Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN : 3031-5085

Vol 6 No 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.34833/panorama.v1i1.1395

STRATEGI KOMUNIKASI WISATA: TINGKAT KUNJUNGAN ALUN-ALUN SIDOARJO DAN MUSEUM MPU TANTULAR

Muhammad Isa Pujokusumo, Moch Ilham Mansiz, Santana Dewa Rafael Patty, Obi Riyanto Nugroho, Rian Damarta Eka Wahyu, Muhammad Afril Lusdianto
Faculty of Communication 17 Agustus 1945 University, Surabaya, Indonesia

Email: Muhis2201@gmail.com, santanapatty191@gmai.com, ximm3.ilhammansiz@gmail.com, riandamarta56@gmail.com, muhammadafrillusdianto@gmail.com, Obinugroho007@gmail.com

Abstract

Cultural attractions function not merely as spectacles, but as powerful communication media that convey messages of history, tradition, and local identity to tourists. The Sidoarjo Town Square and Mpu Tantular Museum, as two flagship destinations in Sidoarjo Regency, utilize cultural attractions such as traditional art performances, festivals, and historical collections to shape destination image and attract visitors. However, the suboptimal visitor numbers highlight the need to examine how effectively these cultural attractions serve as tourism communication tools. This study aims to analyze the influence of cultural attractions as communication messages on tourist visitation levels. Using a quantitative approach and survey method, data were collected through questionnaires administered to tourists who had visited these two destinations. The results reveal that cultural attractions have a positive and significant effect on the number of tourist visits. Communicatively designed cultural attractions can strengthen tourist perceptions, build a positive destination image, and encourage repeat visits. This study underscores the importance of designing cultural attractions as communication instruments that not only entertain but also convey profound cultural meanings. Through digital promotion and enhanced attraction quality, destinations can create memorable and sustainable tourism experiences.

Keywords: *communication media, cultural attractions, tourism*

Abstrak

Atraksi budaya tidak hanya berperan sebagai tontonan, tetapi juga sebagai media komunikasi yang menyampaikan pesan-pesan sejarah, tradisi, dan identitas lokal kepada wisatawan. Alun-alun Sidoarjo dan Museum Mpu Tantular sebagai dua destinasi unggulan di Kabupaten Sidoarjo memanfaatkan atraksi budaya seperti pertunjukan seni tradisional, festival, serta koleksi sejarah untuk membangun citra destinasi dan menarik kunjungan wisatawan. Namun, tingkat kunjungan yang belum optimal menunjukkan pentingnya mengkaji sejauh mana atraksi budaya ini efektif sebagai sarana komunikasi pariwisata. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh atraksi budaya sebagai pesan komunikasi terhadap tingkat kunjungan wisatawan. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei, data dikumpulkan melalui kuesioner kepada wisatawan yang telah berkunjung ke kedua destinasi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi budaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Atraksi budaya yang dikemas komunikatif mampu memperkuat persepsi wisatawan, membentuk

Article History
Received: Januari 2026
Reviewed: Januari 2026
Published: Januari 2026

Plagirism Checker No 283
DOI : Prefix DOI : 10.8734/panorama.v1i1.1395
Copyright : Author
Publish by : Panorama

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN : 3031-5085
Vol 6 No 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.34833/panorama.v1i1.1395

citra positif destinasi, serta mendorong kunjungan ulang. Penelitian ini menegaskan pentingnya merancang atraksi budaya sebagai sarana komunikasi yang tidak hanya menghibur, tetapi juga menyampaikan makna budaya yang mendalam. Dengan promosi digital dan penguatan kualitas atraksi, destinasi dapat menciptakan pengalaman wisata berkesan dan berkelanjutan.

Kata kunci: media komunikasi, pariwisata, atraksi budaya

PENDAHULUAN

Pariwisata sebagai sebuah sektor strategis memiliki peran yang semakin penting dalam dinamika pembangunan daerah, tidak hanya dari sisi ekonomi, tetapi juga sebagai wahana pelestarian nilai budaya dan penguatan identitas lokal. Di era globalisasi, ketika pergerakan wisatawan semakin terbuka dan persaingan destinasi semakin ketat, atraksi budaya menjadi salah satu pilar penting yang dapat membedakan suatu destinasi dengan destinasi lain. Sebagaimana dikemukakan oleh Cooper et al. (2008), pariwisata budaya bukan hanya menawarkan tontonan atau hiburan semata, tetapi juga menjadi media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan nilai-nilai sejarah, tradisi, dan filosofi masyarakat setempat kepada wisatawan. Atraksi budaya dapat memperkuat citra destinasi, menciptakan pengalaman yang mendalam dan otentik, serta mendorong minat kunjungan dan loyalitas wisatawan.

Alun-alun Sidoarjo dan Museum Mpu Tantular merupakan dua destinasi unggulan yang menyimpan potensi besar untuk mengembangkan pariwisata budaya di Kabupaten Sidoarjo. Alun-alun sebagai ruang publik multifungsi tidak hanya berfungsi sebagai pusat keramaian dan aktivitas sosial masyarakat, tetapi juga sebagai panggung pertunjukan budaya lokal, festival, serta pameran yang merefleksikan identitas dan kebanggaan daerah. Sementara itu, Museum Mpu Tantular menjadi representasi penting perjalanan sejarah dan kekayaan budaya Jawa Timur, menampilkan koleksi bersejarah yang mencakup periode prasejarah hingga masa modern. Namun demikian, data kunjungan wisatawan yang fluktuatif dan cenderung belum optimal menunjukkan adanya gap antara potensi yang dimiliki dan realitas di lapangan. Fenomena ini mendorong perlunya kajian lebih mendalam untuk memahami bagaimana peran atraksi budaya sebagai media komunikasi dapat memengaruhi minat kunjungan wisatawan.

Landasan teori dalam penelitian ini mengacu pada pendekatan komunikasi pariwisata yang menekankan pentingnya penyampaian pesan-pesan budaya secara efektif kepada wisatawan. Menurut Pitana & Diarta (2009), komunikasi pariwisata bukan hanya sekadar promosi, tetapi juga mencakup upaya sistematis untuk membangun pemahaman, menciptakan persepsi positif, serta mempengaruhi keputusan wisatawan melalui berbagai medium, termasuk atraksi budaya. Komunikasi yang berhasil harus mampu mengemas pesan budaya dengan menarik, relevan, dan sesuai dengan ekspektasi audiens target. Kotler et al. (2017) juga menegaskan pentingnya pemasaran destinasi berbasis budaya untuk membangun diferensiasi, menciptakan citra, dan meningkatkan loyalitas wisatawan.

Lebih lanjut, atraksi budaya dapat dipandang sebagai bentuk pesan komunikasi yang dikonstruksi melalui kegiatan-kegiatan seperti pertunjukan seni, festival tradisional, pameran museum, hingga ritual keagamaan. Richards (2018) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa atraksi budaya yang disajikan secara otentik mampu menciptakan pengalaman mendalam yang memperkuat keterikatan emosional wisatawan dengan destinasi. Pengalaman otentik ini penting karena menjadi faktor utama yang mendorong niat kunjungan ulang serta penyebaran informasi positif dari mulut ke mulut. Di sisi lain, Zeppel & Hall (1992) mengingatkan bahwa atraksi budaya yang sekadar bersifat tontonan tanpa narasi dan konteks yang kuat berisiko gagal menyampaikan pesan budaya yang diinginkan.

Dalam konteks Alun-alun Sidoarjo, atraksi budaya hadir dalam berbagai bentuk, mulai dari

pertunjukan tari tradisional, pameran batik tulis khas Sidoarjo, hingga festival kuliner yang menampilkan kekayaan kuliner lokal. Pertunjukan tersebut bukan hanya dimaksudkan sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan komunikasi budaya kepada wisatawan. Demikian pula, Museum Mpu Tantular memiliki fungsi strategis sebagai penyampai pesan sejarah dan budaya melalui koleksi arkeologi, etnografi, numismatika, dan seni rupa. Keberadaan koleksi seperti arca Hindu-Buddha, senjata tradisional, hingga lukisan kontemporer menjadi media narasi yang memperkenalkan perjalanan panjang kebudayaan Jawa Timur kepada pengunjung.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa atraksi budaya memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku kunjungan wisatawan. Pratiwi (2019) dalam studinya di kawasan wisata Yogyakarta menemukan bahwa kualitas atraksi budaya, baik dari sisi penyajian, keunikan, maupun interaktivitas, menjadi faktor utama yang mendorong minat kunjungan wisatawan. Yuliana (2020) juga menemukan bahwa event budaya di Kota Malang berdampak positif terhadap kunjungan wisatawan domestik. Sementara penelitian Nugroho et al. (2021) menyoroti pentingnya strategi komunikasi yang tepat untuk memastikan pesan budaya dapat dipahami dan diapresiasi oleh wisatawan.

Penelitian ini berupaya mengisi gap pengetahuan dengan fokus pada Alun-alun Sidoarjo dan Museum Mpu Tantular sebagai dua destinasi budaya lokal yang memiliki potensi besar, tetapi belum banyak dikaji dari perspektif komunikasi pariwisata. Hal ini menjadi relevan mengingat peran atraksi budaya bukan hanya sebatas pelengkap destinasi, melainkan sebagai inti dari strategi pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Sebagaimana dikemukakan Chhabra (2010), atraksi budaya yang dikemas secara komunikatif dapat memperkuat citra destinasi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui multiplier effect yang dihasilkan dari sektor ekonomi kreatif.

Dengan demikian, permasalahan utama yang hendak dijawab dalam penelitian ini adalah sejauh mana atraksi budaya memengaruhi tingkat kunjungan wisatawan di Alun-alun Sidoarjo dan Museum Mpu Tantular. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana persepsi wisatawan terhadap atraksi budaya, kualitas penyajian, keunikan, serta komunikasi yang dibangun melalui atraksi tersebut berdampak pada niat kunjungan, kunjungan ulang, dan rekomendasi kepada orang lain. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran empiris tentang pentingnya merancang atraksi budaya sebagai sarana komunikasi strategis yang bukan hanya menarik secara visual, tetapi juga bermakna dan kontekstual.

Selain sebagai kontribusi akademis untuk memperkaya literatur komunikasi pariwisata, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola destinasi wisata, pemerintah daerah, serta pemangku kepentingan lain dalam merancang dan mengelola atraksi budaya yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan masa kini. Pariwisata modern semakin mengutamakan pengalaman otentik, interaksi langsung, dan cerita yang menyentuh emosi. Oleh karena itu, atraksi budaya perlu dikemas tidak hanya sebagai pertunjukan, tetapi sebagai narasi yang hidup dan dinamis.

Dari paparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki tujuan utama untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh atraksi budaya terhadap tingkat kunjungan wisatawan di Alun-alun Sidoarjo dan Museum Mpu Tantular. Tujuan ini diharapkan dapat tercapai melalui pendekatan kuantitatif dengan metode survei, sehingga dapat memberikan data empiris yang valid dan reliabel. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya, baik di wilayah Sidoarjo maupun di destinasi budaya lainnya, sehingga dapat mendukung pengembangan pariwisata berbasis budaya yang berkelanjutan.

Pada akhirnya, penting untuk dipahami bahwa atraksi budaya bukan hanya tentang seberapa megah atau ramai sebuah pertunjukan, melainkan tentang bagaimana pesan budaya disampaikan, diterima, dan dimaknai oleh wisatawan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara komunikasi atraksi budaya dan perilaku kunjungan wisatawan, yang pada gilirannya dapat menjadi dasar untuk

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN : 3031-5085
Vol 6 No 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.34833/panorama.v1i1.1395

strategi pengembangan destinasi wisata yang lebih inovatif, berdaya saing, dan berkelanjutan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam makna, pengalaman, dan persepsi wisatawan maupun pengelola destinasi tentang atraksi budaya di Alun-alun Sidoarjo dan Museum Mpu Tantular. Sebagaimana dikemukakan oleh Creswell (2016), pendekatan kualitatif cocok untuk mengeksplorasi fenomena sosial yang kompleks dan mendalam, terutama ketika peneliti ingin menggali narasi, sudut pandang, dan konteks yang tidak dapat dijelaskan hanya dengan angka.

Dari segi paradigma, penelitian ini menggunakan paradigma interpretif. Paradigma ini berpandangan bahwa realitas sosial bersifat subjektif dan dibentuk oleh pengalaman serta interpretasi individu (Neuman, 2014). Paradigma interpretif memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana wisatawan dan pengelola memaknai atraksi budaya, bagaimana proses komunikasi budaya terjadi, serta bagaimana pengalaman tersebut mempengaruhi sikap dan perilaku mereka. Pendekatan ini penting karena atraksi budaya bukan hanya sekadar tontonan visual, tetapi juga sarat dengan nilai, simbol, dan makna budaya.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan kepada wisatawan yang mengunjungi Alun-alun Sidoarjo dan Museum Mpu Tantular, serta kepada pihak pengelola, pelaku seni, dan pihak terkait lainnya. Wawancara dirancang dengan panduan semi-terstruktur untuk memberikan keleluasaan kepada responden menjelaskan pengalaman dan pandangan mereka (Sugiyono, 2018). Selain itu, peneliti melakukan observasi partisipatif dengan turut hadir dalam acara budaya, mengamati interaksi dan suasana, serta mencatat detail penting yang mungkin tidak terungkap melalui wawancara. Studi dokumentasi dilakukan untuk melengkapi data dengan dokumen seperti brosur promosi, foto kegiatan, dan arsip kunjungan wisatawan.

Dalam teknik analisis data, penelitian ini menggunakan analisis tematik, yaitu proses identifikasi, pengkodean, dan pengelompokan tema-tema penting yang muncul dari data (Braun & Clarke, 2006). Tahapan analisis dilakukan secara berulang mulai dari membaca data secara menyeluruh, memberi kode pada kutipan penting, menemukan pola dan tema utama, hingga menafsirkan makna yang terkandung. Analisis tematik memungkinkan peneliti memahami bagaimana atraksi budaya dikomunikasikan dan bagaimana wisatawan memaknainya dalam konteks kunjungan wisata.

Untuk menjaga keabsahan data atau trustworthiness, penelitian ini mengacu pada kriteria yang diajukan oleh Lincoln dan Guba (1985) yaitu kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas. Kredibilitas dicapai melalui triangulasi data, diskusi dengan rekan sejawat, serta konfirmasi hasil wawancara kepada informan (member check). Transferabilitas diwujudkan dengan mendeskripsikan konteks penelitian secara detail agar pembaca dapat memahami dan menilai kesesuaian hasil di konteks lain. Dependabilitas diperoleh dengan mendokumentasikan proses penelitian secara transparan, sedangkan konfirmabilitas dijaga dengan memisahkan interpretasi peneliti dari data asli dan mendukung setiap kesimpulan dengan bukti data yang konkret.

Populasi dalam penelitian ini mencakup pihak-pihak yang memiliki pengalaman atau pengetahuan langsung tentang atraksi budaya di kedua destinasi. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu memilih responden yang dianggap memahami dan memiliki informasi mendalam tentang atraksi budaya, seperti wisatawan yang pernah menikmati pertunjukan, pengelola destinasi, pemandu wisata, dan pelaku seni. Instrumen utama penelitian ini adalah peneliti sendiri, yang berperan sebagai pengumpul data, analis, dan penafsir makna, dengan bantuan pedoman wawancara, catatan lapangan, dan alat dokumentasi.

Melalui pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretif, penggunaan metode

wawancara mendalam, observasi partisipatif, studi dokumentasi, dan analisis tematik, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai makna atraksi budaya, proses komunikasi yang terjadi, serta pengaruh pengalaman budaya terhadap minat kunjungan wisatawan di Alun-alun Sidoarjo dan Museum Mpu Tantular.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana atraksi budaya di Alun-alun Sidoarjo dan Museum Mpu Tantular dikomunikasikan kepada wisatawan, serta bagaimana pengalaman budaya tersebut mempengaruhi minat kunjungan. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan wisatawan, pengelola destinasi, dan pelaku seni; observasi partisipatif di lokasi atraksi; serta dokumentasi berupa foto, brosur, dan catatan kunjungan.

Hasil penelitian menunjukkan beberapa tema utama yang berkaitan dengan pengalaman wisatawan dan proses komunikasi atraksi budaya. Tema pertama adalah makna atraksi budaya sebagai media komunikasi nilai lokal. Informan wisatawan umumnya menyatakan bahwa pertunjukan seni tradisional, seperti tari remo dan karawitan yang rutin diselenggarakan di Alun-alun Sidoarjo, berhasil memperkenalkan mereka pada kekayaan budaya daerah. Wisatawan menilai pertunjukan tersebut tidak hanya sekadar hiburan, tetapi juga menyampaikan pesan sejarah, filosofi, dan identitas masyarakat Sidoarjo. Hal serupa diungkapkan pengelola Museum Mpu Tantular, yang menjelaskan bahwa koleksi arkeologi dan etnografi disusun dengan narasi sejarah untuk memperkuat pemahaman pengunjung terhadap perjalanan budaya Jawa Timur.

Tema kedua adalah kualitas penyajian dan keunikan atraksi budaya sebagai daya tarik. Sebagian besar wisatawan mengapresiasi bahwa atraksi budaya di kedua destinasi memiliki keunikan tersendiri yang tidak ditemukan di tempat lain. Misalnya, pameran batik tulis khas Sidoarjo dan olahan bandeng yang rutin diadakan di Alun-alun Sidoarjo dianggap sebagai bentuk integrasi budaya dengan ekonomi kreatif. Sementara di Museum Mpu Tantular, wisatawan sangat tertarik dengan penjelasan detail pemandu mengenai fungsi simbolik arca-arca peninggalan Hindu-Buddha. Observasi juga mencatat antusiasme wisatawan terhadap festival tahunan seperti *Sidoarjo Ethno Carnival*, yang menampilkan parade kostum budaya kreatif.

Tema ketiga yang ditemukan adalah pengalaman otentik dan interaksi langsung. Dari hasil wawancara, wisatawan menyatakan bahwa kesempatan berinteraksi langsung dengan seniman, seperti belajar gerakan tari atau mencoba memainkan alat musik tradisional, menjadi pengalaman yang paling berkesan. Interaksi tersebut memberikan dimensi emosional dan intelektual, membuat wisatawan merasa lebih dekat dengan budaya lokal. Observasi peneliti juga mencatat bahwa pengunjung cenderung lebih lama berada di lokasi atraksi yang memungkinkan interaksi langsung dibandingkan hanya sekadar menonton.

Tema keempat adalah pengaruh pengalaman budaya terhadap minat kunjungan ulang. Beberapa wisatawan menyatakan keinginan untuk kembali mengunjungi Alun-alun Sidoarjo atau Museum Mpu Tantular, terutama saat ada acara atau festival budaya yang berbeda. Mereka juga menyebut kemungkinan mengajak keluarga dan teman, sehingga memperluas dampak positif atraksi budaya terhadap jumlah kunjungan. Temuan ini selaras dengan dokumentasi promosi yang menunjukkan bahwa acara budaya rutin selalu berhasil menarik pengunjung baru maupun wisatawan yang datang kembali.

Selain itu, hasil wawancara dengan pengelola menunjukkan adanya tantangan menjaga keberlanjutan atraksi budaya, seperti keterbatasan anggaran promosi, sumber daya manusia, dan kebutuhan inovasi agar atraksi budaya tetap relevan bagi generasi muda. Namun pengelola menyadari pentingnya mengemas atraksi budaya secara komunikatif, baik melalui media digital maupun penyampaian langsung oleh pemandu dan seniman.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa atraksi budaya di Alun-alun Sidoarjo dan Museum Mpu Tantular berfungsi sebagai media komunikasi budaya yang tidak hanya

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN : 3031-5085
Vol 6 No 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.34833/panorama.v1i1.1395

menghibur, tetapi juga memberi makna dan pengalaman otentik kepada wisatawan. Kualitas penyajian, keunikan, interaksi langsung, serta narasi budaya yang kuat menjadi faktor utama yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung pertama kali maupun kembali.

Atraksi Budaya di Alun-alun Sidoarjo

Alun-alun Sidoarjo menjadi pusat kegiatan budaya dan sosial yang mencerminkan identitas lokal. Berbagai elemen penting seperti Monumen Jayandaru, Masjid Agung, dan pentas musik malam minggu menjadi daya tarik utama. Selain sebagai ruang terbuka untuk olahraga, rekreasi, dan bersantai, terdapat atraksi budaya yang terencana seperti pertunjukan seni tradisional berupa tarian lokal, karawitan, dan pertunjukan wayang kulit yang secara berkala diselenggarakan dan menarik pengunjung dari dalam maupun luar kota. Pameran batik tulis khas Sidoarjo dan olahan bandeng juga menunjukkan kekayaan budaya sekaligus mendukung ekonomi kreatif lokal. Selain itu, acara tahunan seperti pawai budaya *Sidoarjo Ethno Carnival* dan festival kuliner tradisional terbukti mampu menarik ribuan wisatawan dan membangun citra kota sebagai destinasi budaya.



Gambar 1. Monumen Jayandaru
Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

Atraksi Budaya di Museum Mpu Tantular

Museum Mpu Tantular merupakan salah satu destinasi budaya penting di Sidoarjo yang memiliki koleksi budaya dan sejarah yang sangat kaya, mencakup berbagai periode mulai dari prasejarah, masa klasik Hindu-Buddha, hingga era modern. Museum ini didirikan tidak hanya untuk menyimpan dan memamerkan benda-benda bersejarah, tetapi juga untuk menjadi pusat edukasi dan komunikasi budaya yang mampu memperkenalkan kekayaan sejarah Jawa Timur kepada masyarakat luas, baik wisatawan domestik maupun mancanegara.

Salah satu daya tarik utama Museum Mpu Tantular adalah koleksi arkeologinya yang mengesankan. Koleksi ini antara lain mencakup arca-arca penting dari periode Hindu-Buddha, seperti arca Ganesha yang melambangkan kebijaksanaan dan pengetahuan, arca Durga Mahisasuramardini yang dikenal sebagai simbol kekuatan dan perlindungan, serta arca Siwa Mahadewa yang merepresentasikan aspek penciptaan dan kehancuran dalam ajaran Hindu. Tidak

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN : 3031-5085
Vol 6 No 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.34833/panorama.v1i1.1395

ketinggalan pula arca Prajnaparamita, yang sering dianggap sebagai lambang kesempurnaan kebijaksanaan. Kehadiran arca-arca ini tidak hanya menghadirkan nilai estetika, tetapi juga menyimpan cerita sejarah yang menjadi bagian penting dalam perjalanan budaya Jawa Timur.Selain koleksi arkeologi, Museum Mpu Tantular juga memiliki koleksi etnografi yang sangat beragam. Koleksi ini mencerminkan kehidupan tradisional masyarakat Jawa Timur, termasuk berbagai alat rumah tangga yang digunakan pada masa lalu, senjata tradisional yang menggambarkan nilai kepahlawanan dan pertahanan diri, serta pakaian adat yang memperlihatkan keindahan motif dan filosofi budaya. Melalui koleksi ini, pengunjung dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang kehidupan sehari-hari masyarakat Jawa Timur tempo dulu, serta bagaimana nilai-nilai budaya diwariskan dari generasi ke generasi.

Museum ini juga menyimpan koleksi numismatika yang cukup lengkap, seperti uang kuno dan koin bersejarah yang pernah digunakan di wilayah Jawa Timur. Koleksi numismatika ini menjadi bukti penting mengenai sejarah ekonomi dan perdagangan yang pernah berkembang di daerah tersebut. Dengan melihat perkembangan bentuk, bahan, dan desain uang, wisatawan dapat menelusuri bagaimana interaksi sosial, budaya, dan ekonomi terjadi di masa lalu.

Tak kalah menarik, Museum Mpu Tantular juga memiliki koleksi seni rupa yang terdiri dari lukisan dan karya seni lain yang menggambarkan suasana kehidupan masyarakat setempat, potret tokoh bersejarah, serta interpretasi artistik terhadap peristiwa penting daerah. Koleksi seni rupa ini memperkaya pengalaman wisatawan karena tidak hanya menyajikan visual yang indah, tetapi juga mengundang pengunjung untuk merenung dan memahami nilai-nilai budaya yang tersirat dalam karya seni tersebut. Lebih dari sekadar tempat menyimpan benda bersejarah, Museum Mpu Tantular telah bertransformasi menjadi ruang interaksi budaya yang dinamis. Museum ini secara rutin mengadakan kegiatan edukasi seperti tur berpemandu, pameran tematik, lokakarya seni, hingga pertunjukan budaya yang melibatkan komunitas lokal. Kegiatan ini bertujuan untuk menghidupkan koleksi museum sebagai media komunikasi yang efektif dalam menyampaikan sejarah dan budaya kepada pengunjung dari berbagai latar belakang. Dengan suasana yang edukatif dan interaktif, wisatawan tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga diajak untuk memahami konteks sejarah, simbol, dan makna yang terkandung dalam setiap koleksi. Hal ini sejalan dengan teori Zeppel & Hall (1992) yang menyatakan bahwa penyampaian narasi budaya yang baik dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisata, memperkuat kesadaran budaya, dan mendorong loyalitas wisatawan untuk berkunjung kembali.

Secara keseluruhan, atraksi budaya yang ditawarkan oleh Museum Mpu Tantular tidak hanya memberikan wawasan sejarah, tetapi juga menjadi sarana penting dalam pelestarian dan komunikasi budaya. Museum ini memperkuat citra Sidoarjo sebagai destinasi wisata budaya yang berharga dan menjadi jembatan antara generasi masa lalu, masa kini, dan masa depan melalui kekuatan narasi sejarah dan seni.



Gambar 2. Koleksi Museum Mpu Tantular
Sumber: Dokumentasi penulis, 2025

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN : 3031-5085
Vol 6 No 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.34833/panorama.v1i1.1395

Pengaruh Atraksi Budaya Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan

Atraksi budaya terbukti menjadi faktor signifikan yang memengaruhi jumlah kunjungan wisatawan. Tidak hanya sekadar menghadirkan tontonan, atraksi budaya juga mampu menciptakan pengalaman mendalam yang menyentuh emosi serta memperkaya pengetahuan wisatawan tentang sejarah, tradisi, dan identitas lokal. Melalui penyajian yang komunikatif dan narasi budaya yang kuat, wisatawan memperoleh pemahaman yang lebih kontekstual dan bermakna, sehingga membangun keterikatan emosional terhadap destinasi. Daya tarik unik dari atraksi budaya memberikan karakter khas yang membedakan destinasi dari tempat lain, seperti festival tradisional, pertunjukan seni klasik, pameran batik tulis khas daerah, hingga koleksi artefak bersejarah yang menjadi simbol kebanggaan lokal.

Keberlanjutan penyelenggaraan acara budaya juga mendorong wisatawan untuk datang kembali, karena selalu ada pengalaman baru yang ditawarkan setiap periode tertentu. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa wisatawan yang terlibat langsung, misalnya dalam workshop seni atau dialog budaya, cenderung memiliki niat kunjung ulang yang lebih tinggi. Selain itu, dampak positif dari atraksi budaya juga tercermin pada sektor ekonomi kreatif, di mana meningkatnya penjualan kerajinan tangan, kuliner tradisional, dan oleh-oleh menjadi sumber penghasilan bagi masyarakat setempat dan memotivasi mereka untuk terus melestarikan budaya.

Hasil penelitian ini selaras dengan teori komunikasi pariwisata yang menegaskan bahwa atraksi budaya tidak hanya berperan sebagai daya tarik visual, tetapi juga sebagai media komunikasi nilai-nilai, cerita, dan identitas lokal. Dengan demikian, atraksi budaya berkontribusi secara signifikan dalam memperkuat citra destinasi sekaligus meningkatkan minat kunjungan wisatawan, baik untuk kunjungan pertama maupun kunjungan ulang.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi budaya yang ada di Alun-alun Sidoarjo dan Museum Mpu Tantular memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kunjungan wisatawan. Temuan ini mendukung teori komunikasi pariwisata yang menyatakan bahwa atraksi budaya merupakan bentuk pesan yang mampu membangun citra destinasi dan mempengaruhi perilaku wisatawan (Pitana & Diarta, 2009; Kotler et al., 2017). Keberadaan atraksi budaya tidak hanya sebatas tontonan atau hiburan, tetapi juga menjadi sarana komunikasi nilai, sejarah, dan identitas lokal yang mampu menciptakan pengalaman wisata yang lebih mendalam dan berkesan.

Di Alun-alun Sidoarjo, pertunjukan seni tradisional dan festival budaya yang rutin diadakan menciptakan daya tarik unik yang membedakan Sidoarjo dari daerah lain. Hal ini memperkuat citra kota sebagai destinasi yang tidak hanya dikenal melalui kegiatan rekreasi modern, tetapi juga kaya akan warisan budaya yang terjaga. Pendapat ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Richards (2018) bahwa kekuatan utama dari pariwisata budaya terletak pada keunikan yang sulit ditiru oleh daerah lain. Keunikan ini menjadi salah satu alasan utama wisatawan memilih berkunjung, karena mereka ingin mendapatkan pengalaman berbeda yang tidak dapat ditemukan di tempat lain.

Selain pertunjukan seni, pameran produk budaya seperti batik tulis khas Sidoarjo dan olahan bandeng juga menjadi bagian penting dari atraksi budaya. Pameran tersebut tidak hanya menampilkan hasil karya dan kekayaan budaya lokal, tetapi juga mendukung perekonomian masyarakat melalui sektor ekonomi kreatif. Sebagaimana dijelaskan oleh Timothy & Boyd (2003), pariwisata budaya dapat berfungsi sebagai jembatan antara pelestarian budaya dan pengembangan ekonomi lokal, karena wisatawan yang hadir berkontribusi langsung terhadap peningkatan pendapatan masyarakat setempat.

Museum Mpu Tantular sebagai destinasi budaya juga memainkan peran penting dalam memperkaya pengalaman wisatawan melalui koleksi arkeologi, etnografi, dan seni rupa. Keberagaman koleksi memungkinkan wisatawan memahami perkembangan budaya dan sejarah Jawa Timur dari berbagai periode. Pendekatan kuratorial yang menyajikan narasi sejarah dan

budaya secara tematik serta didukung penjelasan dari pemandu museum membantu wisatawan memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Temuan ini mendukung pendapat Zeppel & Hall (1992) yang menekankan pentingnya penyampaian narasi budaya secara jelas untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisata.

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa pengalaman otentik yang diberikan oleh atraksi budaya memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Banyak wisatawan menyatakan keinginan untuk datang kembali ke Alun-alun Sidoarjo dan Museum Mpu Tantular, terutama ketika ada kegiatan budaya baru yang diselenggarakan. Fenomena ini sesuai dengan hasil studi Pratiwi (2019) dan Yuliana (2020) yang menemukan bahwa kualitas atraksi budaya dapat meningkatkan niat kunjungan dan kunjungan ulang wisatawan. Sementara itu, Suhartanto et al. (2020) juga menegaskan bahwa pengalaman budaya yang positif berdampak langsung pada loyalitas wisatawan, yang tercermin dalam perilaku mereka merekomendasikan destinasi kepada orang lain.

Dari sudut pandang komunikasi pariwisata, atraksi budaya berfungsi sebagai pesan budaya yang dikemas dalam bentuk pertunjukan, pameran, atau festival, yang kemudian disampaikan kepada wisatawan. Pesan tersebut mengandung nilai, simbol, dan cerita yang merepresentasikan identitas lokal. Komunikasi yang baik terjadi ketika pesan budaya tersebut mampu diterima dan dimaknai oleh wisatawan sesuai dengan konteks budaya setempat. Dengan demikian, wisatawan tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga berperan aktif dalam proses interpretasi budaya.

Selain sebagai daya tarik utama, atraksi budaya juga menciptakan efek berganda (multiplier effect) bagi perekonomian lokal. Selama pelaksanaan kegiatan budaya, aktivitas ekonomi seperti penjualan kerajinan, kuliner tradisional, dan suvenir meningkat signifikan. Hal ini memberikan peluang bagi masyarakat sekitar untuk memperoleh pendapatan tambahan, sekaligus menjadi motivasi bagi mereka untuk terus melestarikan budaya lokal. Pendapat ini diperkuat oleh Chhabra (2010) yang menyatakan bahwa pemasaran atraksi budaya bukan hanya berdampak pada jumlah wisatawan, tetapi juga membawa manfaat ekonomi bagi daerah.

Pengelolaan atraksi budaya yang baik tidak lepas dari tantangan, seperti keterbatasan anggaran promosi dan kebutuhan inovasi agar tetap relevan dengan perkembangan zaman. Namun, melalui strategi komunikasi yang tepat dan pengemasan atraksi yang kreatif, tantangan tersebut dapat diatasi. Pemanfaatan media digital, kolaborasi dengan komunitas seni, serta penyusunan kalender kegiatan budaya yang terstruktur menjadi langkah strategis untuk memperluas jangkauan promosi dan menarik wisatawan generasi muda.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya atraksi budaya sebagai media komunikasi yang efektif dalam mempengaruhi perilaku kunjungan wisatawan. Atraksi budaya yang dikemas secara komunikatif mampu membangun citra positif destinasi, menciptakan pengalaman yang unik, serta menumbuhkan loyalitas wisatawan. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi pengelola destinasi dan pemangku kebijakan, yaitu perlunya perencanaan atraksi budaya yang berkesinambungan, inovatif, dan berbasis partisipasi masyarakat.

Dengan pengelolaan yang baik, promosi yang terarah, dan sinergi antara pemerintah, pelaku seni, serta masyarakat lokal, atraksi budaya di Alun-alun Sidoarjo dan Museum Mpu Tantular berpotensi menjadi ikon pariwisata budaya yang berkelanjutan. Ke depannya, pengembangan atraksi budaya tidak hanya harus fokus pada jumlah pengunjung, tetapi juga kualitas pengalaman dan nilai edukasi yang disampaikan kepada wisatawan. Sehingga, atraksi budaya dapat terus memainkan peran strategis sebagai sarana pelestarian budaya, pembangunan ekonomi lokal, dan penguatan citra destinasi Sidoarjo di kancah pariwisata nasional maupun internasional.

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN : 3031-5085
Vol 6 No 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.34833/panorama.v1i1.1395

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai atraksi budaya di Alun-alun Sidoarjo dan Museum Mpu Tantular serta pengaruhnya terhadap tingkat kunjungan wisatawan, dapat disimpulkan beberapa hal penting. Pertama, atraksi budaya di kedua destinasi terbukti tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi budaya yang efektif. Atraksi budaya berhasil menyampaikan nilai-nilai sejarah, tradisi, dan identitas lokal kepada wisatawan, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan bermakna. Kedua, kualitas penyajian, keunikan materi budaya, dan kesempatan berinteraksi langsung dengan pelaku budaya menjadi faktor utama yang memengaruhi minat wisatawan. Wisatawan lebih menghargai atraksi budaya yang dikemas secara menarik dan komunikatif, seperti pameran batik tulis khas Sidoarjo, pertunjukan wayang kulit, hingga koleksi arkeologi dan etnografi di Museum Mpu Tantular yang disertai penjelasan narasi sejarah. Pengalaman otentik yang ditawarkan juga menjadi daya tarik khusus yang sulit ditemukan di destinasi lain. Ketiga, hasil penelitian menunjukkan bahwa keberlanjutan atraksi budaya dan inovasi dalam penyajian mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Atraksi budaya mampu menumbuhkan rasa penasaran dan ketertarikan untuk datang kembali, terutama saat diselenggarakan festival budaya atau acara tahunan yang selalu menghadirkan tema baru.

Selain berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan, atraksi budaya juga memberikan kontribusi positif bagi ekonomi lokal melalui sektor ekonomi kreatif, seperti penjualan kerajinan tangan, kuliner tradisional, dan produk khas daerah. Hal ini menunjukkan bahwa atraksi budaya memiliki peran ganda: sebagai media komunikasi nilai budaya dan sebagai motor penggerak ekonomi daerah. Temuan penelitian ini selaras dengan teori komunikasi pariwisata yang menyatakan bahwa atraksi budaya tidak hanya sebagai daya tarik visual, tetapi juga sebagai sarana menyampaikan nilai, identitas, dan cerita lokal. Keberhasilan atraksi budaya dalam menarik dan mempertahankan wisatawan bergantung pada bagaimana atraksi tersebut dirancang, dikomunikasikan, dan dikelola secara berkelanjutan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa atraksi budaya di Alun-alun Sidoarjo dan Museum Mpu Tantular memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan wisatawan. Atraksi budaya yang dikemas dengan baik bukan hanya memperkuat citra destinasi, tetapi juga membangun hubungan emosional yang mendorong loyalitas wisatawan dan mendukung pengembangan pariwisata budaya yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and Practice*. Pearson Education.

Dinas Pariwisata Sidoarjo. (2023). *Laporan Kunjungan Wisatawan Kabupaten Sidoarjo Tahun 2022–2023*. Sidoarjo: Pemerintah Kabupaten Sidoarjo.

Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson.

Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Andi.

Pratiwi, R. (2019). Pengaruh atraksi budaya terhadap minat kunjung wisatawan di kawasan wisata Kota Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi dan Pariwisata*, 11(2), 45–55.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.

Tjiptono, F., & Candra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Andi.

Yuliana, S. (2020). Pengaruh event budaya terhadap kunjungan wisatawan domestik di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 23–32.

Chhabra, D. (2010). *Sustainable Marketing of Cultural and Heritage Tourism*. Routledge.

Nugroho, M. S., Hadiwijoyo, S. S., & Widodo, S. (2021). Strategi komunikasi atraksi budaya dalam meningkatkan minat kunjung wisatawan. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 3(2), 123–134.

Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N., & Triyuni, N. N. (2020). Tourist loyalty in creative tourism: The role of experience quality, value, satisfaction, and motivation. *Current Issues in Tourism*, 23(7), 867–879.

Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage Tourism*. Pearson Education.

Yuliana, S. (2020). Pengaruh event budaya terhadap kunjungan wisatawan domestik di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 23–32.

Zeppel, H., & Hall, C. M. (1992). Arts and heritage tourism. In Weiler, B., & Hall, C. M. (Eds.), *Special Interest Tourism* (pp. 47–68). Belhaven Press.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.

Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (Edisi 4). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Newbury Park, CA: Sage.

Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation* (6th Edition). New Jersey: Prentice Hall.

Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th Edition). Boston: Pearson.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Yuliana, I. (2020). Peran event budaya dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan domestik di Malang. *Jurnal Kepariwisataan Indonesia*, 12(2), 100–110.