

PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP KUALITAS PRODUK MUSEUM SONOBUDOYO YOGYAKARTA PASCA REVITALISASI

Yohana Kusuma Ningati, Teti Indriati Kastuti, S.S., M.Pd., M.Par

Abstrak

Stigma bahwa museum adalah gudang kumuh yang tidak menarik untuk dikunjungi merupakan masalah klasik yang perlu diperhatikan dan diperbaiki. Maksud dari perhatian dan perbaikan adalah paradigma museum yang pada awalnya berorientasi pada objek telah diubah menjadi berorientasi pada publik. Selama ini, museum digunakan para peneliti untuk menyimpan benda hasil temuan dan penelitian mereka, tetapi para peneliti masih kurang dalam memberikan informasi yang cukup menarik bagi masyarakat. Terdapat enam aspek revitalisasi tersebut yaitu revitalisasi fisik, revitalisasi manajemen, revitalisasi jaringan, revitalisasi program, revitalisasi kebijakan, dan revitalisasi pencitraan. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap kualitas produk Museum Sonobudoyo Yogyakarta pasca revitalisasi dan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi persepsi wisatawan terhadap Museum Sonobudoyo Yogyakarta pasca revitalisasi. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif untuk mengeksplorasi pandangan wisatawan mengenai kualitas produk museum setelah revitalisasi. Wawancara mendalam dilakukan dengan sejumlah responden untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang persepsi wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi wisatawan terhadap kualitas produk Museum Sonobudoyo Yogyakarta pasca revitalisasi sangat positif. Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi wisatawan terhadap Museum Sonobudoyo Yogyakarta pasca revitalisasi mencakup berbagai aspek. Kepuasan tinggi ini mendorong wisatawan untuk merekomendasikan museum kepada orang lain, menciptakan efek positif yang berkelanjutan bagi Museum Sonobudoyo. Membaca dari dua pembahasan dan kemudian dikaitkan dengan 6 aspek revitalisasi. Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan, berikut adalah aspek revitalisasi yang telah dilakukan oleh Museum Sonobudoyo yaitu revitalisasi fisik, revitalisasi manajemen, revitalisasi jaringan, revitalisasi program, revitalisasi kebijakan, dan revitalisasi pencitraan.

Kata kunci: Produk Wisata, Persepsi, Kualitas Produk, Revitalisasi, Museum

**TOURIST PERCEPTION OF THE QUALITY OF MUSEUM PRODUCTS
SONOBUDOYO YOGYAKARTA POST REVITALIZATION**

Yohana Kusuma Ningati, Teti Indriati Kastuti, S.S., M.Pd., M.Par

Abstract

The stigma that museums are shabby warehouses that are not interesting to visit is a classic problem that needs to be considered and fixed. The purpose of attention and improvement is that the paradigm of museums that were initially oriented towards objects has been changed to be oriented towards the public. So far, museums have been used by researchers to store objects from their findings and research, but researchers are still lacking in providing information that is interesting enough for the public. There are six aspects of revitalization, namely physical revitalization, management revitalization, network revitalization, program revitalization, policy revitalization, and image revitalization. The purpose of this study was to determine tourists' perceptions of the quality of the Sonobudoyo Museum Yogyakarta product after revitalization and to determine the factors that influence tourists' perceptions of the Sonobudoyo Museum Yogyakarta after revitalization. The research method used was a qualitative method to explore tourists' views on the quality of museum products after revitalization. In-depth interviews were conducted with a number of respondents to gain a deep understanding of tourists' perceptions. The results showed that tourists' perceptions of the quality of the Sonobudoyo Museum Yogyakarta product after revitalization were very positive. Factors that influence tourists' perceptions of the Sonobudoyo Museum Yogyakarta after revitalization include various aspects. This high satisfaction encourages tourists to recommend the museum to others, creating a sustainable positive effect for the Sonobudoyo Museum. Reading from two discussions and then associated with 6 aspects of revitalization. From the results of the research that have been presented, the following are aspects of revitalization that have been carried out by the Sonobudoyo Museum, namely physical revitalization, management revitalization, network revitalization, program revitalization, policy revitalization, and image revitalization.

Keywords: Tourism Products, Perception, Product Quality, Revitalization, Museum