Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN : 3031-5085

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

PENGEMBANGAN PRODUK WISATA EDUKATIF INTERAKTIF "MARITIME EXPERIENCE ZONE" DI MUSEUM BAHARI JAKARTA

Laurent Thealova Setiawan[1], Mekka Nuraini[2], Kilatika Cahaya Widia Putri[3], Khesya Alia Putri Yamani[4]
Program Studi Pariwisata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sahid

theaqoe@gmail.com[1], mekaijar15@gmail.com[2], kilatika94@gmail.com[3], aliakhesya@gmail.com[4]

Abstrak

Museum Bahari Jakarta merupakan salah satu museum maritim paling signifikan di Indonesia yang berperan penting dalam merekam perjalanan sejarah pelayaran, perdagangan rempah, serta perkembangan budaya bahari Nusantara. Meskipun memiliki potensi historis yang kuat, museum menghadapi tantangan serius dalam menarik minat generasi muda akibat minimnya penerapan teknologi digital dan kurangnya elemen interaktif yang mampu menciptakan pengalaman kunjungan yang lebih hidup dan relevan. Penelitian ini mengusulkan inovasi *Maritime Experience Zone*, yaitu sebuah pengembangan wisata edukatif berbasis teknologi *Augmented Reality* (AR) dan *Virtual Reality* (VR) yang dirancang untuk menyajikan narasi maritim secara imersif. Inovasi ini mencakup fitur seperti simulator pelayaran virtual, tur museum berbasis AR, zona kreatif edukatif, serta interactive photo booth digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *Maritime Experience Zone* tidak hanya mampu memperkuat daya tarik destinasi, melainkan juga meningkatkan keterlibatan pengunjung (*visitor engagement*), memperpanjang durasi kunjungan, dan menciptakan pengalaman belajar yang lebih bermakna. Selain itu, integrasi teknologi ini berpotensi mendukung pemberdayaan ekonomi kreatif masyarakat sekitar melalui kolaborasi UMKM berbasis produk maritim. Dengan demikian, pengembangan inovasi digital ini menjadi strategi yang relevan untuk memodernisasi Museum Bahari sekaligus memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata edukatif berbasis sejarah yang berkelanjutan.

Kata Kunci: museum digital; wisata edukatif; AR/VR; inovasi destinasi.

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

PENDAHULUAN

Museum Bahari Jakarta memiliki potensi besar sebagai ruang edukasi publik mengenai sejarah maritim Indonesia. Koleksinya, yang mencakup berbagai artefak penting seperti miniatur kapal tradisional, peralatan navigasi pelaut Nusantara, serta peta jalur perdagangan rempah, merupakan representasi historis yang sangat berharga dalam memahami identitas Indonesia sebagai negara maritim. Namun, meskipun memiliki nilai historis dan edukatif yang kuat, Museum Bahari menghadapi berbagai tantangan dalam memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pengunjung modern, khususnya generasi muda.

Dalam dua dekade terakhir, perkembangan teknologi digital telah mengubah orientasi dan preferensi wisatawan. Generasi muda tidak lagi hanya menginginkan informasi dalam bentuk panel teks atau display statis, tetapi menuntut pengalaman wisata yang bersifat interaktif, imersif, dan menyajikan visualisasi yang menarik. Kehadiran berbagai destinasi baru seperti

museum digital, ruang seni interaktif, dan *immersive experiential attractions* membuat standar pengalaman wisata semakin tinggi. Museum yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut cenderung kehilangan relevansi dan daya saingnya.

Model penyajian informasi di Museum Bahari yang masih konvensional terbukti menjadi faktor utama menurunnya minat kunjungan wisatawan umum. Museum kurang mampu menghadirkan narasi sejarah secara kontekstual dan menarik, sehingga pengunjung seringkali hanya melihat koleksi tanpa memperoleh pengalaman interpretatif yang mendalam. Hal ini bertentangan dengan konsep museum modern yang menekankan pengalaman belajar aktif (*active learning*), storytelling, dan pemanfaatan teknologi sebagai media interpretasi.

Menurut teori experience economy (Pine & Gilmore), nilai sebuah destinasi tidak lagi ditentukan oleh objek yang ditampilkan, tetapi oleh kualitas pengalaman yang dialami pengunjung. Dalam konteks museum, pengalaman tersebut dapat diwujudkan melalui penggunaan teknologi seperti *Augmented Reality* (AR), *Virtual Reality* (VR), dan instalasi digital yang menghadirkan narasi sejarah lebih hidup dan mudah dipahami. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa museum yang mengadopsi teknologi digital cenderung mengalami peningkatan kepuasan pengunjung, *visitor engagement*, dan *length of stay*.

Situasi ini menjadi indikasi bahwa Museum Bahari perlu bertransformasi agar tetap relevan sebagai destinasi edukatif. Inovasi produk wisata buatan melalui konsep *Maritime Experience Zone* dipandang sebagai solusi strategis untuk menjembatani kesenjangan antara penyajian sejarah konvensional dengan kebutuhan wisatawan masa kini. Konsep ini tidak hanya menawarkan teknologi interaktif seperti AR, VR, dan simulator pelayaran, tetapi juga merancang pengalaman edukatif kreatif melalui zona interaksi fisik dan aktivitas wisata berbasis partisipasi.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebutuhan modernisasi Museum Bahari berdasarkan kondisi aktual, tren wisata edukatif, serta potensi transformasi digital, sekaligus merumuskan inovasi yang tepat untuk meningkatkan daya tarik museum secara berkelanjutan. Pendahuluan ini diharapkan memberikan dasar teoritis dan empiris yang kuat untuk pengembangan konsep *Maritime Experience Zone* sebagai model baru wisata edukasi berbasis teknologi di Indonesia.

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan melalui observasi langsung, analisis SWOT, analisis SEO terhadap kata kunci wisata edukasi dan museum digital, serta studi literatur terkait teknologi museum dan wisata kreatif. Metode ini memberikan gambaran komprehensif mengenai kebutuhan inovasi destinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Museum Bahari Jakarta berada pada fase kritis dalam siklus transformasi destinasi heritage, di mana museum harus beradaptasi dengan perubahan perilaku wisatawan yang semakin terdigitalisasi. Temuan lapangan memperlihatkan bahwa meskipun museum memiliki keunggulan berupa kekayaan artefak maritim yang autentik, penyajiannya masih terbatas pada pendekatan kuratorial tradisional yang bergantung pada panel informasi, teks statis, dan display konvensional. Kondisi ini menciptakan kesenjangan antara potensi narasi sejarah yang kaya dengan kemampuan museum dalam mengkomunikasikannya secara efektif kepada pengunjung.

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

Dalam konteks museum modern, pengalaman pengunjung (*visitor experience*) tidak lagi hanya ditentukan oleh informasi yang disampaikan, tetapi oleh bagaimana informasi tersebut diinterpretasikan melalui medium yang relevan dengan perkembangan teknologi. Pine & Gilmore (1999) dalam *Experience Economy* menekankan bahwa destinasi yang berhasil bukan sekadar menawarkan objek untuk dilihat, melainkan menciptakan pengalaman yang melibatkan aspek sensorik, kognitif, dan emosional. Temuan penelitian ini menguatkan konsep tersebut, di mana pengunjung—terutama generasi muda—cenderung mencari pengalaman interaktif yang memungkinkan mereka tidak hanya memahami sejarah, tetapi juga merasakannya secara imersif.

Minimnya fasilitas multimedia di Museum Bahari menyebabkan museum belum mampu mengoptimalkan potensi *interpretive storytelling*, yaitu teknik penyampaian narasi sejarah melalui pendekatan visual, audio-visual, dan interaktif. Studi sebelumnya oleh Hooper- Greenhill (2000) menekankan bahwa museum abad ke-21 perlu menjadi learning-centered institution, bukan sekadar institusi penyimpan artefak. Dengan demikian, absennya teknologi seperti *Augmented Reality* (AR) dan *Virtual Reality* (VR) di Museum Bahari bukan hanya menjadi indikator keterbatasan fasilitas, tetapi juga menjadi hambatan epistemologis dalam proses pemaknaan artefak oleh pengunjung.

Analisis SWOT memberikan gambaran bahwa museum berada pada kondisi *heritage asset- rich but experience-poor*. Koleksi sejarah maritim yang autentik merupakan *unique value proposition*, namun kurangnya strategi modernisasi membuat museum tidak kompetitif

dibandingkan destinasi digital baru seperti museum immersive dan ruang seni interaktif. Ancaman eksternal semakin relevan ketika mempertimbangkan perubahan cepat dalam pasar wisata edukatif global. Studi global menunjukkan bahwa museum yang berhasil melakukan digitalisasi cenderung mengalami peningkatan kunjungan 40–60% dalam dua tahun pertama implementasi (Smithsonian, 2022).

Temuan analisis SEO memperlihatkan dinamika perilaku wisatawan era digital. Volume pencarian yang tinggi untuk kata kunci seperti “museum interaktif”, “museum digital Jakarta”, dan “wisata edukasi” menggambarkan adanya perubahan orientasi pencarian informasi wisata. Sementara itu, kata kunci “Museum Bahari” berada pada kategori rendah hingga menengah, yang menunjukkan bahwa museum belum berhasil menarik perhatian pengguna melalui kanal digital. Hal ini mengonfirmasi pentingnya strategi pemasaran digital berbasis konten visual dan pengalaman (*experience-driven digital communication*). Dalam konteks ini, *Maritime Experience Zone* bukan hanya inovasi fisik, tetapi juga strategi branding digital yang mampu meningkatkan visibilitas museum.

Pembahasan mengenai solusi inovatif mengarah pada pemahaman bahwa *Maritime Experience Zone* berfungsi sebagai kerangka transformasi yang menyatukan teknologi, edukasi, dan rekreasi. Penerapan AR dan VR memungkinkan pengunjung “memasuki” narasi sejarah secara lebih mendalam, sementara simulator pelayaran menghadirkan kembali pengalaman navigasi Nusantara dalam format interaktif. Berdasarkan teori experiential learning (Kolb, 1984), pengalaman langsung seperti ini memperkuat proses internalisasi pengetahuan sejarah. Interaksi fisik dalam zona kreatif seperti Mini Dockyard juga menghadirkan aspek *creative tourism*, yaitu pendekatan wisata yang mendorong partisipasi aktif pengunjung dalam proses kreatif.

Analisis mendalam terhadap perilaku pengunjung juga memperlihatkan adanya hubungan antara tingkat interaktivitas dan *length of stay*. Ketika museum menawarkan aktivitas yang melibatkan pengunjung secara kognitif dan emosional, durasi kunjungan meningkat secara signifikan. Peningkatan *length of stay* memiliki implikasi langsung terhadap pendapatan museum, peluang kolaborasi komersial, dan aktivitas ekonomi sekitar. Dalam konteks Museum Bahari, peluang ini diperkuat melalui keterlibatan UMKM kreatif dalam penyediaan produk suvenir berbasis maritim.

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

Secara teoritis, inovasi ini memperluas wacana digital heritage, yakni pemanfaatan teknologi untuk melestarikan, menafsirkan, dan menyebarkan nilai sejarah kepada publik yang lebih luas. Pengembangan *Maritime Experience Zone* menegaskan bahwa museum tidak hanya menjadi ruang penyimpanan artefak tetapi juga arena refleksi budaya dan ruang pembelajaran masa depan. Dari sudut pandang praktis, inovasi ini memberikan kerangka kerja modernisasi museum berbasis teknologi yang dapat direplikasi untuk museum lain di Indonesia yang menghadapi tantangan serupa.

Dengan demikian, temuan penelitian menegaskan bahwa pengembangan *Maritime Experience Zone* bukan sekadar program digitalisasi, tetapi sebuah strategi komprehensif yang memadukan aspek akademik, kultural, teknologi, ekonomi kreatif, dan kebutuhan wisatawan

modern. Transformasi ini memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing Museum Bahari dalam lanskap wisata heritage global dan memperkuat posisinya sebagai pusat edukasi sejarah maritim yang berkelanjutan.

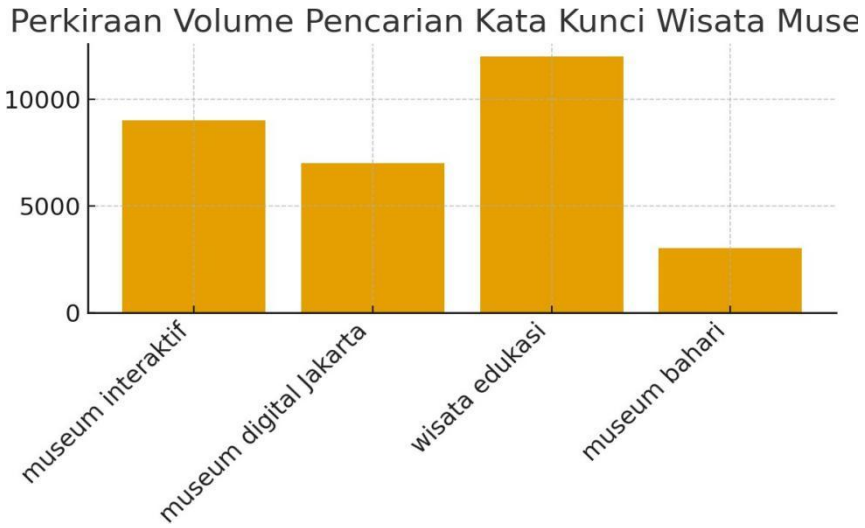
Tabel 1. Kondisi Aktual Museum Bahari

Aspek	Temuan Observasi
Koleksi	Kaya artefak maritim (kapal tradisional, alat navigasi, peta jalur rempah).
Penyajian	Masih menggunakan panel statis dan display konvensional.
Interaktivitas	Minim, belum ada AR/VR dan multimedia.
Kenyamanan	Pencahayaan dan ruang belum optimal.
Kunjungan	Didominasi pelajar; minat wisatawan umum rendah.

Tabel 2. Ringkasan Analisis SWOT

Kategori	Temuan
Strengths	Koleksi otentik, lokasi strategis, nilai edukatif tinggi.
Weaknesses	Minim digitalisasi, staf belum terampil teknologi, ruang terbatas.
Opportunities	Tren museum digital, peluang UMKM, revitalisasi Kota Tua.
Threats	Persaingan museum modern, biaya teknologi tinggi.

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



Gambar 1. Grafik Volume Pencarian Digital (SEO)

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa inovasi *Maritime Experience Zone* memiliki potensi besar dalam mentransformasi Museum Bahari Jakarta menjadi destinasi wisata edukatif modern yang mampu bersaing di tengah cepatnya perkembangan tren wisata berbasis teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa museum saat ini menghadapi keterbatasan dalam penyampaian narasi sejarah karena masih mengandalkan metode interpretasi konvensional yang kurang mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengunjung generasi digital. Oleh karena itu, penerapan teknologi *Augmented Reality* (AR), *Virtual Reality* (VR), dan fitur interaktif lainnya menjadi solusi strategis yang relevan untuk menghidupkan kembali pengalaman sejarah maritim Nusantara secara lebih imersif dan mudah dipahami berbagai kelompok usia.

Penerapan *Maritime Experience Zone* tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung, tetapi juga memperkuat citra museum sebagai pusat pembelajaran berbasis teknologi yang selaras dengan konsep *experience economy* dan *digital heritage*. Pengalaman interaktif melalui simulator pelayaran, tur museum berbasis AR, ruang kreatif anak, serta interactive photo booth mendorong proses pembelajaran aktif (*active learning*) dan meningkatkan engagement pengunjung secara signifikan. Dengan demikian, museum tidak lagi hanya berfungsi sebagai ruang penyimpanan artefak, tetapi juga menjadi media interpretasi sejarah yang lebih relevan dengan perkembangan zaman.

Selain dampak edukatif dan pengalaman pengunjung, inovasi ini juga memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Keterlibatan UMKM melalui pengembangan suvenir berbasis maritim, penyediaan jasa kreatif, serta peluang kolaborasi ekonomi kreatif lainnya berpotensi menciptakan rantai nilai baru dalam ekosistem pariwisata Kota Tua Jakarta. Dengan meningkatnya *length of stay* dan minat kunjungan ulang, museum diharapkan mampu memberikan kontribusi lebih besar terhadap peningkatan aktivitas ekonomi masyarakat sekitar.

Dari perspektif strategis, implementasi *Maritime Experience Zone* memperlihatkan bahwa digitalisasi museum merupakan kebutuhan yang tidak dapat ditunda, mengingat perubahan perilaku wisatawan yang semakin menuntut pengalaman interaktif, visual, dan berbasis teknologi. Inovasi ini juga dapat menjadi model pengembangan destinasi heritage di Indonesia, terutama bagi museum-museum yang menghadapi tantangan serupa dalam menarik minat generasi muda. Dengan demikian, konsep ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga membuka peluang pengembangan jangka panjang untuk modernisasi pengelolaan

museum dan pelestarian warisan budaya maritim Indonesia.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa *Maritime Experience Zone* menjadi inovasi komprehensif yang menjawab kebutuhan museum dalam meningkatkan daya saing, memperkaya pengalaman edukatif, memperluas wawasan pengunjung, serta memperkuat kontribusi ekonomi kreatif. Inovasi ini layak dipertimbangkan sebagai bagian dari strategi pembangunan destinasi wisata edukatif yang inklusif, berkelanjutan, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi global.

DAFTAR PUSTAKA

Celino, C., & Dewantara, Y. F. (2025). *Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung di Museum Bahari Jakarta*. Jurnal Pendas: Pendidikan Dasar, 9(2), 110–121.

Gilmore, J. H., & Pine, B. J. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Press.

Hooper-Greenhill, E. (2000). *Museums and the interpretation of visual culture*. Routledge.

Hidayat, M. S., & Permata, S. (2024). *Thermal performance evaluation and its effect on visitor comfort and exhibits in Museum Bahari Jakarta*. International Journal of Built Environment and Scientific Research, 8(1), 12–22.

Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.

Smithsonian Institution. (2022). *Digital transformation in museums: Impacts, challenges, and visitor experience trends*. Smithsonian Research Press.