kunjungan Museum Manusia Purba Sangiran Klaster Bukuran. Klaster Bukuran mendapatkan kunjungan sebanyak 2.115 pengunjung pada 2020. Namun, sama seperti klaster lainnya, Klaster Bukuran juga mengalami penurunan pada 2021 yaitu sebesar 1.977 pengunjung. Penurunan yang signifikan tersebut tidak terlepas karena dampak pandemi Covid-19. Pada tahun berikutnya yaitu tahun 2022, Klaster Bukuran mengalami lonjakan pengunjung sebesar 2.306 pengunjung dan pada tahun berikutnya juga yaitu tahun 2023, Klaster Bukuran kembali mengalami peningkatan kunjungan yaitu sebesar 1.911 pengunjung. Namun cukup disayangkan, pada tahun 2024 Klaster Bukuran mengalami penurunan kunjungan sebanyak 339 pengunjung.

Berdasarkan data Gambar 1.3 Museum Manusia Purba Sangiran Klaster Manyarejo memiliki jumlah pengunjung paling rendah dalam lima tahun terakhir. Selain itu, Klaster Manyarejo memiliki *trend* yang cukup mirip dengan Klaster

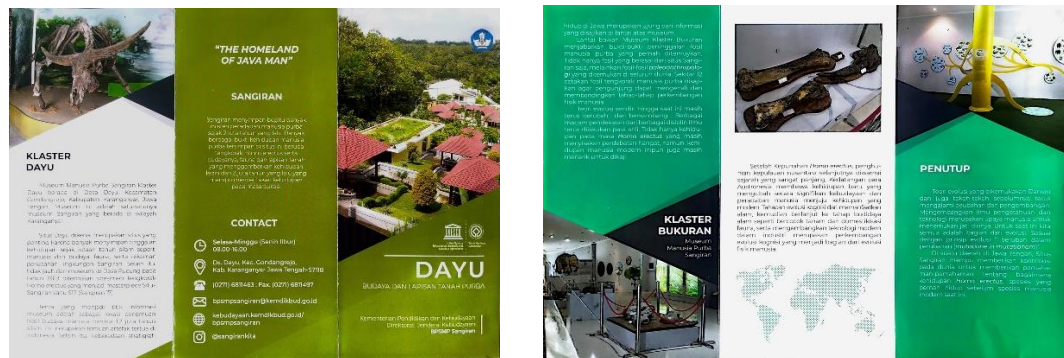
Bukuran. Dimulai pada 2020, Klaster Manyarejo mendapatkan kunjungan sebanyak 268 pengunjung tetapi sama halnya dengan klaster lainnya, Klaster Manyarejo mengalami penurunan sebesar 145 pengunjung pada 2021. Trend positif mulai ditunjukkan pada tahun berikutnya, Klaster Manyarejo mengalami peningkatan sebanyak 575 pengunjung pada 2022 dan kembali meningkat sebanyak 1.180 pengunjung pada 2023. Selanjutnya cukup disayangkan, Klaster Manyarejo mengalami penurunan sebesar 422 pengunjung pada 2024. Hal ini menunjukkan potensi pengembangan yang mungkin masih bisa dimaksimalkan. Secara keseluruhan, data ini mencerminkan bahwa Museum Manusia Purba Sangiran Klaster Krikilan mendominasi jumlah kunjungan serta adanya kesenjangan yang cukup tinggi terkait minat kunjungan wisata terhadap klaster lainnya, sementara klaster lainnya juga memerlukan strategi promosi melalui media promosi digital yang kreatif dan inovatif agar dapat mendorong atau meningkatkan minat kunjungan wisata.



Gambar 1. 4 *Leaflet* Milik Museum Sangiran

(sumber: Dokumentasi Pribadi)

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Museum Manusia Purba Sangiran melalui komunikasi 2 arah dan memperkenalkan destinasi wisata menggunakan media cetak berupa selebaran *leaflet* yang dicetak secara per klaster museum serta bersifat terbatas. Museum Manusia Purba Sangiran saat ini masih menggunakan selebaran sebagai media promosi, namun penyebarannya kurang terpadu karena setiap klaster memiliki selebarannya masing-masing. Penggunaan selebaran dinilai kurang efektif dalam menjangkau khalayak yang lebih luas. Selain itu, biaya untuk mencetak dan mendistribusikan selebaran dalam skala besar tergolong tinggi, sementara anggaran yang tersedia terbatas sehingga tidak memungkinkan pencetakan dalam jumlah banyak. Permasalahan lain yang muncul adalah isi selebaran yang jarang diperbarui sehingga informasi yang disampaikan tidak lengkap dan kurang menggambarkan Museum Manusia Purba Sangiran secara menyeluruh. Selain itu, Museum Manusia Purba Sangiran tidak dapat kembali menggunakan media cetak konvensional dikarenakan adanya kebijakan efisiensi anggaran disebabkan tingginya biaya cetak yang dibebankan kepada pihak museum.





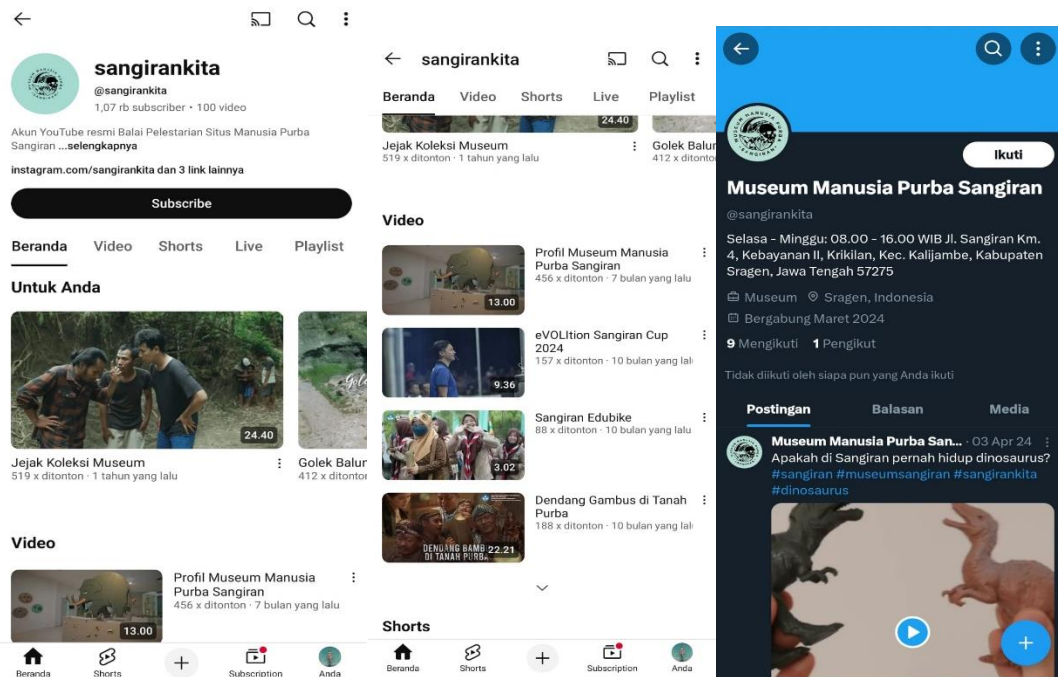
Gambar 1. 5 Isi Konten *Leaflet* Klaster Museum Sangiran

(sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pada Gambar 1.5 menyajikan konten isi selebaran *leaflet* salah satu klaster Museum Manusia Purba Sangiran. Analisis lebih lanjut terhadap *leaflet* ini mengindikasikan beberapa kekurangan informasi, dimana sebagian besar data yang disajikan masih bersifat umum. Selain itu, gaya bahasa yang digunakan cenderung kaku dan terlalu formal sehingga berpotensi mengurangi daya tarik bagi audiens yang lebih luas. Aspek krusial lainnya adalah terkait kurangnya pembaharuan mengenai informasi kontak dikarenakan Museum Manusia Purba Sangiran kini berada di bawah naungan *Indonesian Heritage Agency* (IHA) Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia. Lebih lanjut, *leaflet* tersebut belum mencantumkan informasi esensial seperti rute perjalanan menuju museum, koleksi penting atau ikonik, serta detail mengenai harga tiket masuk.

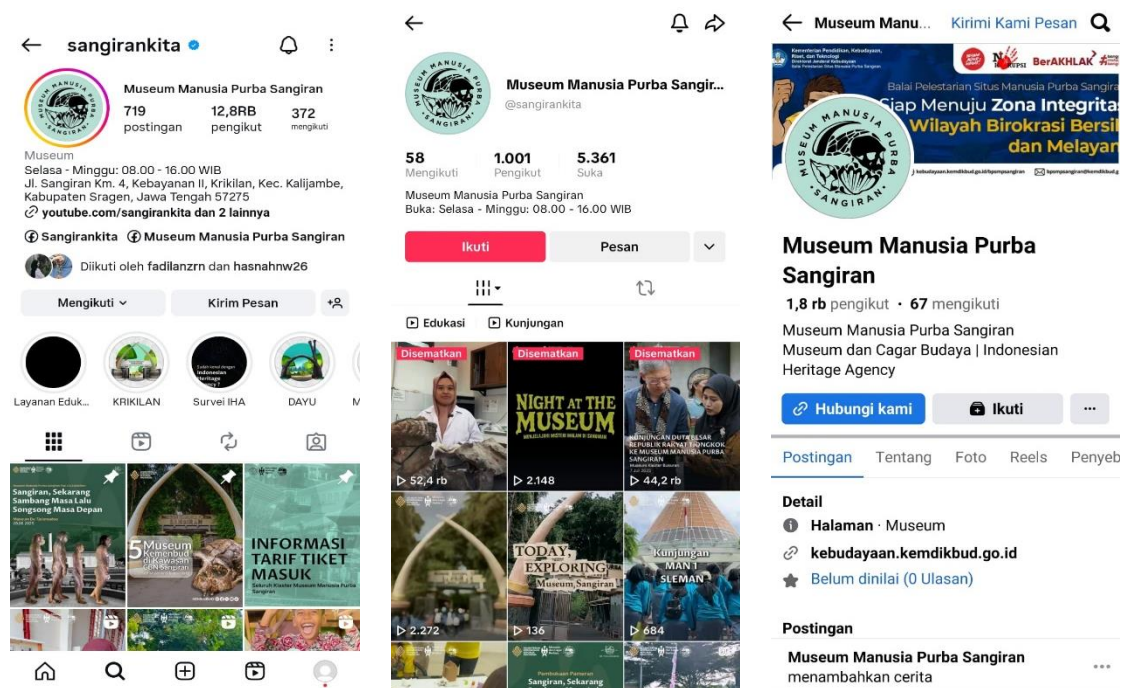
Salah satu strategi pemasaran yang diterapkan oleh Museum Manusia Purba Sangiran adalah pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi publik dan promosi. Museum ini memiliki empat akun resmi pada berbagai *platform*, yaitu Instagram, Facebook, X, dan TikTok. Namun demikian, pengelolaan seluruh akun

tersebut belum dilakukan secara optimal. Beberapa *platform* seperti YouTube dan X menunjukkan tingkat aktivitas yang rendah dengan frekuensi unggahan yang tidak konsisten. Pada platform X, unggahan terakhir tercatat pada 3 April 2024 sedangkan pada platform YouTube, konten terbaru berupa video *company profile* baru diperbarui pada tahun 2025.

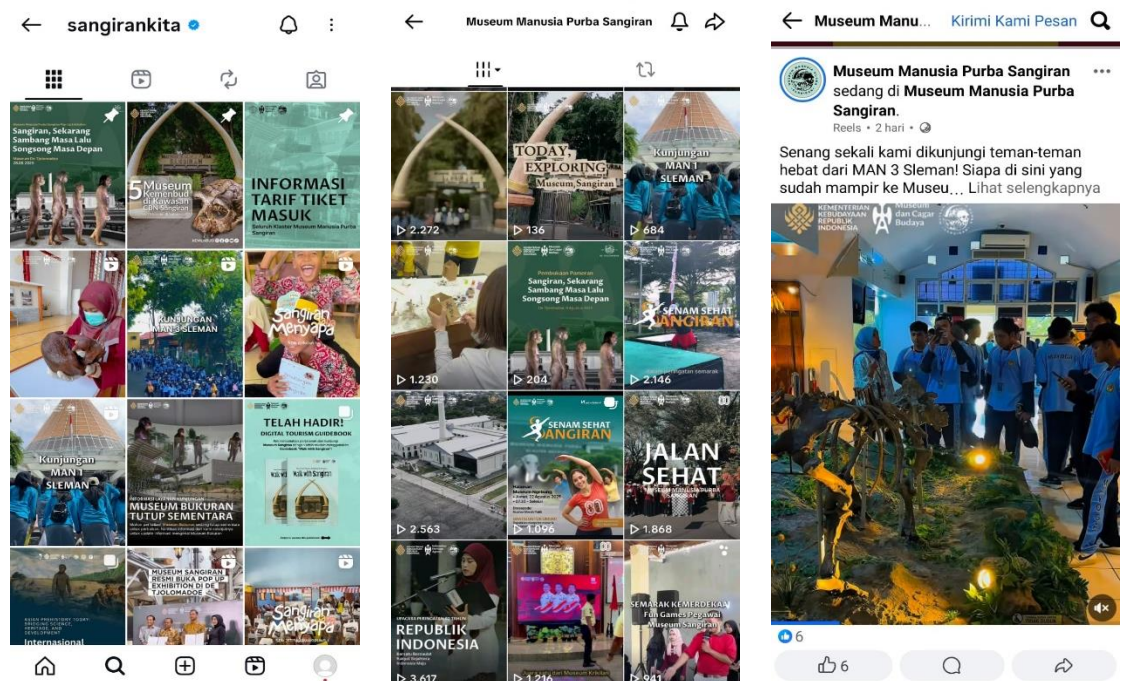


Gambar 1. 6 Halaman Profil Akun Media Sosial Youtube dan X Serta Contoh Konten

Video *company profile* yang tertera pada Gambar 1.6 memiliki permasalahan yang jika dilihat dari aspek isi konten video tersebut belum memiliki *call to action* yang kuat untuk mengajak wisatawan berkunjung. Selain itu, kekurangan yang terdapat dalam video *company profile* tersebut yaitu kurang menekankan pengalaman pengunjung yang lebih fokus pada informasi tentang museum dan koleksinya, tetapi kurang menyoroti pengalaman yang akan didapatkan wisatawan saat berkunjung, seperti aktivitas interaktif atau keunikan situs. Dalam aspek publikasi, video *company profile* tersebut kurang optimal dalam distribusi video. Video *company profile* diunggah pada *platform* Youtube yang dimana akun Youtube resmi Museum Manusia Purba Sangiran memiliki 1.007 pengikut dengan jumlah tayangan 456 tayangan. Dengan jumlah tersebut seharusnya dapat lebih dimaksimalkan kembali terkait publikasi video yang telah dibuat.



Gambar 1. 7 Halaman Profil Akun Instagram, Tiktok, dan Facebook Museum Manusia Purba Sangiran



Gambar 1. 8 Contoh Konten Platform Instagram, Tiktok, dan Facebook

Museum Manusia Purba Sangiran juga memiliki akun media sosial resmi lainnya yang aktif yaitu Tiktok, Instagram, dan Facebook. Akun media sosial yang paling aktif digunakan yaitu Instagram dengan jumlah pengikut kurang lebih 12.800 pengikut. Konten yang ditampilkan pada ketiga platform tersebut kurang lebih mempunyai konsep yang sama. Konten yang ditampilkan melalui ketiga akun tersebut umumnya berfokus pada kegiatan-kegiatan yang berlangsung di lingkungan museum. Meskipun konten tersebut pada dasarnya dapat menarik minat calon wisatawan, terdapat beberapa keterbatasan dalam penyajiannya. Informasi mengenai rute perjalanan menuju museum, misalnya, masih belum disampaikan secara memadai. Demikian pula, informasi mengenai koleksi situs beserta kekayaan arkeologis yang dimiliki, serta penjelasan mengenai klaster-klaster di Situs Sangiran, belum banyak diakomodasi dalam konten yang dipublikasikan. Selain itu, penggunaan bahasa dalam unggahan Instagram sebagian besar masih didominasi oleh Bahasa Indonesia, sehingga

berpotensi membatasi pemahaman wisatawan mancanegara terhadap informasi yang disampaikan. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan dalam strategi promosi melalui pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi yang lebih efisien dan relevan guna mendukung kegiatan promosi serta menarik minat kunjungan wisatawan ke Museum Manusia Purba Sangiran.

Guna menciptakan minat daya tarik masyarakat untuk berkunjung ke tujuan wisata membutuhkan berbagai upaya yang dapat mengkomunikasikan informasi menarik terkait potensi wisata yang ada. Komunikasi memiliki peran penting dalam pemasaran pariwisata dengan menyampaikan pesan khusus kepada wisatawan tentang apa yang harus diketahui oleh wisatawan sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung ke tempat tujuan wisata tersebut. Maka dari itu, salah satu bentuk dari komunikasi yang berperan penting dalam kegiatan pemasaran pariwisata adalah promosi. Promosi merupakan sebuah kegiatan untuk menyampaikan informasi dan bertujuan untuk memengaruhi target sasaran serta mengingatkan target sasaran untuk setia kepada produk yang ditawarkan. Promosi diciptakan untuk digunakan secara efisien dan efektif dalam meningkatkan penjualan produk sehingga dapat menjadi sebuah solusi untuk mengatasi permasalahan dari persaingan yang ketat.

Kegiatan promosi pada bidang pariwisata tentunya memiliki tujuan yang menurut Setiadi (2003:266, dalam Suwarso, 2021) adalah sebagai berikut: 1) Untuk menginformasikan (*to inform*). Kegiatan menginformasikan tersebut digunakan kepada publik tentang potensi wisata yang didalamnya bermaksud untuk mengenalkan semua hal tentang potensi wisata yang ada serta menjelaskan secara rinci semua aspek yang berkaitan dengan potensi wisata tersebut; dan 2) Untuk memengaruhi (*to persuade*). Kegiatan memengaruhi tersebut digunakan bertujuan untuk menciptakan daya minat publik terhadap potensi wisata yang ada. Kegiatan memengaruhi tersebut menggunakan pesan yang disampaikan kepada publik dengan mempersuasi publik sehingga menciptakan daya minat publik untuk mengenal secara lebih dalam terkait potensi wisata yang ada. Selanjutnya setelah proses demi proses waktu berlalu,

kegiatan memengaruhi tersebut dapat mendorong publik untuk mengunjungi secara langsung tempat wisata yang ada.

Penerapan teknologi pada strategi pemasaran merupakan hal yang lumrah digunakan pada era Industri 4.0. Kreativitas dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi telah menjadi budaya yang marak terjadi dalam kegiatan promosi produk pariwisata. Dengan adanya pengembangan teknik promosi, potensi wisata dapat disebarluaskan kepada publik secara lebih efektif dan diharapkan mampu menciptakan serta meningkatkan daya tarik bagi wisatawan. Penerapan teknologi pemasaran digital berpedoman pada konsep *smart tourism* yang menyesuaikan penggunaan media digital pada era sekarang. Penerapan teknologi tersebut juga berdampak pada industri pariwisata yang menstransformasikan kebutuhan informasi yang masih bersifat konvensional menjadi digital. Salah satu jenis penerapan teknologi informasi digital yaitu buku panduan wisata digital atau *digital tourism guidebook*.

Buku panduan wisata digital atau *digital tourism guidebook* merupakan media informasi hasil pengembangan dari media konvensional yang sudah seharusnya menjadi media informasi wajib dimiliki oleh tempat wisata. Ta'wamaludin, Widiyanti, dan Noor (2022) dalam jurnal berjudul "Perancangan *E-Guidebook* sebagai Media Promosi Wisata Kuliner di Kabupaten Garut" memaparkan hasil uji coba terhadap *E-Guidebook* yang dikembangkan dengan melibatkan 33 responden. Uji coba tersebut menghasilkan temuan bahwa sebanyak 15 responden menyatakan sangat setuju pada aspek "Kemenarikan", 21 responden sangat setuju pada aspek "Kemudahan Dipahami", 15 responden sangat setuju pada aspek "Kelengkapan Informasi", serta 23 responden sangat setuju pada aspek "Kebermanfaatan". Berdasarkan data tersebut, menjadi bukti bahwa buku panduan wisata digital adalah media yang baik dalam memfasilitasi akses mudah kepada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan informasi wisatawan. Semua informasi yang terkandung dalam buku panduan wisata digital terdapat informasi menarik mengenai potensi wisata sehingga dapat memengaruhi calon wisatawan untuk berminat ke tempat tujuan wisata tersebut. Menurut Minto,

selaku Staf Humas Museum Manusia Purba Sangiran, *digital tourism guidebook* merupakan salah satu sarana penting yang harus dibuat mengingat Museum Manusia Purba terus berupaya untuk meningkatkan jumlah pengunjung dikarenakan sebagian besar pengunjung hanya mengetahui Klaster Krikilan saja (Wawancara, 22 Februari 2025). Minto juga berpendapat bahwa *digital tourism guidebook* dengan menggunakan format digital dapat menunjang informasi mengenai Museum Manusia Purba Sangiran serta nantinya dapat ditampilkan pada *Information Tourism Center* (Wawancara, 22 Februari 2025). Dengan adanya buku panduan wisata digital memungkinkan adanya interaksi yang mudah antara tempat wisata dan wisatawan Selain itu, adanya *digital tourism guidebook* yang didukung menggunakan bentuk digital memberikan dampak positif dapat meningkatkan aksesibilitas. Hubungan timbal balik tersebut tentunya memiliki nilai yang positif sehingga keberadaan dari buku panduan wisata sangat diunggulkan.

Salah satu teknologi yang dapat digabungkan dengan buku panduan wisata digital adalah *Augmented Reality* (AR). *Augmented Reality* (AR) merupakan teknologi yang menggabungkan desain 2D atau 3D ke dalam dunia nyata dengan memproyeksikan dunia maya ke dalam dunia nyata. Pada *Augmented Reality* (AR) memberikan nuansa ilustrasi berbeda yang dapat menarik minat konsumen karena berada pada level yang berbeda. Citra visual yang ditampilkan pada realitas nyata memberikan dampak yang positif dikarenakan memiliki pesan informasi yang lebih menarik serta menjadi media yang interaktif bagi konsumen. *Augmented Reality* memungkinkan pengguna melihat versi yang “ditingkatkan” dari dunia nyata sehingga pengguna merasa seolah-olah objek virtual berada di dekatnya.

Penggunaan buku panduan digital yang memiliki visual menarik memiliki maksud yaitu adanya dukungan teknologi *Augmented Reality* didalamnya. Penggabungan media promosi berupa buku panduan wisata digital dan teknologi *Augmented Reality* merupakan salah satu kombinasi terbaik dan sejalan pada era Industri 4.0 yang dapat meningkatkan interaksi antara destinasi wisata dengan

wisatawan. Selain itu, teknologi *Augmented Reality* menghadirkan pengalaman terbaru yang cepat, ringkas, dan interaktif. Dengan adanya hal tersebut dapat menjadi inovasi terbaru mengenai media promosi selebaran *leaflet* yang dinilai memiliki kendala berupa tidak ringkas karena bersifat tidak terpadu atau diciptakan per klaster museum serta anggaran cetak yang terbatas. Berkaitan dengan media promosi wisata, faktanya Museum Manusia Purba Sangiran merupakan museum atau cagar budaya skala nasional tetapi pada realitanya ternyata belum memiliki buku panduan wisata digital. Maka dari itu, diperlukannya buku panduan wisata digital dengan visual yang menarik untuk menunjang promosi Museum Manusia Purba Sangiran dan menjadi daya tarik bagi wisatawan. Sesuai dengan pernyataan sebelumnya, Museum Manusia Purba Sangiran mempertimbangkan pembuatan buku panduan wisata digital yang didukung dengan teknologi *Augmented Reality* dengan harapan inovasi tersebut dapat memperbanyak teknik dalam melakukan pemasaran wisata dan menambah pengalaman bagi pengunjung yang datang.

Pembuatan buku panduan digital atau *digital tourism guidebook* dengan dukungan teknologi *Augmented Reality* penting untuk dilaksanakan mengingat perlunya penambahan media promosi yang menghimpun informasi secara lengkap dan detail mengenai Museum Manusia Purba Sangiran sehingga secara persuasif mampu meningkatkan minat kunjungan calon wisatawan di Museum Manusia Purba Sangiran. Sesuai dengan kondisi tersebut, penulis berfokus pada penulisan Tugas Akhir dengan judul “Produksi *Digital Tourism Guidebook* Menggunakan Dukungan *Augmented Reality* Sebagai Media Promosi Museum Manusia Purba Sangiran”.

1.2 Rumusan Masalah

Museum Manusia Purba Sangiran merupakan sebuah situs warisan dunia UNESCO dengan nilai sejarah dan ilmiah yang tidak ternilai sedang menghadapi tantangan dalam optimalisasi media promosi digital untuk menarik perhatian khalayak global. Kondisi ini mengindikasikan adanya kebutuhan mendesak untuk mengembangkan strategi promosi digital yang lebih efektif melalui pembuatan *digital*

tourism guidebook. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana mengenalkan wisata Museum Manusia Purba Sangiran pada era digital?

1.3 Tujuan

Produksi *digital tourism guidebook* memiliki tujuan yang secara jelas dan pasti mempunyai nilai positif. Tujuan produksi *digital tourism guidebook* tentang Museum Manusia Purba Sangiran adalah sebagai media promosi mengenalkan potensi wisata Museum Manusia Purba Sangiran sehingga dapat meningkatkan minat kunjungan calon wisatawan.

1.4 Manfaat

Produksi *digital tourism guidebook* yang dilaksanakan kepada klien tentunya memiliki manfaat. Manfaat dari produksi *digital tourism guidebook* adalah sebagai berikut.

1. Bagi Penulis
 - a. Memberikan penulis kesempatan untuk mengimplementasikan ilmu dan keterampilan yang telah diperoleh selama masa studi.
 - b. *Project* dapat menjadi portofolio profesional yang menunjukkan kemampuan penulis.
 - c. *Project digital tourism guidebook* secara langsung dapat melatih kemampuan manajemen proyek, manajemen waktu, serta komunikasi dengan mitra eksternal.
2. Bagi Program Studi Informasi dan Humas
 - a. *Project* produksi *digital tourism guidebook* merupakan bentuk nyata adanya kontribusi Program Studi Informasi dan Humas dalam pengembangan media promosi berbasis teknologi di bidang pariwisata.
 - b. *Project* produksi *digital tourism guidebook* menunjukkan adanya relevansi kurikulum terhadap kebutuhan industri kreatif dan pariwisata modern.

- c. Hasil produksi *digital tourism guidebook* juga dapat dijadikan sebagai contoh capaian pembelajaran mahasiswa.
3. Bagi Masyarakat
- a. Masyarakat memperoleh akses yang lebih luas dan mudah terhadap informasi destinasi dikarenakan format digital memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, efisien, dan dapat diakses kapan saja melalui perangkat berbasis internet.
 - b. *Digital tourism guidebook* mendorong peningkatan literasi wisata di mana masyarakat dapat memahami pentingnya pelestarian budaya dan lingkungan melalui informasi yang disampaikan sehingga memperkuat kesadaran akan pentingnya pengelolaan destinasi yang berkelanjutan.
4. Bagi Museum Manusia Purba Sangiran
- a. Museum Manusia Purba Sangiran sebagai mitra memperoleh media promosi yang inovatif, interaktif, dan sesuai dengan kebutuhan era digital, sehingga mampu menjangkau generasi muda serta wisatawan mancanegara secara lebih efektif.
 - b. Kehadiran *digital tourism guidebook* membantu menyampaikan informasi secara menarik dan komprehensif terkait seluruh klaster museum yang ada, serta mendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.
 - c. Adanya *digital tourism guidebook* menambah nilai edukatif dan pengalaman baru bagi pengunjung museum.

1.5 Luaran

Luaran yang dihasilkan setelah melalui rangkaian proses produksi yang dilaksanakan yaitu berupa *Digital Tourism Guidebook* Museum Manusia Purba Sangiran.