

ANALISIS ATRAKSI MUSEUM BATIK INDONESIA DI TAMAN MINI INDONESIA INDAH (TMII) SEBAGAI WISATA BUDAYA DALAM MENARIK MINAT GENERASI MUDA

Oleh

Intan Maharani¹, M. Amboro Alfianto², Sarojini Imran³

^{1,2,3}Program Studi S1 Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Pancasila

Email: 1mhrniintan9@gmail.com, 2jini.imran@univpancasila.ac.id,

3amboro.alfianto@univpancasila.ac.id

Article History:

Received: 20-06-2025

Revised: 06-07-2025

Accepted: 23-07-2025

Keywords:

Atraksi, Museum Batik Indonesia, Museum Experience, Representasi, Wisata Budaya, Generasi Muda

Abstract: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya minat kunjungan generasi muda ke museum di era digital, yang membentuk ekspektasi baru terhadap pengalaman wisata yang lebih interaktif dan partisipatif. Tujuan penelitian untuk mengidentifikasi atraksi di Museum Batik Indonesia dan menganalisis minat dan persepsi generasi muda terhadap atraksi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi muda tertarik mengunjungi Museum Batik Indonesia, terutama melalui kegiatan workshop dengan memperoleh 88 poin yang menjadi atraksi paling diminati. Kegiatan tour eksplorasi museum menempati posisi kedua dengan perolehan 56 poin dalam tingkat ketertarikan, meskipun tidak sebesar workshop, namun tetap menjadi pilihan yang menarik. Sebaliknya, kegiatan scavenger hunt dan event peringatan hari batik kurang diminati, masing-masing memperoleh 8 poin dan 6 poin. Ketertarikan terhadap atraksi tersebut didukung oleh tabulasi frekuensi yang memperlihatkan berapa banyak informan yang memiliki pendapat serupa, berdasarkan indikator dari kedua variabel, yaitu Museum Experience dan Representasi. Hal ini menunjukkan adanya kesesuaian antara atraksi yang ditawarkan dengan harapan dan karakteristik generasi muda yang cenderung menyukai pengalaman yang interaktif dan partisipatif, sehingga workshop dan tour eksplorasi museum dapat menjadi atraksi utama dalam mendukung pengembangan wisata budaya di Museum Batik Indonesia

PENDAHULUAN

Pariwisata budaya memiliki peran penting dalam memperkenalkan dan melestarikan nilai-nilai budaya bangsa. Indonesia sebagai negara multikultural dengan kekayaan etnis, tradisi, dan budaya, seharusnya memprioritaskan pengembangan wisata budaya untuk memperkuat identitas bangsa dan daya saing pariwisata (Sunaryo, 2013). Namun, perkembangan zaman dan kemajuan teknologi telah mengubah pola perilaku masyarakat, terutama generasi muda yaitu generasi z dan milenial, dalam menikmati informasi dan

hiburan melalui internet, media sosial, dan game online. Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan banyak pemakai internet Indonesia tahun 2024 yakni 221.563.479, dengan mayoritas pengguna berasal dari generasi z (kelahiran 1997–2012) sekitar 34,40%, diikuti generasi milenial (kelahiran 1981–1996) sekitar 30,62%. Pola kebiasaan ini membentuk ekspektasi baru dalam pengalaman wisata, yaitu yang bersifat interaktif, partisipatif, cepat, dan berbasis teknologi.

Sayangnya, pola konsumsi digital ini belum diimbangi dengan minat kunjungan ke museum sebagai bagian dari wisata budaya. Museum masih dianggap kurang atraktif dan terlalu konvensional karena tidak mampu menyajikan konten budaya secara dinamis dan sesuai preferensi generasi muda. Di tengah tantangan tersebut, Museum Batik Indonesia di TMII hadir sebagai wujud nyata upaya memperkenalkan museum menjadi wisata budaya. Museum ini diresmikan pada tahun 2023 dalam upaya melestarikan batik sebagai warisan budaya tak benda oleh UNESCO dari tahun 2009. Di samping itu, museum ini memberikan informasi komprehensif mengenai sejarah, filosofi, dan proses pembuatan batik, sehingga memiliki potensi atraksi yang kuat sebagai wisata budaya. Falk dan Dierking (2016) menekankan bahwa museum yang mampu memberikan pengalaman emosional, personal, dan edukatif akan lebih berhasil dalam menarik minat pengunjung muda yang cenderung menyukai pendekatan experiential learning. Oleh karena itu, diperlukan analisis secara mendalam terhadap bentuk atraksi yang ditawarkan oleh Museum Batik Indonesia sebagai wisata budaya yang mampu memenuhi harapan dan karakteristik generasi muda.

LANDASAN TEORI

Atraksi Wisata

Ramadhani et al., (2021) atraksi wisata sangat penting bagi wisatawan untuk menarik dan membuat mereka lebih menarik. Atraksi wisata memiliki pengaruh besar terhadap keinginan wisatawan untuk datang kembali. Kualitas dan kondisi suatu objek wisata berdampak langsung pada kemungkinan wisatawan untuk kembali. Suwena (2010: 88) terdapat tiga modal atraksi yang menarik datangnya wisatawan ada tiga, yaitu :

1. *Natural resources* (alam) contohnya gunung, danau, pantai juga bukit;
2. Atraksi wisata budaya contohnya arsitektur rumah tradisional di desa, situs arkeologi, museum, seni dan kerajinan, ritual, festival, kehidupan masyarakat sehari-hari, keramahtamahan, makanan; dan
3. Atraksi buatan contohnya acara olahraga, berbelanja, pameran, konferensi dan lain-lain.

Wisata Budaya

Pendit pada Sari (2010:38) Memahami hal-hal seperti praktik rakyat, tradisi, gaya hidup, budaya, dan seni, atau aktivitas dengan motivasi sejarah, merupakan tujuan dari wisata budaya. Sedangkan, menurut Arsadi dalam Larasati & Rahmawati (2017) wisata budaya merupakan pariwisata yang modal utama atraksinya yaitu unsur budaya. Atraksi dalam wisata tersebut dapat berupa seni pertujukan, bangunan museum maupun atraksi serupa lainnya.

Museum Experience

Kotler juga Neil dalam Melyanti (2014) museum *experience* yakni bermacam dari wisatawan mencari kesenangan yang mana mereka dapat ikut serta langsung dalam sebuah pengalaman yang didalamnya terdapat unsur edukasi, peluang rekreasi dan hanya membeli

souvenir dan juga makanan. Kotler dan Neil dalam Melyanti (2014) menyatakan bahwa setidaknya ada enam museum *experience* yang ditawarkan oleh museum yaitu :

1. *Recreation Experience*

Mencakup kegiatan-kegiatan yang bersifat sementara, menyenangkan, santai, dan membebaskan serta pengalihan perhatian yang dapat menyegarkan jiwa dan raga..

2. *Sociability Experience*

Mencakup pertemuan dengan atau ikut serta dengan orang lain, melihat bersama-sama dengan orang lain, ikut andil bermacam aktivitas umum.

3. *Learning Experience*

Kegiatan learning experience mencakup mengumpulkan juga mendapat informasi baru juga memahami pola, berolahraga, rasa keingintahuan serta rasa penemuan, wawasan, serta reflecting, berlatih keterampilan kognitif.

4. *Aesthetic Experience*

Berfokus pada keindahan dan bukan pada fungsi, mengalami mutu pengalaman yang inheren pada pengalaman itu sendiri dan yang kita tanggapi dengan indera kita, seperti yang ditunjukkan dalam aktivitas terkonsentrasi atau intens di mana kita mempersepsi kualitas sensorik seperti warna, pola, dan tekstur, serta perasaan gembira dan euforia dan dalam keadaan gelisah yang ditimbulkan oleh kualitas inheren dalam objek alami, buatan, atau peristiwa.

5. *Celebrative Experience*

Menyadari dan memberikan penghormatan kepada para pemimpin, peristiwa, kelompok, atau organisasi; berbagi di pencapaian; terhubung dengan masa lalu dan catatan sejarah; bertahan dengan waktu dan sejarah; dan berpegang teguh pada standar yang menghormati kepekaan, memperluas pikiran, dan membentuk aspirasi.

6. *Issue - oriented experience*

Menjalani juga ikut serta dalam isu publik yang kontemporer yang bisa memberi dampak sebuah dan kepedulian masyarakat setempat juga masyarakat yang lebih besar.

Representasi

Tim O'Sullivan dalam Pakarti (2017) memberi makna representasi pada dua arti. Pertama, representasi yakni suatu tahap sosial dari representing, juga yang kedua, representasi yakni produk dari tahap sosial representing yang mengacu di suatu makna. Pada tahap representasi, ada tiga elemen yang terlibat, yaitu :

1. Objek

Dalam proses representasi, sesuatu yang direpresentasikan disebut dengan objek. Objek merupakan tanda yang membangkitkan makna atau sesuatu yang merujuk pada landa. Sesuatu yang diwakili oleh representamen yang berkaitan dengan acuan. Objek dapat berupa representasi mental (ada dalam pikiran) dapat juga berupa sesuatu yang nyata di luar tanda.

2. Tanda

Pada tahap representasi, tanda bisa dikatakan representasi itu sendiri. Tanda yakni sesuatu hal (warna, isyarat, kedipan mata, objek) yang memvisualisasikan sesuatu yang lain selain dirinya sendiri.

3. *Coding*

Ciri penting sebuah tanda adalah kemampuannya untuk menghubungkan suatu objek yang ingin diidentifikasi; umumnya, satu tanda hanya merujuk pada satu objek, atau satu tanda merujuk di sekelompok objek yang didefinisikan dengan jelas. Pengodean ini, yang merupakan seperangkat aturan yang mengatur kaitan suatu tanda dengan subjeknya, membatasi kemungkinan makna yang timbul selama tahap interpretasi. Akibatnya, terdapat kedalaman makna dalam representasi.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Museum Batik Indonesia yang ada di kawasan Taman Mini Indonesia Indah (TMII). Metode penelitian ini menggunakan deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan yaitu analisis data kualitatif yang dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu akumulasi data, reduksi data, penyajian data, juga penulisan simpulan. Pengkaji memakai tabulasi frekuensi untuk mendukung interpretasi data, dengan tujuan menunjukkan kecenderungan jawaban informan terhadap kegiatan tertentu. Data primer didapat dari temuan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedang, data sekunder diperoleh dari buku-buku, artikel, jurnal, skripsi terkait dan juga berbagai sumber lainnya. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di lapangan, wawancara dengan informan yang sesuai kriteria untuk menjawab permasalahan dari penelitian, serta dokumentasi untuk melengkapi metode observasi dan wawancara guna mendapatkan hasil penelitian yang kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Recreation Experience

a. Kegiatan yang Menyenangkan

Kegiatan yang dikemas secara interaktif, partisipatif, dan memberikan kesenangan akan menciptakan pengalaman positif yang melekat pada memori pengunjung, khususnya generasi muda yang cenderung mengutamakan aspek pengalaman dibandingkan informasi semata. Museum Batik Indonesia merancang berbagai kegiatan yang bersifat *hands-on* agar pengunjung memiliki pengalaman personal yang menyenangkan. Adapun kegiatan ini meliputi: workshop mencanting, workshop membatik pewarna alam, workshop menggambar isen-isen/isian motif, workshop desain busana kain perca, tour eksplorasi museum, scavenger hunt (permainan menyelesaikan suatu misi), dan event hari batik. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pengelola Museum Batik Indonesia, seluruh kegiatan tersebut mendapat respons positif, namun yang paling menyenangkan dan diminati oleh generasi muda adalah tour eksplorasi museum dan keempat jenis workshop tersebut. Hal tersebut diperkuat oleh pengunjung, kegiatan workshop dan tour eksplorasi museum merupakan kegiatan yang paling menyenangkan dan menarik selama kunjungan ke museum ini.

b. Relaksasi

Pernyataan pengelola Museum Batik Indonesia, kegiatan tour eksplorasi museum, workshop, dan scavenger hunt, didukung dengan suasana yang relaksasi dan fasilitas nyaman, seperti ruangan yang bersih, aroma ruangan yang wangi, suhu sejuk disetiap ruangan, ketersediaan kursi istirahat, serta pelayanan staf yang ramah. Hal ini membuat pengunjung merasa lebih betah berlama-lama dan leluasa menikmati seluruh kegiatan dengan penuh apresiasi.

2. Sociability Experience

a. Interaksi Lansung

Interaksi yang terjalin antara pengunjung dan pemandu menjadi kunci penting dalam membangun *sociability experience*. Peran pemandu menjadi penghubung antara materi yang disajikan dengan pemahaman pengunjung. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan pengelola Museum Batik Indonesia, dalam kegiatan tour eksplorasi museum, pemandu tidak hanya memberi informasi satu arah, tetapi juga mengajak berdiskusi dan bertukar pendapat. Dengan cara ini, suasana menjadi santai dan tidak kaku sehingga pengunjung merasa lebih dekat dengan budaya batik.

b. Berpartisipasi dalam Kegiatan Publik

Berpartisipasi dalam kegiatan publik membuat generasi muda tidak hanya menjadi penerima informasi secara pasif, namun terlibat langsung dalam pengalaman bersama yang memperkuat keterhubungan interpersonal melalui diskusi, berbagi pengalaman, serta meningkatkan kualitas pengalaman dan menumbuhkan apresiasi yang lebih dalam terhadap batik. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan pengelola Museum Activation TMII, sebagai pelengkap tour eksplorasi museum, workshop dapat memperkaya pengalaman pengunjung dengan keterlibatan langsung dalam proses membatik, sehingga pembelajaran menjadi lebih mendalam dan bermakna.

3. Learning Experience

a. Pengetahuan Baru

Proses belajar dibangun melalui penyampaian informasi dan keterlibatan langsung dalam suatu kegiatan, yang menimbulkan rasa ingin tahu yang pada akhirnya menjadi pengetahuan baru bagi pengunjung. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan pengunjung, pengalaman mengikuti kegiatan workshop ini memberikan pengetahuan baru mengenai proses membatik, mulai dari teknik dasar membatik, proses pewarnaan, hingga kesadaran bahwa proses tersebut rumit dan membutuhkan ketelatenan. Dengan demikian, keterlibatan aktif dalam kegiatan tersebut tidak hanya menambah wawasan, tetapi juga memperkuat pemahaman dan apresiasi terhadap budaya batik.

b. Melatih Kemampuan Kognitif

Dalam hal ini, Museum Batik Indonesia menyediakan media pembelajaran berupa permainan interaktif *gamebox*, yaitu menyusun kata dari gambar motif, alat, atau bahan yang digunakan dalam pembuatan batik, serta menghadirkan kegiatan *scavenger hunt*. Pernyataan pengunjung memperkuat hal tersebut, selama mengikuti tour eksplorasi museum, mereka memainkan gamebox yang membuat kunjungan menjadi tidak membosankan serta turut melatih daya pikirnya. Menurut pengelola Museum Activation TMII, kegiatan scavenger hunt dinilai sebagai salah satu kegiatan yang efektif dalam merangsang kerja otak pengunjung, karena mendorong mereka untuk berpikir kritis dan memecahkan suatu petunjuk.

4. Aesthetic Experience

a. Desain Eksterior

Dalam desain eksterior, bentuk bangunan dan tampilan luar berperan penting sebagai kesan pertama yang membangun rasa ingin tahu dan menarik pengunjung untuk masuk ke dalam. Pernyataan pengelola Museum Batik Indonesia, museum ini memadukan desain eksterior modern dengan bangunan yang tidak berbentuk kotak standar seperti museum pada umumnya, ditambah dekoratif lipatan kain batik Kawung di bagian depan, yang menunjukkan keunikan dari museum ini. Desain eksterior yang unik tersebut turut

menciptakan suasana yang lebih hidup dan meriah saat event peringatan hari batik, sehingga menambah kesan istimewa dan mengundang pengunjung untuk merayakan budaya batik dengan lebih antusias.

b. Desain Interior

Pernyataan pengelola Museum Batik Indonesia, penataan ruang pameran mengikuti alur cerita yang disusun oleh kurator dengan menjaga kondisi benda agar tidak rusak, sesuai prinsip konservasi preventif. Penggunaan pencahayaan yang terkontrol, penataan koleksi yang rapi dan *aesthetic*, serta teknologi interaktif yang memadai, sehingga mendorong pengunjung untuk mengeksplorasi ruangan lebih jauh melalui kegiatan tour eksplorasi museum.

5. Celebrative Experience

a. Kebanggaan terhadap Batik

Pernyataan pengelola Museum Activation TMII, Museum Batik Indonesia membangkitkan rasa bangga generasi muda terhadap batik dengan konsisten mengkampanyekan, melalui berbagai kegiatan edukasi dengan mendorong pengunjung untuk menggunakan batik dalam kehidupan sehari-hari serta mengadakan event peringatan hari batik. Proses mengenal batik secara lebih dekat ini menumbuhkan rasa bangga yang muncul bukan karena paksaan, tapi karena pengalaman pribadi.

b. Penghormatan terhadap Tokoh-Tokoh Berjasa

Pernyataan pengelola Museum Batik Indonesia, dalam kegiatan tour eksplorasi museum, pengunjung akan diperkenalkan pada tokoh-tokoh yang berkontribusi dalam sejarah batik di ruangan Galeri Kemasyhuran, yang kisahnya menumbuhkan rasa penghormatan, empati, dan inspirasi. Dengan menampilkan kontribusi nyata mereka, museum merelevansikan batik dalam konteks masa kini agar nilai budayanya terasa lebih hidup, dekat, dan menginspirasi pengunjung untuk terus melestarikannya.

6. Issue - Oriented Experience

a. Pelestarian Batik di Era Globalisasi

Pernyataan pengelola Museum Batik Indonesia, dalam kegiatan tour eksplorasi museum, pengunjung akan dijelaskan bahwa di era globalisasi yang membawa berbagai pengaruh budaya asing, batik tetap mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman tanpa kehilangan nilai aslinya, yaitu teknik membatik tradisional seperti terlihat di ruang Khazanah Batik. Melalui penjelasan dan pengalaman langsung ini, generasi muda diharapkan dapat mengubah cara pandang mereka dari sekadar mengenakan batik menjadi menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pelestarian batik agar pengaruh budaya asing di era globalisasi tidak mengubah nilai asli batik di masa depan. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa berbagai kegiatan lainnya, seperti workshop, *scavenger hunt*, dan event peringatan hari batik turut berperan penting dalam menumbuhkan rasa tanggung jawab generasi muda terhadap pelestarian batik.

b. Mendorong Minat Generasi Muda

Pernyataan dari pengelola Museum Activation TMII, museum menarik minat generasi muda dengan menghadirkan pengalaman yang menggabungkan proses digital dan manual. Melalui workshop langsung dan tayangan digital dalam kegiatan tour eksplorasi, pengunjung dapat menyaksikan sejarah batik serta tahapan pembuatannya, mulai dari mencanting hingga pembilasan. Hal ini bukan hanya memberikan pengalaman edukatif, tetapi juga

memperlihatkan nilai kerja dan seni di balik kain batik yang selama ini hanya dipandang sebagai sebuah produk akhir saja.

7. Objek

a. Menampilkan Koleksi Batik

Museum menampilkan objek koleksi batik dengan membaginya ke dalam ruangan bertema untuk menyajikan informasi secara terstruktur dan memudahkan pengunjung memahami setiap cerita atau pesan di balik masing-masing ruangan. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan pengelola Museum Batik Indonesia, di tiap ruangan koleksi batik ditampilkan secara fisik, seperti digantung dan ditempatkan di etalase, dengan penyampaian pesan melalui berbagai media seperti panel informasi dan video, yang mendukung kegiatan tour eksplorasi museum agar pengunjung dapat memahami setiap koleksi secara mendalam.

b. Ragam Motif Batik dari Berbagai Daerah

Motif batik dari berbagai daerah sebagai objek yang ditampilkan di museum ini bukan hanya soal estetika, melainkan menggambarkan keberagaman budaya Indonesia. Setiap motif memiliki filosofi, makna, dan konteks penggunaannya yang berbeda, menunjukkan bahwa batik sebagai cerminan hidup masyarakat setempat. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan pengelola Museum Batik Indonesia, melalui kegiatan tour eksplorasi museum, pengunjung dibimbing untuk memahami bahwa batik merupakan sistem budaya yang hidup dan beragam, bukan sekadar sebuah entitas tunggal.

8. Tanda

a. Panel atau Papan Informasi sebagai Tanda Interpretatif

Panel berfungsi sebagai tanda interpretatif yang tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membentuk pemahaman. Selaras dengan pernyataan pengelola Museum Batik Indonesia, dalam kegiatan tour eksplorasi museum, panel menjadi panduan penting bagi pemandu dalam menjelaskan koleksi secara naratif dan kontekstual. Teks pada panel dirancang untuk memberikan informasi dengan mempertimbangkan kemampuan literasi, penggunaan kata-kata yang mudah dipahami, dan disesuaikan dengan usia pengunjung termasuk anak-anak dan generasi muda.

b. Klasifikasi Ruangan

Klasifikasi ruangan berfungsi sebagai tanda yang menyampaikan makna tertentu. Museum Batik Indonesia mengklasifikasikan ruangannya menjadi tujuh bagian dengan tema tertentu. Selaras dengan pernyataan pengelola Museum Batik Indonesia, dalam kegiatan tour eksplorasi museum, klasifikasi ruangan membantu pemandu menyampaikan informasi secara terstruktur, sehingga pengunjung dapat mengikuti narasi dengan jelas. Dengan begitu, museum menciptakan pengalaman yang tidak hanya informatif, tetapi mengajak pengunjung untuk merenung agar makna batik dapat dipahami secara perlahan, sesuai konteks, dan lebih mendalam.

9. Coding

Penggunaan Teknologi

Di Museum Batik Indonesia, coding digunakan dalam teknologi interaktif untuk membantu mengarahkan pemahaman pengunjung terhadap objek dan makna yang ditampilkan. Teknologi dalam ruang pameran museum seperti layar geser, *gamebox*, *audiovisual*, dan peta interaktif tidak hanya sekedar pelengkap, tetapi menjadi bagian penting dalam mendukung kegiatan tour eksplorasi museum, karena menyajikan informasi secara menarik. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan pengunjung, jika informasi dalam kegiatan

tour eksplorasi museum disampaikan dengan dukungan teknologi, generasi muda cenderung lebih tertarik dan tidak mudah merasa bosan. Kehadiran teknologi ini menjembatani generasi muda agar lebih tertarik mengenal budaya batik melalui pendekatan yang relevan dengan gaya hidup mereka saat ini.

Berdasarkan analisis yang telah dipaparkan di atas, berikut ini disajikan tabulasi frekuensi yang disusun untuk memberikan gambaran mengenai tingkat ketertarikan dan persepsi para informan terhadap berbagai kegiatan yang terdapat di Museum Batik Indonesia, berdasarkan indikator dari kedua variabel yaitu Museum Experience dan Representasi :

Tabel 1 Tabulasi Frekuensi

Variabel Museum Experience	Kegiatan						
	Workshop Mencanting	Workshop Menggambar Isen-Isen	Workshop Membatik Pewarna Alam	Workshop Desain Busana Kain Perca	Tour Eksplorasi Musuem	Scavenger Hunt	Event Hari Batik
Kegiatan Menyenangkan	4	4	4	4	4	2	2
Relaksasi	2	2	2	2	4	2	-
Interaksi Langsung	-	-	-	-	4	-	-
Berpertisipasi Kegiatan Publik	4	4	4	4	1	-	-
Pengetahuan Baru	4	4	4	4	-	-	-
Melatih Kemampuan Kognitif	-	-	-	-	3	1	-
Desain Eksterior	-	-	-	-	-	-	1
Desain Interior	-	-	-	-	4	-	-
Kebanggan terhadap Batik	3	3	3	3	4	1	1
Penghormatan Tokoh-Tokoh Berjasa	-	-	-	-	4	-	-
Pelestarian Batik di Era Globalisasi	4	4	4	4	4	2	2
Mendorong Minat Generasi Muda	1	1	1	1	4	-	-
Variabel Representasi	Kegiatan						
	Workshop Mencanting	Workshop Isen-Isen	Workshop Membatik Pewarna Alam	Workshop Desain Busana Perca	Tour Eksplorasi Museum	Scavenger Hunt	Event Hari Batik
Menampilkan Koleksi Batik	-	-	-	-	4	-	-
Ragam Motif	-	-	-	-	4	-	-
Panel	-	-	-	-	-	4	-

Klasifikasi Ruangan	-	-	-	-	-	4	-	-
Penggunaan Teknologi	-	-	-	-	-	4	-	-

Keterangan Tabel Diatas :

- Angka 1–4 menunjukkan jumlah informan yang memberikan tanggapan terhadap masing-masing indikator dari berbagai kegiatan.
- Jumlah Informan : 4 orang, terdiri dari pengelola Museum Activation TMII, pengelola Museum Batik Indonesia, serta dua orang pengunjung dari kalangan generasi muda.

Hasil tabulasi frekuensi menunjukkan bahwa berbagai jenis kegiatan workshop mendominasi minat informan. Hal ini terlihat bahwa kegiatan workshop memperoleh skor tertinggi, yakni sebanyak 88 poin. Sementara itu, kegiatan tour eksplorasi museum berada di posisi kedua dengan 56 poin, disusul oleh scavenger hunt yang hanya mendapatkan 8 poin, dan event peringatan hari batik menempati posisi paling rendah dengan 6 poin.

KESIMPULAN

Berlandaskan temuan pengkajian juga pembahasan yang sudah dijalankan, dapat disimpulkan bahwa generasi muda menunjukkan ketertarikan untuk berkunjung ke Museum Batik Indonesia, khususnya melalui kegiatan workshop yang menjadi atraksi paling diminati. Kegiatan tour eksplorasi museum menempati posisi kedua dalam tingkat ketertarikan, meskipun tidak sebesar workshop, namun tetap menjadi pilihan yang menarik. Sebaliknya, kegiatan seperti scavenger hunt dan event peringatan hari batik kurang diminati karena bersifat temporer dan hanya dilakukan pada momen tertentu, sehingga tidak memberikan pengalaman yang mendalam. Temuan ini menunjukkan adanya kesesuaian antara atraksi yang ditawarkan dengan harapan dan karakteristik generasi muda yang cenderung menyukai pengalaman yang interaktif dan partisipasi, sehingga workshop dan tour eksplorasi museum dapat menjadi atraksi utama dalam mendukung pengembangan wisata budaya di Museum Batik Indonesia.

SARAN

1. Kegiatan *scavenger hunt* perlu dikemas dengan memanfaatkan teknologi seperti QR code yang terhubung ke website. Dengan pendekatan ini, kegiatan ini menjadi sarana pembelajaran yang menyenangkan dan menarik terutama bagi generasi muda. Diharapkan, kegiatan ini memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi atraksi yang berkelanjutan dan tidak lagi bersifat temporer.
2. Museum diharapkan menghadirkan lebih banyak kegiatan interaktif dalam kegiatan event peringatan hari batik seperti bazar batik, fashion show, dan lomba membatik, atau mengadakan tantangan pembuatan konten di media sosial. Dengan begitu, event ini menjadi atraksi edukatif dan sekaligus hiburan budaya yang menarik bagi generasi muda dan berpotensi menjadi agenda tahunan yang dinantikan semua kalangan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sunaryo, Bambang. 2013. Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Yogyakarta : Gava Media. (latar belakang)

- [2] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *APJII: Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang.* <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang> (latar belakang)
- [3] Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2016). *The Museum Experience Revisited*. New York: Routledge. (latar belakang)
- [4] Ramadhani, S. A., Setiawan, H., & Rini. (2021). Analisis Pengaruh Atraksi Wisata, dan Ancillary Service terhadap Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Bukit Siguntang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 124–133. (teori atraksi wisata)
- [5] Suwena, I Ketut & Widyatmaja, I Gst Ngr. 2010. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Bali : Udayana University Press. (teori atraksi wisata)
- [6] Sari, O. N. I. (2010). Potensi dan pengembangan museum wayang indonesia sebagai objek wisata budaya di kabupaten Wonogiri.(teori wisata budaya)
- [7] Larasati, N. K. R., & Rahmawati, D. (2017). Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya yang Berkelanjutan Pada Kampung Lawas Maspali, Surabaya. *Jurnal Teknik ITS*, 6(2), 529 533.(teori wisata budaya)
- [8] Melyanti, E.D., Andari, R. and Ridwanudin, O. (2014). Pengaruh Museum Experience Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung di Museum Kereta Api Ambarawa), *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, IV (teori musuem experience)
- [9] Pakarti, A. H. (2017). *Representasi Museum Sejarah Dalam Gaya Hidup Remaja (Studi Deskriptif Kualitatif pada Remaja Pengunjung Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Kalijaga). (teori representasi)
- [10] Alfianto, M. A., Rossi, F. N., & Aulia, N. H. (2022). Virtual Event Sebagai Media Komunikasi Pariwisata. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(12), 16275-16292.