

ANALISIS VISITOR EXPERIENCE FASILITAS DIGITAL INTERAKTIF DI GALERI INDONESIA KAYA

Benito Juhantyo Wibowo¹, Agung Kresnamurti Rivai Prabumenang², Adnan Kasofi³
Pemasaran Digital, Universitas Negeri Jakarta, DKI Jakarta
E-mail: *benito_1714422056@mhs.unj.ac.id¹

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong ruang budaya untuk menghadirkan pengalaman kunjungan yang lebih interaktif dan menarik bagi pengunjung. Salah satu ruang budaya yang menerapkan teknologi digital interaktif adalah Galeri Indonesia Kaya (GIK). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis visitor experience pengunjung terhadap fasilitas digital interaktif di Galeri Indonesia Kaya berdasarkan dimensi entertainment, education, esthetics, dan escapism. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling terhadap 102 responden yang pernah berkunjung dan menggunakan fasilitas digital interaktif di Galeri Indonesia Kaya. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif menggunakan IBM SPSS Statistics. Hasil penelitian menunjukkan bahwa visitor experience pengunjung berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,93. Dimensi esthetics memperoleh skor tertinggi sebesar 3,97, diikuti escapism sebesar 3,94, education sebesar 3,93, dan entertainment sebesar 3,90. Temuan ini menunjukkan bahwa fasilitas digital interaktif di Galeri Indonesia Kaya mampu menciptakan pengalaman kunjungan yang positif, edukatif, menarik, dan berkesan bagi pengunjung. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pengelola ruang budaya digital dalam mengembangkan fasilitas interaktif yang mampu meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung.

Kata kunci

Visitor Experience, Digital Interaktif, Galeri Indonesia Kaya, Experience Economy, Museum Digital.

ABSTRACT

The development of digital technology has encouraged cultural spaces to provide more interactive and engaging visitor experiences. One cultural venue that implements interactive digital technology is Galeri Indonesia Kaya (GIK). This study aims to analyze visitors' experiences with interactive digital facilities at Galeri Indonesia Kaya based on the four dimensions of experience economy: entertainment, education, esthetics, and escapism. A descriptive quantitative approach was employed using purposive sampling involving 102 respondents who had visited and interacted with the digital facilities at GIK. Data were collected through a five-point Likert scale questionnaire and analyzed using descriptive statistics with IBM SPSS Statistics. The findings indicate that visitor experience is categorized as high, with an overall mean score of 3.93. The esthetics dimension achieved the highest score (3.97), followed by escapism (3.94), education (3.93), and entertainment (3.90). These results demonstrate that the interactive digital facilities at GIK successfully create positive, educational, engaging, and memorable visitor experiences. This study provides practical insights for cultural institutions seeking to enhance visitor experience through interactive digital technologies.

Keywords

Visitor Experience, Digital Interaktif, Galeri Indonesia Kaya, Experience Economy, Museum Digital.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong berbagai sektor untuk menghadirkan layanan yang lebih interaktif, termasuk pada sektor budaya. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan ruang budaya tidak hanya berfungsi sebagai tempat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang pengalaman yang mampu meningkatkan keterlibatan pengunjung. Melalui berbagai fasilitas digital interaktif, pengunjung dapat memperoleh pengalaman yang lebih menarik, edukatif, dan berkesan selama melakukan kunjungan.

Salah satu ruang budaya yang memanfaatkan teknologi digital interaktif adalah Galeri Indonesia Kaya (GIK). Galeri yang dikelola oleh Bakti Budaya Djarum Foundation ini menghadirkan berbagai fasilitas digital yang memungkinkan pengunjung mengenal budaya Indonesia melalui media yang lebih modern dan interaktif. Kehadiran fasilitas tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung sekaligus memperkenalkan budaya Indonesia dengan cara yang lebih menarik.

Meskipun demikian, pengalaman yang dirasakan pengunjung tidak selalu sama. Berdasarkan berbagai ulasan pengunjung pada Google Review, terdapat penilaian positif mengenai aspek hiburan, edukasi, estetika, dan pengalaman interaktif yang diberikan. Namun, beberapa pengunjung juga menyampaikan adanya keterbatasan seperti fasilitas yang kurang optimal, pengalaman yang dirasakan terlalu singkat, serta kurangnya pembaruan pada beberapa konten digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa visitor experience terhadap fasilitas digital interaktif masih perlu dievaluasi lebih lanjut.

Visitor experience merupakan keseluruhan pengalaman yang dirasakan pengunjung selama berinteraksi dengan lingkungan, fasilitas, dan aktivitas yang tersedia pada suatu destinasi. Dalam penelitian ini, visitor experience dianalisis menggunakan framework Experience Economy yang dikembangkan oleh Pine dan Gilmore, yang terdiri dari empat dimensi utama, yaitu entertainment, education, esthetics, dan escapism. Framework ini banyak digunakan dalam penelitian museum dan galeri karena mampu menggambarkan pengalaman pengunjung secara lebih komprehensif.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital dapat meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung pada ruang budaya. Chang dan Suh (2025) menemukan bahwa dimensi entertainment, education, esthetics, dan escapism berperan dalam membentuk pengalaman pengunjung pada pameran berbasis teknologi digital. Selain itu, Komarac et al. (2024) menyatakan bahwa pengalaman edukatif dan hiburan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung museum.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui visitor experience pengunjung terhadap fasilitas digital interaktif di Galeri Indonesia Kaya berdasarkan dimensi entertainment, education, esthetics, dan escapism.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk mengetahui visitor experience pengunjung terhadap fasilitas digital interaktif di Galeri Indonesia Kaya berdasarkan dimensi entertainment, education, esthetics, dan escapism. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Galeri Indonesia Kaya yang pernah menggunakan fasilitas digital interaktif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun, pernah mengunjungi Galeri Indonesia Kaya, dan pernah menggunakan fasilitas digital

interaktif yang tersedia. Jumlah sampel penelitian sebanyak 102 responden yang diperoleh berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Lemeshow.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Instrumen penelitian disusun berdasarkan framework Experience Economy yang terdiri atas empat dimensi, yaitu entertainment, education, esthetics, dan escapism, dengan total 12 item pernyataan. Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen telah melalui uji validitas dan reliabilitas, dengan hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,959 yang termasuk dalam kategori sangat reliabel. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan bantuan IBM SPSS Statistics untuk memperoleh gambaran visitor experience pengunjung terhadap fasilitas digital interaktif di Galeri Indonesia Kaya.

2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengetahui gambaran visitor experience pengunjung terhadap fasilitas digital interaktif di Galeri Indonesia Kaya secara terukur berdasarkan data responden. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hubungan antarvariabel, melainkan mendeskripsikan kondisi pengalaman pengunjung berdasarkan hasil penilaian terhadap empat dimensi 4Es.

2.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Galeri Indonesia Kaya yang pernah menggunakan fasilitas digital interaktif yang tersedia. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah berusia minimal 17 tahun, pernah berkunjung ke Galeri Indonesia Kaya, dan pernah berinteraksi dengan minimal satu fasilitas digital interaktif yang tersedia. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 102 responden.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan secara daring menggunakan Google Forms. Kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Instrumen penelitian terdiri dari 12 item pernyataan yang disusun berdasarkan empat dimensi Experience Economy, yaitu entertainment, education, esthetics, dan escapism.

Tabel 1: Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Kode Item	Jumlah Item
Visitor Experience	Entertainment	EE1, EE2, EE3	3
	Education	ED1, ED2, ED3	3
	Esthetics	ET1, ET2, ET3	3
	Escapism	ES1, ES2, ES3	3

Langkah terakhir adalah reduksi data. Pada langkah ini, kumpulan data dikurangi agar sesuai dengan proses dan persyaratan *itemset* yang sering muncul.

2.4 Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan bantuan IBM SPSS Statistics. Analisis dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, perhitungan distribusi frekuensi, persentase jawaban responden, serta nilai rata-rata pada setiap dimensi. Hasil analisis kemudian digunakan untuk menentukan kategori visitor experience pengunjung terhadap fasilitas digital interaktif di Galeri Indonesia Kaya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Desain Penelitian

Karakteristik responden dalam penelitian ini didasarkan pada jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi kunjungan ke Galeri Indonesia Kaya. Sebanyak 102 responden berpartisipasi dalam penelitian ini dan seluruhnya telah memenuhi kriteria penelitian, yaitu pernah mengunjungi serta menggunakan fasilitas digital interaktif yang tersedia di Galeri Indonesia Kaya.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Usia	17 – 20 tahun	12	11,8 %
	21 – 25 tahun	46	45,1 %
	26 – 30 tahun	19	18,6 %
	31 – 35 tahun	11	10,8 %
	> 35 tahun	14	13,7 %
Pekerjaan	Pelajar / Mahasiswa	37	36,3 %
	Karyawan Swasta	23	22,5 %
	PNS / ASN	15	14,7 %
	Wirausaha	13	12,7 %
	Freelance	13	1,7 %
	Ibu Rumah Tangga	1	1 %
Domisili	Jakarta	41	40,2 %
	Depok	19	18,6 %
	Bekasi	15	14,7 %
	Tangerang	14	13,7 %
	Bogor	13	12,7 %

Berdasarkan Tabel 2, mayoritas responden berada pada rentang usia 21–25 tahun sebanyak 46 responden (45,1%). Dari sisi pekerjaan, kelompok pelajar/mahasiswa mendominasi dengan 37 responden (36,3%), sedangkan berdasarkan domisili, sebagian besar responden berasal dari Jakarta sebanyak 41 responden (40,2%). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa pengunjung Galeri Indonesia Kaya didominasi oleh kelompok usia muda yang memiliki kedekatan dengan teknologi digital, sehingga relevan dengan konteks penelitian mengenai visitor experience terhadap fasilitas digital interaktif.

3.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Sebelum dilakukan analisis data, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji reliabilitasnya untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden. Hasil pengujian menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi sehingga layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Visitor Experience	0,959	Sangat Reliabel

Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,959 menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang sangat tinggi. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur visitor experience pengunjung terhadap fasilitas digital interaktif di Galeri Indonesia Kaya.

3.3 Visitor Experience Pengunjung Berdasarkan Dimensi 4Es

Tabel 4. Rekapitulasi Visitor Experience Berdasarkan Dimensi 4Es

Dimensi	Mean	Kategori
Entertainment	3,90	Tinggi
Education	3,93	Tinggi
Esthetics	3,97	Tinggi
Escapism	3,94	Tinggi
Keseluruhan	3,93	Tinggi

Berdasarkan Tabel 4, visitor experience pengunjung terhadap fasilitas digital interaktif di Galeri Indonesia Kaya memperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,93 dan berada pada kategori tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa fasilitas digital interaktif yang tersedia mampu memberikan pengalaman kunjungan yang positif bagi pengunjung. Dari keempat dimensi yang diteliti, dimensi esthetics memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,97, sedangkan dimensi entertainment memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 3,90. Meskipun demikian, seluruh dimensi tetap berada pada kategori tinggi yang menunjukkan bahwa pengalaman pengunjung terhadap fasilitas digital interaktif di Galeri Indonesia Kaya dinilai baik secara keseluruhan.

3.4 Pembahasan

Dimensi entertainment memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,90 dan berada pada kategori tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa fasilitas digital interaktif di Galeri Indonesia Kaya mampu memberikan hiburan dan kesenangan kepada pengunjung selama melakukan kunjungan. Pengunjung merasa bahwa fasilitas yang tersedia cukup menarik dan mampu menciptakan suasana yang menyenangkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Chang dan Suh (2025) yang menyatakan bahwa aspek hiburan merupakan salah satu elemen penting dalam menciptakan pengalaman positif pada ruang budaya berbasis teknologi digital.

Dimensi education memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,93 dan berada pada kategori tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa fasilitas digital interaktif yang tersedia mampu membantu pengunjung memperoleh pengetahuan baru mengenai budaya Indonesia. Melalui berbagai media digital yang tersedia, pengunjung dapat mempelajari informasi budaya secara lebih menarik dan mudah dipahami. Temuan ini mendukung penelitian Komarac et al. (2024) yang menjelaskan bahwa pengalaman

edukatif memiliki kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung museum dan galeri.

Dimensi *esthetics* memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,97 dan menjadi dimensi dengan penilaian terbaik dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa desain ruang, tampilan visual, serta suasana yang ditampilkan melalui fasilitas digital interaktif menjadi kekuatan utama Galeri Indonesia Kaya. Pengunjung memberikan penilaian positif terhadap estetika ruang yang mampu menciptakan kenyamanan dan daya tarik selama kunjungan berlangsung. Temuan ini sejalan dengan penelitian Komarac dan Ozretić Došen (2022) yang menyatakan bahwa aspek estetika memiliki pengaruh penting terhadap persepsi kualitas pengalaman pengunjung.

Dimensi *escapism* memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,94 dan berada pada kategori tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa fasilitas digital interaktif yang tersedia mampu memberikan pengalaman yang membuat pengunjung merasa lebih terlibat dan sejenak keluar dari rutinitas sehari-hari. Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital yang diterapkan di Galeri Indonesia Kaya tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga mampu menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi pengunjung. Temuan ini mendukung penelitian Chang dan Suh (2025) yang menjelaskan bahwa dimensi *escapism* berperan penting dalam menciptakan pengalaman yang bersifat imersif pada ruang budaya berbasis teknologi digital.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi *Experience Economy* berada pada kategori tinggi. Hal ini membuktikan bahwa fasilitas digital interaktif di Galeri Indonesia Kaya telah berhasil menciptakan pengalaman yang positif, edukatif, menarik, serta berkesan bagi pengunjung. Temuan penelitian juga memperkuat relevansi *framework 4Es* sebagai alat untuk mengukur *visitor experience* pada ruang budaya berbasis teknologi digital.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, *visitor experience* pengunjung terhadap fasilitas digital interaktif di Galeri Indonesia Kaya berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,93. Hasil tersebut menunjukkan bahwa fasilitas digital interaktif yang tersedia mampu menciptakan pengalaman kunjungan yang positif bagi pengunjung. Berdasarkan dimensi *Experience Economy*, dimensi *esthetics* memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,97, diikuti oleh *escapism* sebesar 3,94, *education* sebesar 3,93, dan *entertainment* sebesar 3,90. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek visual, desain ruang, dan suasana galeri menjadi faktor yang paling kuat dalam membentuk pengalaman pengunjung, sementara aspek hiburan tetap memberikan kontribusi yang positif meskipun memperoleh nilai terendah dibandingkan dimensi lainnya. Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa *framework 4Es* yang terdiri dari *entertainment*, *education*, *esthetics*, dan *escapism* mampu menggambarkan *visitor experience* pengunjung secara komprehensif pada konteks ruang budaya berbasis teknologi digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola Galeri Indonesia Kaya dalam mengembangkan fasilitas digital interaktif yang lebih menarik, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan pengunjung sehingga kualitas pengalaman kunjungan dapat terus ditingkatkan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Berta, R., Zappatore, M., Lombardo, V. & Damiano, R., 2025. Digital technologies and visitor engagement in cultural heritage experiences. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 15(1), pp.45–61.
- Chang, S. & Suh, A., 2025. Understanding visitor experience in digital exhibition environments through the experience economy framework. *Journal of Destination Marketing and Management*, 35, pp.1–12.
- Komarac, T. & Ozretić Došen, Đ., 2022. The role of aesthetics and escapism in museum visitor experience. *Museum Management and Curatorship*, 37(5), pp.512–528.
- Komarac, T., Ozretić Došen, Đ. & Škare, V., 2024. Measuring museum visitor experience through the dimensions of the experience economy. *International Journal of Arts Management*, 26(2), pp.67–81.
- Pine, B.J. & Gilmore, J.H., 1999. *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Sugiyono, 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Trunfio, M., Campana, S. & Magnelli, A., 2022. Immersive technologies and visitor experience in museums: The role of augmented and virtual reality. *Tourism Management Perspectives*, 43, pp.1–10.
- Vermeeren, A. & Calvi, L., 2024. Digital visitor experiences in cultural institutions: Emerging trends and future directions. *Museum International*, 76(1–2), pp.84–96.
- Zhang, Y. & Abd Rahman, N., 2022. Demographic characteristics and digital engagement in museum environments. *International Journal of Tourism Research*, 24(6), pp.891–905.