

Ulasan Online Pengunjung Mancanegara dalam Tripadvisor sebagai Bahan Evaluasi terhadap Eksistensi dan Pengelolaan Museum Bali

Anom Hery Suasapha*

Politeknik Pariwisata Bali, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.24843/JKB.2023.v13.i02.p03>

Abstract

Online Reviews of International Visitors on Tripadvisor as Material for Evaluation of the Existence and Management of the Bali Museum

This article discussed the online reviews posted by visitors of Museum Bali on Tripadvisor. The aim is to understand the existence of Museum Bali as a tourist attraction that preserves Balinese cultural artifacts. Inductive category formation-qualitative content analysis was done to analyze the online reviews. The result shows that Museum Bali is an attractive tourist attraction for international tourists from countries with Western cultures. While stating that Museum Bali is a recommended museum with a good display, among other positive comments, the tourists negatively commented that the display materials lacked explanation. Besides, they did not recommend using a tour guide while visiting Museum Bali. Based on the result, this article recommends the management of Museum Bali hold on to its strengths and improve those that are perceived negatively by the reviewer. Improving the quality of interpretation for each displayed collection is crucial while managing the tour guide should also be prioritized.

Keywords: online review; Tripadvisor; international visitor; Museum Bali; content analysis

1. Pendahuluan

Kepariwisataan yang dikembangkan di Bali adalah Pariwisata Budaya Bali, seperti amanat Perda 5 Tahun 2020 tentang Standar Penyelenggaraan Kepariwisataan Budaya Bali yang merupakan revisi atas Perda Provinsi Bali No 2 Tahun 2012. Kepariwisataan Budaya Bali merupakan kepariwisataan yang diselenggarakan berdasarkan kebudayaan Bali yang dijiwai oleh agama Hindu dan ajaran *Tri Hita Karana*. Penyelenggaraan kepariwisataan budaya

* Penulis Koresponden: anom_hs@ppb.ac.id

Artikel Diajukan: 6 Juli 2022; Diterima: 21 Mei 2023

Bali diharapkan dapat mewujudkan keseimbangan antara pelestarian dan pemanfaatan budaya untuk kesejahteraan masyarakat Bali sesuai dengan Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 4 Tahun 2020 tentang Penguatan dan Pemajuan Kebudayaan Bali tentang Pemajuan kebudayaan Bali.

Salah satu contoh daya tarik wisata budaya yang ada di Bali adalah museum seni budaya (Perda Provinsi Bali Nomor 1 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Atraksi Budaya). Museum merupakan sebuah bangunan yang berfungsi untuk melindungi koleksi berupa benda cagar budaya, bangunan cagar budaya maupun struktur cagar budaya, serta yang bukan cagar budaya, untuk dikembangkan, digunakan serta dikomunikasikan kepada masyarakat. Museum di Indonesia dapat dimiliki oleh pemerintah, masyarakat adat maupun perorangan, dengan dikelola oleh pengelola museum (PP No. 66 Tahun 2015 Tentang Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 2015)

Terdapat 16 museum di Bali (Direktorat Jenderal Kebudayaan, 2012) yang tersebar di kabupaten dan kota. Salah satunya adalah Museum Bali, museum tertua di Bali (Narita et al., 2016; Sista et al., 2015) yang didirikan atas prakarsa dari W.F.J. Kroon (Rapini et al., 1992), yang menjabat sebagai Asisten Residen Bali Selatan pada masa pemerintahan kolonial Belanda. Ide pembangunan Museum Bali dimulai pada tahun 1910, setelah seluruh Bali berhasil dikuasai oleh Belanda. Setelah melalui proses pembangunan secara bertahap, Museum Bali berhasil terwujud dan dibuka secara umum pada tanggal 8 Desember 1932 (Rapini et al., 1992).

Museum Bali didirikan dengan konsep etnografi, yaitu sebagai museum yang menyimpan dan melestarikan berbagai koleksi yang dapat menggambarkan kebudayaan Bali secara utuh, baik mengenai kehidupan masyarakatnya, ekonomi, kesenian maupun sistem religinya dari berbagai periode waktu. Sebagai museum yang pendiriannya diprakarsai oleh pejabat penjajah Belanda, Museum Bali dimaksudkan untuk menjaga agar Bali tidak mengalami pemiskinan budaya, mengingat pada waktu itu, ada banyak upaya untuk mengambil benda-benda budaya Bali untuk dibawa ke luar Bali. Sesuatu yang ironis mengingat Belanda pada waktu itu adalah penjajah Pulau Bali, namun di sisi lain, kenyataan tersebut menunjukkan betapa orang-orang dari bangsa lain memang selalu memiliki ketertarikan dan perhatian yang luar biasa bagi kelestarian Budaya Bali.

Selain W.F.J. Kroon, beberapa orang asing lain yang terlibat dalam perencanaan dan pembangunan Museum Bali adalah Dr. W.F. Stutterheim, Walter Spies, Dr. R. Goris dan Ir. Th. A. Resink, bersama pemerhati budaya lokal Bali yaitu I Gusti Alit Ngurah dan I Gusti Bagus Negara (Rapini et al., 1992). Mengingat sejarah pendiriannya yang sangat dekat dengan peran

orang asing, tidak mengherankan jika dalam perkembangannya Museum Bali menjadi museum yang banyak dikunjungi oleh orang asing yang berkunjung ke Bali, termasuk yang datang dengan tujuan wisata, yaitu para pengunjung mancanegara.

Tahun 2014 tercatat sebagai puncak popularitas Museum Bali sebagai daya tarik wisata. Data yang dipublikasikan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali menunjukkan bahwa pada tahun tersebut, sebanyak 42.988 orang pengunjung telah mengunjungi Museum Bali. Sayangnya, jumlah kunjungan tersebut tidak pernah terlampaui lagi pada tahun-tahun kunjungan berikutnya. Semenjak tahun 2018, Dinas Pariwisata Provinsi Bali telah mengklasifikasikan pengunjungnya menjadi wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara dalam sistem pencatatannya. Adapun jumlah kunjungannya adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Jumlah kunjungan ke Museum Bali Tahun 2018 - 2021

| No | Tahun | Jenis pengunjung | Jumlah Kunjungan |
|----|-------|------------------|------------------|
| 1 | 2018 | Nusantara | 18.927 |
| | | Mancanegara | 16.704 |
| 2 | 2019 | Nusantara | 18.815 |
| | | Mancanegara | 13.457 |
| 3 | 2020 | Nusantara | 4.248 |
| | | Mancanegara | 3.082 |
| 4 | 2021 | Nusantara | 1.991 |
| | | Mancanegara | 86 |
| 5 | 2022 | Nusantara | 11.535 |
| | | Mancanegara | 6.553 |

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Bali (2023)

Tabel 1 menunjukkan perkembangan jumlah kunjungan ke Museum Bali tahun 2018 sampai 2022. Mencermati angka-angka pada kolom jumlah kunjungan, terlihat bahwa terjadi tren penurunan jumlah kunjungan, baik pada pengunjung nusantara maupun pengunjung mancanegara. Pada tahun 2019, penurunan kunjungan pada pengunjung nusantara tidak terlalu signifikan, yaitu sebesar 0,6%. Namun, penurunan pada pengunjung mancanegara adalah signifikan, yaitu sebesar 19,43% jika dibandingkan dengan kunjungan tahun 2018. Pada tahun 2020, penurunan yang terjadi terlihat sangat signifikan, dengan persentase sebesar 77,42% untuk pasar nusantara dan 77,09% untuk pasar mancanegara, yang terus berlanjut ke tahun 2021. Mengingat tahun 2020

merupakan tahun dimana Pandemi Covid-19 terjadi, maka dapat dipahami bahwa penurunan jumlah kunjungan yang terjadi pada tahun 2020 dan 2021 merupakan konsekuensi logis dari berbagai pembatasan yang dilakukan di negara-negara destinasi pariwisata maupun di negara-negara asal wisatawan untuk menahan laju penyebaran virus penyebab COVID-19. Mengingat berbagai pembatasan perjalanan terkait Covid-19 telah dicabut di berbagai negara, adalah wajar apabila kemudian jumlah kunjungan ke Museum Bali-pun kembali meningkat di tahun 2022, meskipun belum sebanyak kunjungan pada tahun 2019.

Fakta bahwa penurunan jumlah kunjungan yang telah terjadi semenjak sebelum pandemi Covid-19 (tahun 2018) tidak dapat dipandang sebelah mata. Museum Bali merupakan daya tarik wisata yang mampu memberikan pengalaman berwisata bagi pengunjung untuk melakukan *flashback* terhadap periodisasi perkembangan kebudayaan Bali. Museum Bali merupakan sumber belajar yang sangat berguna bagi pengunjung yang ingin memperoleh pemahaman awal mengenai kebudayaan Bali, sebelum mereka mengeksplorasi kebudayaan tersebut dengan mengunjungi secara langsung daya tarik wisata budaya yang ada di Bali.

Sebagai sebuah daya tarik wisata yang merangkum sejarah peradaban dan kebudayaan di Bali semenjak zaman prasejarah hingga saat ini, jumlah kunjungan ke Museum Bali merupakan indikator bagi eksistensi pariwisata budaya yang berlandaskan Agama Hindu yang dikembangkan di Provinsi Bali. Karena itu, monitoring atau pun evaluasi terhadap eksistensinya sebagai daya tarik wisata sangat penting untuk dilakukan secara rutin terlepas dari terjadi atau tidaknya fenomena-seperti halnya Pandemi Covid-19. Evaluasi tersebut dapat dilakukan dengan mencermati apa sesungguhnya yang dipikirkan oleh pengunjung terhadap Museum Bali.

Ulasan *online* yang disampaikan oleh pengunjung Museum Bali dapat dijadikan titik awal untuk menelusuri tentang apa yang sesungguhnya dipikirkan oleh pengunjung tentang Museum Bali sebagai daya tarik wisata. Ulasan *online* menyimpan informasi mengenai persepsi pengunjung terhadap sebuah produk wisata yang dikonsumsi, sehingga semakin disadari kepentingannya (Sidali et al., 2009; Yang et al., 2017). Persepsi tersebut tercermin dalam ulasan, *rating* maupun *ranking* yang diberikan oleh pengunjung di berbagai *platform review* (Gössling et al., 2018). Dengan menganalisis ulasan *online*, akan diperoleh informasi mengenai hal-hal yang dinilai positif maupun negatif oleh pengunjung sehingga dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen Museum Bali yang akhirnya berguna untuk meningkatkan citra pariwisata budaya Bali.

2. Kajian Pustaka

Pencarian secara *online* di situs Google Cendikia berhasil menemukan beberapa artikel yang mengulas mengenai Museum Bali yang relevan untuk dikaji dalam penulisan artikel ini. Namun mengingat tidak semua artikel tersebut mencantumkan kelengkapan untuk dikutip dengan baik, maka hanya artikel yang lengkap saja yang dikaji lebih lanjut. Artikel-artikel tersebut mengulas mengenai berbagai hal terkait pengelolaan Museum Bali, misalnya pemanfaatan teknologi untuk memberikan penjelasan mengenai koleksi museum (Feoh & Yanti, 2018) serta untuk menyusun sistem informasi koleksi di Museum Bali (Sista et al., 2015). Terdapat pula artikel yang membahas mengenai persepsi wisatawan terhadap Museum Bali (Wirayanthi & Suryasih, 2017) serta upaya peningkatan kunjungan ke Museum Bali (Hutagalung & Nugroho, 2015; Narita et al., 2016). Penelitian lainnya membahas mengenai koleksi nekara yang ada di Museum Bali (Setiawan & Megasuari, 2012).

Dalam studinya, Wirayanti dan Suryasih menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan persepsi pengunjung Museum Bali mengenai 17 indikator. Dengan merata-ratakan skor Skala Likert dari 96 orang responden untuk setiap indikator, mereka menemukan bahwa ada 2 indikator mendapat tanggapan sangat baik, 10 indikator mendapat tanggapan baik, 3 indikator dipersepsikan cukup, dan 2 indikator dinilai tidak baik. Meskipun sama-sama mencermati mengenai persepsi pengunjung, penelitian Wirayanti dan Suryasih menggunakan pendekatan analisis yang berbeda dengan artikel ini. Selain itu, pada penelitian ini data tidak dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden, melainkan dikumpulkan dari data sekunder berupa ulasan *online* pengunjung mancanegara mengenai Museum Bali yang diperoleh dari Tripadvisor.

Mengingat masih terbatasnya penelitian yang membahas mengenai Museum Bali, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan mengenai Museum Bali, dengan menghasilkan pemahaman mengenai eksistensi Museum Bali di kalangan pengunjung mancanegaranya yang didasarkan pada ulasan *online* yang mereka sampaikan di situs *review* Tripadvisor.

3. Metode dan Teori

3.1 Metode

Artikel ini ditulis berdasarkan studi yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan untuk dianalisis berupa ulasan *online* (*online review*). Data tersebut dikumpulkan dengan pendekatan *Relevance Sampling* (Krippendorff, 2004, pp. 118 - 120), dimana ulasan *online* dikumpulkan berdasarkan konten, sumber dan periode waktu yang telah ditentukan

terlebih dahulu untuk memberikan hasil analisis yang relevan terhadap tujuan penulisan. Berdasarkan penjelasan tersebut, ulasan *online* yang dikumpulkan untuk penulisan artikel ini difokuskan kepada ulasan *online* tentang Museum Bali yang diberikan oleh pengunjung mancanegara, yang disampaikan pada *website* Tripadvisor. Pemilihan pengunjung mancanegara dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai eksistensi Museum Bali sebagai daya tarik wisata bagi pengunjung mancanegara, sedangkan pemilihan Tripadvisor sebagai sumber dari mana ulasan *online* ditambah didasarkan kepada pemahaman bahwa situs *review* tersebut merupakan salah satu situs *review* di bidang pariwisata yang muncul paling awal (tahun 2000) dan telah memainkan peran yang sangat penting di bidang pariwisata (Zelenka et al., 2021). Untuk memberikan gambaran yang relevan terhadap situasi saat ini, ulasan *online* yang diekstraksi dibatasi kepada ulasan yang disampaikan mulai tahun 2016 – 2021. Berdasarkan tiga (3) parameter pembatas tersebut, diperoleh sebanyak 56 *review* yang dapat dianalisis lebih lanjut.

Teknik yang dipergunakan untuk melakukan analisis terhadap ulasan *online* yang terkumpul adalah *Content Analysis*. Menurut (Krippendorff, 2004, p.18), *Content Analysis* merupakan teknik penelitian untuk menghasilkan kesimpulan yang valid dan bisa direplikasi dari naskah-naskah (*text*) berdasarkan konteks penggunaannya. Dalam penulisan artikel ini, *Content Analysis* dilakukan secara manual. Prosedurnya didasarkan pada langkah-langkah yang dikemukakan oleh Song et al. (2018) dan Mayring (2014, pp. 79 – 82) yang disebut sebagai teknik *inductive category formation*. Secara garis besar, tahapan analisis yang dilakukan adalah ekstraksi konten, dilanjutkan dengan pengkategorian konten dan interpretasi. Langkah-langkah analisis dilakukan setelah seluruh ulasan *online* yang sesuai dengan parameter pembatas disalin dari sumbernya, yaitu situs Tripadvisor.

Ulasan *online* tersebut selanjutnya dipindahkan ke dalam tabel excel untuk memudahkan proses ekstraksi. Ekstraksi diawali dengan membaca secara cermat setiap ulasan *online* untuk kemudian diekstrak berdasarkan setiap konten yang terkandung di dalamnya. Mengingat ulasan *online* yang dikumpulkan semuanya disampaikan dalam Bahasa Inggris, maka konten yang telah diekstraksi dari ulasan *online* tersebut selanjutnya diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Pengkategorian konten dilakukan setelah seluruh konten selesai diekstrak dan diterjemahkan. Untuk menghindari subjektivitas, kategori tidak ditentukan oleh peneliti dari awal, melainkan ditentukan berdasarkan cakupan topik konten yang terekstraksi, dengan memperhatikan variasi konten yang berhasil diekstraksi. Melakukan hal tersebut akan memastikan seluruh konten yang berhasil diekstrak akan dapat dikelompokkan ke dalam kategori

tertentu. Untuk mengetahui cakupan topik konten, seluruh konten yang terekstraksi terlebih dahulu diurutkan (*sorting*) sehingga pola cakupan topik konten menjadi lebih jelas terlihat. Interpretasi terhadap hasil *content analysis* dilakukan secara kuantitatif dengan menjelaskan frekuensi dari setiap kategori yang ditemukan (Mayring, 2014), p. 82), untuk kemudian dilakukan pemaknaan.

3.2 Teori

Ulasan *online* sering kali disebut sebagai eWOM (*electronic words of mouth*) (Mariani et al., 2019) dan UGC (*user generated content*) (Muritala et al., 2020). Di bidang pariwisata, ulasan *online* disampaikan oleh pelaku perjalanan wisata di berbagai *platform* baik *website* maupun media sosial. Ulasan *online* dimanfaatkan oleh para pelaku perjalanan wisata lainnya dalam setiap tahapan perjalanan wisata mereka, baik sebelum, selama maupun sesudah melakukan perjalanan untuk mengumpulkan informasi, berbagi pengalaman maupun memberikan saran kepada pelaku perjalanan lainnya (Muritala et al., 2020). Ulasan *online* baik positif maupun negatif akan mempengaruhi keputusan pembelian dari seorang pelaku perjalanan wisata (Hlee et al., 2018), dan berkontribusi positif terhadap peningkatan penjualan *online* dari berbagai produk wisata (Schuckert et al., 2015).

Ulasan *online* dipandang sebagai aset informasi yang bernilai (Hlee et al., 2018) baik bagi pelaku perjalanan wisata, industri pariwisata maupun akademisi pariwisata. Penelitian mengenai ulasan *online* mulai mendapatkan banyak perhatian di bidang ilmu pariwisata. Perkembangannya didukung oleh perkembangan ilmu mengenai ulasan *online* dari disiplin ilmu marketing dan manajemen yang mengkaji ulasan *online* di *website-website e-commerce* (Muritala et al., 2020). Dibandingkan dengan kuesioner dan wawancara, ulasan *online* bahkan dianggap menyediakan cara baru yang efektif dalam memahami persepsi pelanggan (Ye et al., 2014). Di bidang pariwisata budaya khususnya museum, pemanfaatan ulasan *online* untuk mengukur dimensi kualitas pelayanan semakin memperoleh perhatian (Agostino et al., 2020).

Tripadvisor merupakan sebuah *website* perjalanan wisata terbesar (Nilashi et al., 2018) dimana banyak ulasan *online* terkait pariwisata disampaikan. Tripadvisor memungkinkan penggunaanya untuk memposting informasi secara bebas (Martin-Fuentes et al., 2018) dalam bentuk ulasan, komentar maupun *rating* (Miguéns et al., 2008; Nilashi et al., 2018; Zhang et al., 2017) serta foto dan forum (Fileri et al., 2021). Karena itu, Tripadvisor berkembang sebagai komunitas perjalanan wisata terbesar yang ada di internet (Fileri et al., 2021; Martin-Fuentes et al., 2018; Miguéns et al., 2008), yang banyak digunakan untuk merencanakan perjalanan wisata ataupun membuat berbagai keputusan dalam perjalanan wisata seseorang (Miguéns et al., 2008; Sangkaew & Zhu, 2020).

Selain menyediakan informasi, Tripadvisor juga memungkinkan penggunaannya untuk terlibat dalam sebuah forum percakapan interaktif (Sangkaew & Zhu, 2020; van der Zee et al., 2018) untuk berbagi ulasan positif, negatif maupun netral tentang sebuah produk wisata sehingga mendorong bertumbuhnya *electronic word of mouth* (eWOM) pada industri pariwisata (Fileri et al., 2021). Karena itu, menganalisis ulasan *online* pada tripadvisor akan memberikan petunjuk mengenai seberapa besar tingkat kepentingan sebuah komponen *image* dari sebuah destinasi di mata pengunjung yang mengulas destinasi tersebut di Tripadvisor (Kladou & Mavragani, 2015).

Validitas dan reliabilitas data yang bersumber dari Tripadvisor sering kali diragukan mengingat ketidakmampuan pengguna data tersebut untuk memastikan apakah penulis ulasan benar-benar telah membeli sebuah produk ataukah tidak (Fileri et al., 2018). Hal tersebut terjadi karena adanya *fake review* (ulasan palsu) yang disampaikan oleh penulis ulasan di Tripadvisor, yang mengakibatkan kredibilitasnya sering kali dipertanyakan (Fileri et al., 2021). Namun demikian, situs-situs *User Generated Content* (UGC) termasuk Tripadvisor tetaplah merupakan sumber informasi yang terpercaya bagi banyak calon wisatawan (Fileri et al., 2021). Hal tersebut terjustifikasi melalui sebuah studi yang dipublikasikan oleh (Ma & Kirilenko, 2021) yang menemukan bahwa data kunjungan wisata yang disampaikan di Tripadvisor merupakan data yang reliabel dan representatif (Ma & Kirilenko, 2021). Dengan membandingkan data visitasi yang dikemukakan penulis ulasan Tripadvisor dengan data penelusuran pergerakan signal telepon seluler serta survei, Ma dan Kirilenko menemukan bahwa informasi tentang kunjungan seseorang yang mereka ulas di Tripadvisor merupakan informasi yang valid. Karena itu, ulasan *online* yang dikemukakan oleh seseorang merupakan data yang valid dan reliabel, yang dapat dianalisis untuk menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi pariwisata.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Ulasan Online

Sebelum memaparkan hasil dari *Content Analysis* yang telah dilakukan, perlu dipaparkan pula karakteristik dari ulasan *online* yang akan diolah dengan teknik *Content Analysis*. Karakteristik tersebut disajikan dalam dua tabel, yaitu mengenai jumlah ulasan *online* per tahun, dan rekapitulasi jumlah pengunjung mancanegara yang menyampaikan ulasan *online* berdasarkan negara domisilinya. Adapun karakteristik berdasarkan jumlah ulasan *online* per tahun mengenai Museum Bali yang disampaikan oleh pengunjung mancanegara adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Ulasan *online* Berdasarkan Tahun Penulisannya di Tripadvisor
(Jumlah ulasan *online*: 56)

| No | Tahun Penulisan <i>Review</i> | Jumlah <i>Review</i> |
|-------|-------------------------------|----------------------|
| 1 | 2016 | 16 |
| 2 | 2017 | 16 |
| 3 | 2018 | 12 |
| 4 | 2019 | 11 |
| 5 | 2020 | 1 |
| Total | | 56 |

Sumber: Olah data peneliti (2021)

Pembacaan terhadap 56 ulasan *online* mengenai Museum Bali yang dibatasi pada ulasan *online* yang disampaikan antara tahun 2016 – 2021, menunjukkan bahwa 57%-nya disampaikan pada tahun 2016 dan 2017, dengan masing-masing berjumlah 16 buah ulasan. Sementara itu, tahun 2020 tercatat sebagai tahun terakhir dimana pengunjung mancanegara menyampaikan ulasan *online* mereka setelah berkunjung ke Museum Bali, setelah pada dua tahun sebelumnya, secara berturut-turut ada 12 ulasan (tahun 2018) dan 11 ulasan (tahun 2019) yang disampaikan secara *online* di situs Tripadvisor.

Penurunan jumlah ulasan *online* yang disampaikan berkaitan dengan pandemi Covid-19 dimana museum sebagai salah satu jenis daya tarik wisata budaya (Subhiksu et al., 2014) juga terdampak oleh pandemi Covid-19 (Agostino et al., 2020; Tan & Tan, 2021). Berbagai pembatasan dalam perjalanan telah mengakibatkan jumlah kunjungan ke museum mengalami penurunan (Fitriyani et al., 2020) sehingga industri permuseuman mengalami kerusakan dan kerugian finansial akibat pandemi tersebut (Antara & Sen, 2020; Choi & Kim, 2021; King et al., 2021). Dikhawatirkan bahwa penurunan jumlah kunjungan tersebut akan mempengaruhi keberlanjutan (*sustainability*) dari museum (Harrison-Buck & Clarke-Vivier, 2020). Data pada Tabel 1 memperkuat berbagai temuan tentang museum yang dipublikasikan di berbagai jurnal. Dalam tabel tersebut terlihat bahwa kunjungan ke Museum Bali mengalami penurunan tajam mulai dari tahun 2020 hingga tahun 2021. Jika diingat, Maret 2020 merupakan hari dimana Covid-19 ditetapkan sebagai pandemi oleh WHO sehingga negara-negara di dunia mulai menutup perbatasannya terhadap arus perjalanan masuk maupun ke luar negara untuk mencegah penyebaran Covid-19 ke seluruh dunia. Kejadian tersebut pada akhirnya mengakibatkan jumlah kunjungan ke berbagai daya tarik wisata maupun destinasi di seluruh dunia, termasuk Museum Bali menjadi berkurang.

Tabel 3. Rekapitulasi Benua dan Negara Domisili Pengunjung Pemberi Ulasan *online* Mengenai Museum Bali di Tripadvisor (Jumlah ulasan *online*: 56)

| Benua | Negara | Jumlah | Total per Benua |
|----------------------------------|-----------------------------------|--------|-----------------|
| Australia dan Oceania | Australia | 11 | 13 |
| | Selandia Baru | 2 | |
| Amerika | Kanada | 1 | 7 |
| | USA | 6 | |
| Eropa | Denmark | 1 | 16 |
| | Jerman | 1 | |
| | Luksemburg | 1 | |
| | Belanda | 1 | |
| | Portugal | 1 | |
| | Rusia | 1 | |
| | United Kingdom | 10 | |
| Asia | China | 1 | 13 |
| | India | 3 | |
| | Jepang | 1 | |
| | Malaysia | 3 | |
| | Filipina | 1 | |
| | Singapura | 2 | |
| | Taiwan | 1 | |
| | Thailand | 1 | |
| Tidak menyebutkan Benua Domisili | Tidak menyebutkan Negara Domisili | 7 | 7 |
| Total | | | 56 |

Sumber: Olah data peneliti (2021)

Tabel 2 menunjukkan negara domisili dari pengunjung yang menyampaikan ulasan tentang Museum Bali di Tripadvisor. Tabel tersebut menunjukkan bahwa pengunjung asal Benua Eropa adalah pemberi ulasan yang terbanyak. Mereka berasal dari tujuh negara berbeda, yaitu Denmark, Jerman, Portugal, Belanda, Luksemburg, Rusia dan Kerajaan Inggris. Secara keseluruhan, jumlah pengunjung asal Eropa yang memberikan *review* sebanyak 16 orang, dengan Kerajaan Inggris (United Kingdom) menjadi negara domisili dari 10 orang pengunjung tersebut.

Australia dan Oceania adalah benua selanjutnya yang penduduknya banyak memberikan ulasan *online* bagi Museum Bali. Semenjak tahun 2016 hingga tahun 2021, ada sebanyak 13 orang pengunjung mancanegara asal Benua Australia dan Oceania yang telah berkunjung ke museum Bali dan memberikan ulasan *online* di Tripadvisor. Sebanyak 11 dari 13 pengunjung tersebut berasal dari negara Australia, sedangkan sisanya berasal dari Selandia Baru.

Pengunjung mancanegara asal Benua Asia juga banyak yang berkunjung ke Museum Bali. Dalam kurun waktu antara tahun 2016 sampai 2021, sebanyak 13 orang pengunjung asal Benua Asia telah berkunjung dan memberikan ulasan *online* mengenai Museum Bali di situs Tripadvisor. India dan Malaysia merupakan negara Asia yang penduduknya terbanyak berkunjung ke Museum Bali dengan masing-masing berjumlah 3 orang pengunjung. Sisanya merupakan penduduk Singapura (2 orang), serta China, Jepang, Thailand, Taiwan dan Filipina masing-masing sebanyak 1 orang.

Sebanyak 7 orang pengunjung yang memberikan ulasan mengenai Museum Bali berdomisili di Benua Amerika. Enam orang di antaranya bertempat tinggal di negara Amerika Serikat, dan sebanyak 1 orang bertempat tinggal di Kanada. Selain 4 benua tersebut di atas, ada pula 7 orang pengunjung yang tidak secara spesifik menyampaikan mengenai benua maupun negara domisilinya.

Hasil analisis pada tabel di atas mendukung pendapat Subhiksu & Utama (2018), yang menyatakan bahwa pengunjung yang memiliki ketertarikan untuk berkunjung ke museum sebagai daya tarik wisata adalah wisatawan yang berasal dari Eropa. Hal ini semakin menunjukkan bahwa alasan pendirian Museum Bali untuk menghindarkan Bali dari “pemiskinan budaya” adalah sesuatu yang benar, mengingat semenjak zaman penjajahan, masyarakat Eropa telah memiliki ketertarikan yang luar bisa terhadap Budaya Bali hingga berupaya untuk memilikinya dan membawanya ke luar Pulau Bali. Hasil lain yang dipaparkan pada artikel ini yang mengkonfirmasi penelitian tersebut adalah bahwa pengunjung asal benua Asia-pun memiliki ketertarikan terhadap museum. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya 13 orang yang berasal dari 8 negara Asia yang berkunjung dan menyampaikan *review* tentang Museum Bali.

Hal berbeda yang terungkap melalui artikel ini dengan yang dikemukakan oleh Subhiksu & Utama (2018) adalah bahwa meskipun sama-sama menemukan bahwa pengunjung asal Eropa adalah yang paling suka berkunjung ke museum dibandingkan dengan benua yang lain, namun jika dilihat berdasarkan negara domisili, hal yang berbeda mengemuka. Artikel ini menemukan bahwa pengunjung yang berdomisili di Kerajaan Inggris merupakan pengunjung asal Eropa terbanyak yang berkunjung ke Museum Bali, sedangkan Subhiksu & Utama (2018) menemukan bahwa pengunjung asal Perancis merupakan

pengunjung asal Eropa terbanyak yang berkunjung ke museum. Hal ini kemungkinan besar merupakan pengaruh dari periode penelitian yang berbeda, serta perbedaan lokasi penelitian yang dilakukan. Selain itu, perbedaan dalam hal koleksi museum juga kemungkinan besar mengakibatkan perbedaan ini mengingat koleksi-museum yang menjadi objek penelitian Subhiksu dan Utama sebagian besarnya adalah lukisan, berbeda dengan koleksi Museum Bali yang bukan berupa lukisan. Untuk mengkonfirmasi hal ini, perlu dilakukan studi lebih lanjut untuk mendalami preferensi pengunjung mancanegara terhadap museum sebagai daya tarik wisata pilihannya.

4.2 Hasil Content Analysis ulasan terhadap Museum Bali pada situs Tripadvisor

Berdasarkan hasil ekstraksi terhadap 56 ulasan *online*, diperoleh 260 konten yang selanjutnya dikategorisasi berdasarkan cakupan topik dari konten tersebut. Setelah dibaca dengan cermat, ke-260 konten tersebut dapat dikategorikan menjadi dua (2) kelompok besar yaitu konten positif dan konten negatif. Konten positif selanjutnya dapat dikategorisasi menjadi kelompok konten mengenai Museum Bali, dan kelompok konten mengenai Pengelolaan Museum Bali. Konten negatif juga dapat dikategorisasi menjadi kelompok konten negatif mengenai Museum Bali dan kelompok konten negatif mengenai Pengelolaan Museum Bali.

4.2.1 Konten Positif

Rekapitulasi dari konten positif yang terekstraksi dari ulasan *online* pengunjung mancanegara mengenai Museum Bali adalah seperti yang ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. Rekapitulasi Konten Positif Yang Disampaikan oleh Pengunjung Museum Bali (Jumlah ulasan *online*: 56)

| Kategori | Sub-Kategori | Konten | Jumlah |
|------------------|--------------|---|--------|
| Komentar Positif | Museum | Museum yang direkomendasikan untuk dikunjungi | 22 |
| | | Museum yang menarik | 20 |
| | | <i>Exhibit</i> -nya menarik | 30 |
| | | Penjelasan tentang koleksinya menarik | 14 |
| | | Museum kecil | 13 |
| | Pengelolaan | Pemandunya memuaskan | 10 |
| | | Harga tiket masuk sesuai | 6 |
| | | Lokasi <i>Pre-wedding</i> fotografi | 8 |
| | | Halaman dan taman yang asri | 11 |
| | Total | | |

Sumber: Olah data peneliti (2021)

Tabel 4 menunjukkan bahwa konten positif mengenai Museum Bali yang disampaikan oleh pengunjung mancanegara dapat dikategorikan menjadi lima (5) kelompok konten yang lebih kecil. Konten positif mengenai Museum Bali yang paling banyak diungkapkan oleh pengunjung mancanegara adalah mengenai benda koleksi (*exhibit*) yang menarik (30 konten). Dalam *review* yang disampaikan oleh pengunjung, konten tersebut seringkali disampaikan dengan cara dirangkai dengan konten positif lain yaitu bahwa Museum Bali adalah museum yang kecil (13 konten). Hal tersebut menunjukkan bahwa Museum Bali, meskipun bangunannya kecil namun memiliki koleksi yang sangat menarik, yang ditunjang dengan penjelasan yang juga menarik (14 konten). Bangunan museumnya sendiri juga dianggap menarik, yang mana hal ini diakibatkan oleh rasa suka pengunjung terhadap bangunan-bangunan klasik yang ada di dalam Kawasan Museum Bali (20 konten).

Jika dilihat dari ukurannya, Museum Bali memang relatif kecil. Museum ini memiliki 4 gedung koleksi tempat benda-benda koleksi Museum Bali dipamerkan (Museum Bali, 2019). Keempat gedung tersebut adalah Gedung Timur, Gedung Buleleng, Gedung Karangasem dan Gedung Tabanan. Gedung Timur memiliki 2 lantai untuk memamerkan koleksi, sedangkan ketiga gedung lainnya hanya memiliki 1 lantai. Gedung Timur lantai 1 memamerkan benda koleksi berupa peninggalan zaman pra-sejarah dan zaman sejarah dari Bali, sedangkan di lantai 2 dipamerkan benda-koleksi berupa aspek ritual keagamaan Bali. Karena terdiri dari 2 lantai, maka Gedung ini merupakan gedung pameran terbesar di Museum Bali.



Foto 1. Suasana ruang pameran di Gedung Buleleng yang seluruh koleksinya dapat dinikmati dengan baik dalam waktu yang relatif singkat (Foto: Anom H.S.)

Gedung Buleleng terletak tepat di sebelah Utara Gedung Timur Museum Bali. Gedung ini memamerkan mata uang yang pernah berlaku di Bali, mulai dari kerang dan taring, uang koin tipe awal hingga berbagai uang kepeng yang berasal dari Cina, Vietnam, Jepang, Palembang, serta Majapahit. Selain itu, terdapat pula koleksi berupa patung-patung yang terbuat dari susunan uang kepeng. Gedung Buleleng merupakan gedung terkecil dibandingkan gedung pameran lainnya di Museum Bali sehingga untuk menikmati seluruh koleksinya, diperlukan waktu yang relatif singkat. Gedung Buleleng dimaksudkan untuk mewakili gaya arsitektur tradisional Bali Utara.

Bangunan Gedung Buleleng memiliki keunikan dimana sebagian besarnya dibuat dari bahan utama berupa kayu. Selain itu, gedung ini merupakan satu-satunya gedung pameran di Museum Bali yang memiliki 3 pintu masuk. Keunikan lainnya adalah adanya tiang di titik pusat (bagian tengah) ruangan, sehingga koleksi museum pada gedung ini disusun melingkar di sekeliling tiang tersebut. Berdasarkan informasi pada Buku Panduan Museum Bali, dikatakan bahwa Gedung Buleleng merupakan bangunan kuno yang dibeli dari pemiliknya untuk kemudian dibongkar dan dibangun kembali di Museum Bali (Museum Bali, 2019).

Di sebelah Utara Gedung Buleleng terdapat Gedung Karangasem. Bangunannya dimaksudkan sebagai perwakilan arsitektur tradisional Bali Timur dengan kekhasan bentuk bangunannya yang berupa *bale* (bangunan) panjang. Di gedung ini dipamerkan *Cili* yang merupakan perwujudan kesucian bagi masyarakat Bali. *Cili* juga melambangkan pemujaan masyarakat Bali terhadap simbol kesuburan yang melahirkan kesejahteraan. Meskipun ukuran bangunannya sedikit lebih besar dibandingkan Gedung Buleleng, namun waktu yang dibutuhkan untuk menikmati beragam koleksi yang ada di gedung ini tidak terlalu lama.

Bangunan koleksi terakhir yaitu Gedung Tabanan yang terletak di sebelah Utara Gedung Buleleng. Gedung Tabanan terbuat dari bata merah dengan atap terbuat dari ijuk bersusun dua tingkatan serupa *meru* pada bangunan suci di Bali. Keberadaan Gedung Tabanan dimaksudkan untuk mewakili arsitektur tradisional Bali Selatan. Dalam Buku Panduan Museum Bali, Gedung Tabanan digambarkan sebagai salah satu bagian dari bangunan istana (*puri*) di Tabanan yang kemudian dibongkar dan dibangun kembali sebagai bagian dari Museum Bali (Museum Bali, 2019). Di gedung ini, dipamerkan berbagai koleksi keris yang dibuat dan digunakan di Bali. Gedung ini sedikit lebih besar dibandingkan Gedung Buleleng sehingga tidak perlu waktu lama bagi pengunjung untuk menikmati koleksi-koleksinya.

Setiap benda koleksi di Museum Bali yang dipamerkan di empat gedung ditempatkan di suatu tempat khusus serta dilengkapi dengan penjelasan

tertulis mengenai nama, kegunaan serta nomor koleksi tersebut. Pada setiap bangunan juga terdapat peralatan berupa *LCD monitor* yang dimaksudkan untuk memberikan penjelasan kepada pengunjung.



Foto 2. Gedung Tabanan yang mewakili arsitektur tradisional khas Bali Selatan (Foto: Anom H.S.)

Perpaduan dari ukuran museum, bangunan, benda koleksi dan penjelasan yang tersedia untuk seluruh koleksi yang ada di Museum Bali mengakibatkan Museum Bali direkomendasikan untuk dikunjungi. Rekomendasi tersebut muncul karena tidak memerlukan banyak waktu untuk menikmati seluruh koleksi yang dipamerkan di Museum Bali. Jumlah koleksi yang dipamerkan di Museum Bali berjumlah sekitar 30% dari total 12.942 buah koleksi yang dimiliki (Rapini et al., 1992). Karena gedung pemerannya terbatas, mengakibatkan sebagian besar koleksi disimpan di gudang penyimpanan. Meskipun demikian, ukuran Museum Bali sesungguhnya merupakan salah satu kekuatan yang dimilikinya. Sering kali museum yang terlalu besar mengakibatkan kelelahan fisik maupun emosional bagi pengunjung untuk menikmati seluruh koleksinya dengan baik. Dengan ukurannya yang relatif kecil, serta ditunjang oleh penjelasan yang cukup, akan dapat meminimalisir kebosanan dan rasa lelah yang dirasakan oleh pengunjung ketika menikmati museum, yang diistilahkan sebagai *Museum Fatigue* (Davey, 2005; Guffey, 2015).

Secara spesifik, pengunjung yang menyampaikan lima belas konten dari kelompok konten “museum yang direkomendasikan” dan “museum yang menarik” memberikan alasan bahwa Museum Bali adalah tempat yang tepat untuk belajar mengenai budaya Bali. Hal tersebut dimungkinkan mengingat museum dapat merepresentasikan budaya sebuah destinasi wisata (Xu et al.,

2019), yang dalam hal ini budaya Pulau Bali. Karena itulah tidak salah jika dikatakan bahwa museum merupakan tempat yang tepat untuk mengawali kunjungan di sebuah destinasi pariwisata, mengingat museum juga memainkan peran penting dalam melestarikan suatu budaya (López-martínez et al., 2020), serta sebagai perwakilan dari sejarah, asal-muasal maupun identitas dari suatu budaya (Sirivanichkul et al., 2018).

Para pengunjung Museum Bali merekomendasikan pengunjung lain untuk mengunjungi Museum Bali karena mereka menganggap bahwa Museum Bali menawarkan kesempatan bagi pengunjung Pulau Bali untuk memperoleh gambaran awal mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan budaya Bali, sehingga pada akhirnya mereka memiliki informasi awal yang akan dapat mengarahkan mereka kepada keputusan selanjutnya dalam menentukan daya tarik wisata yang ingin dikunjungi di Bali.

Konten positif tentang Pengelolaan Museum Bali dapat diklasifikasikan menjadi 4 kelompok konten yang lebih kecil. Kelompok pertama adalah mengenai halaman dan taman yang asri di dalam areal Museum Bali. Konten ini muncul sebanyak 11 kali pada *review* yang disampaikan oleh pengunjung mancanegara. Kategori selanjutnya adalah mengenai pemandu yang memuaskan. Ada sebanyak 10 konten positif yang secara khusus menyoroti mengenai pemandu wisata di Museum Bali. Mereka yang menyampaikan konten yang positif mengenai pemandu wisata ini adalah mereka yang pada saat berkunjung ke Museum Bali bertemu dan mendapatkan pelayanan dari pemandu wisata yang menguasai dengan baik informasi mengenai koleksi-koleksi di Museum Bali, serta ditunjang dengan kesopanan serta kemampuan berbahasa asing yang baik. Disimpulkan demikian mengingat ada pula konten negatif yang disampaikan oleh pengunjung mancanegara yang berkunjung ke Museum Bali mengenai pemandu wisata (lihat pada Tabel 4).

Kelompok konten positif lainnya adalah mengenai adanya atraksi wisata tambahan yang dinikmati oleh pengunjung Museum Bali dalam bentuk *pre-wedding* fotografi yang sering kali mengambil lokasi di Museum Bali. Pengunjung mancanegara rupanya sangat menyukai melihat pakaian tradisional yang dikenakan oleh calon pengantin yang sedang diambil fotonya, karena hal tersebut mengakibatkan mereka secara langsung dapat melihat pakaian tradisional yang dikenakan oleh pengantin Bali. Satu kategori konten lainnya adalah mengenai harga tiket masuk.

Berdasarkan hasil ekstraksi, ditemukan sebanyak enam buah konten yang menyatakan bahwa harga tiket masuk Museum Bali sudah sesuai. Informasi mengenai harga tiket masuk Museum Bali yang dipajang di loket tiket menunjukkan bahwa Museum Bali memberlakukan harga berbeda untuk pengunjung mancanegara maupun pengunjung domestik. Perbedaan harga

untuk mancanegara maupun domestik juga diberlakukan berdasarkan usia. Pelajar domestik memperoleh harga khusus yang jauh lebih murah. Selain itu, Museum Bali juga memberlakukan harga yang berbeda bagi pengunjung mancanegara maupun domestik yang ingin mempergunakan Museum Bali sebagai lokasi foto *pre-wedding* mereka.

| UPTD MUSEUM BALI | |
|--|---------------------|
| Buka / Open | |
| - Setiap Hari / Everyday | 08.00 - 15.30 |
| - Jumat / Friday | 08.00 - 15.30 |
| - Tutup / Hari Libur Resmi / Closed | Official Holiday |
| Tiket Masuk / Intranse Ticket | |
| 1. Pengunjung / Wisatawan Manca Negara / Foreign Countries | |
| • Dewasa / Adult | Rp. 50.000 /-person |
| • Anak-anak / Children | Rp. 25.000 /-person |
| 2. Pengunjung / Wisatawan Nusantara / Perorangan | |
| • Dewasa | Rp. 25.000 /-orang |
| • Anak-anak | Rp. 10.000 /-orang |
| • Mahasiswa | Rp. 5.000 /-orang |
| • Pelajar | Rp. 3.000 /-orang |
| 3. Prewedding : | |
| • Mancanegara | Rp. 1.000.000,- |
| • Nusantara | Rp. 500.000,- |

Foto 3. Daftar harga tiket masuk pengunjung Museum Bali yang dipajang di loket tiket Museum Bali. (Foto: Anom H.S.)

Khusus mengenai harga tiket masuk, hasil yang disampaikan dalam artikel ini melengkapi hasil yang dipublikasikan oleh Wiryanthi & Suryasih (2017). Dalam artikelnya, Wiryanthi & Suryasih mengemukakan bahwa pengunjung domestik Museum Bali menyatakan kepuasannya terhadap harga tiket masuk yang dinilai tidak terlalu mahal bagi museum yang seunik Museum Bali. Jika dilihat pada daftar harga tiket masuk Museum Bali untuk pengunjung domestik, temuan Wiryanthi & Suryasih (2017) adalah masuk akal, karena harga-harga yang ditetapkan untuk pengunjung domestik memang tidak mahal. Artikel ini melengkapi temuan Wiryanthi & Suryasih (2017) dari sudut pandang pengunjung mancanegara, dimana hasil dari *Content Analysis* yang dilakukan menunjukkan bahwa pengunjung mancanegara tidak merasakan keberatan terhadap besaran harga tiket masuk Museum Bali.

4.2.2 Konten Negatif

Konten negatif mengenai Museum Bali yang berhasil diekstrak dari 56 *review* berjumlah lebih sedikit jika dibandingkan dengan konten positif. Jumlah konten

negatif adalah sebanyak 127, berbanding dengan 133 konten positif. Adapun rekapitulasi konten negatif tersebut adalah seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 5. Rekapitulasi Konten Negatif Yang Disampaikan oleh Pengunjung Museum Bali (Jumlah ulasan *online*: 56)

| Kategori | Sub-Kategori | Konten | Jumlah | |
|------------------|-------------------------|--|--|----|
| Komentar Negatif | Museum Bali | Museum yang tidak direkomendasikan untuk dikunjungi | 17 | |
| | | Koleksinya membosankan | 6 | |
| | | Penjelasan untuk koleksinya tidak cukup | 18 | |
| | | Bangunannya tidak bagus | 6 | |
| | | Fasilitasnya buruk | 10 | |
| | Pengelolaan Museum Bali | Pemandu wisata | Pemandu dikenakan biaya tambahan | 15 |
| | | | Pemandu tidak direkomendasikan untuk digunakan | 20 |
| | | | Pemandu bersikap agresif kepada pengunjung | 7 |
| | | Penjual cenderamata bersikap agresif kepada pengunjung | 7 | |
| | | Biaya untuk pemandu sangat mahal | 3 | |
| | | Museum tidak ramah untuk semua pengunjung | 4 | |
| | | Pengelola Museum tidak profesional | 14 | |
| | | Total | | |

Sumber: Olah data peneliti (2021)

Tabel 5 menunjukkan bahwa konten negatif tentang Museum Bali dapat dikategorikan menjadi lima kategori yang lebih kecil, dengan jumlah total sebanyak 57 konten. Konten negatif terbanyak mengenai Museum Bali adalah mengenai kurangnya penjelasan yang disediakan oleh pengelola pada setiap koleksi museum Bali (*exhibit*) yang dipamerkan, dengan jumlah sebanyak 18 konten. Observasi lapangan menunjukkan bahwa beberapa koleksi di Museum Bali hanya dilengkapi dengan informasi mengenai nama serta fungsi dari benda yang dipamerkan. Selain itu, sarana interpretasi elektronik yang dimiliki oleh Museum Bali juga tidak dioperasikan.



Foto 4. Salah satu benda koleksi Museum Bali yang hanya dilengkapi dengan penjelasan tertulis mengenai nama dan fungsinya (Foto: Anom H.S.).

Hasil *Content Analisis* ini merupakan temuan yang penting mengingat kurangnya penjelasan atau informasi terkait koleksi yang dipamerkan merupakan salah satu penyebab terjadinya *Museum Fatigue* (Kim et al., 2019; Pierdicca et al., 2019). Ketika pengunjung tertarik dengan benda-benda koleksi yang dipajang namun tidak mendapatkan penjelasan yang memadai mengenai benda-benda yang sedang dilihatnya, maka pengunjung tersebut akan merasakan kekecewaan. Pada akhirnya kekecewaan-kekecewaan itu akan mengakibatkan hilangnya minat mereka untuk meneruskan kunjungannya di museum sebagai akibat ketidakmampuan mereka untuk mengetahui dan memahami koleksi yang sedang mereka saksikan. Selain itu, adanya konten yang menyatakan bahwa Museum Bali tidak terlalu baik dalam memberikan penjelasan terhadap koleksi-koleksinya juga merupakan indikator bahwa

fungsi utamanya sebagai museum dalam hal pendidikan, selain konservasi (Li et al., 2021; Pop & Borza, 2019) belum dilaksanakan dengan baik.

Fasilitas yang disediakan bagi pengunjung juga dikomentari secara negatif, dimana konten mengenai hal tersebut muncul pada 10 *review* yang disampaikan oleh pengunjung mancanegara. Meskipun ada yang memuji kualitas bangunan museum dan koleksinya yang unik, namun kedua hal ini juga mendapatkan komentar negatif dari pengunjung mancanegara. Hasil ekstraksi terhadap 56 *review* menunjukkan bahwa kedua topik tersebut muncul masing-masing sebanyak 6 kali. Mengingat adanya kritik terhadap kualitas koleksi, kualitas penjelasan untuk koleksi, kurangnya fasilitas yang disediakan bagi pengunjung serta bangunannya yang dinilai buruk mengakibatkan sangat beralasan jika akhirnya ada pengunjung mancanegara yang tidak merekomendasikan Museum Bali untuk dikunjungi oleh pengunjung lainnya, dimana hal tersebut muncul pada 17 dari 56 *review* yang dianalisis.

Selain mengenai Museum Bali dan koleksinya, konten negatif lain yang disampaikan oleh pengunjung adalah mengenai pengelolaannya. Kategori ini terbagi menjadi 7 kelompok konten (kategori) yang lebih kecil. Mengingat 3 dari 7 kelompok konten tersebut terkait dengan pemandu wisata di Museum Bali, maka ketiga kelompok konten tersebut diberikan kategori khusus yaitu “Pemandu Wisata”, dengan tetap mempertahankan 3 kategori penyusunnya. Secara total, terdapat 42 konten negatif mengenai pemandu wisata di museum Bali. Dari 42 konten tersebut, 20 di antaranya berkaitan dengan kekecewaan pengunjung mancanegara terhadap pemandu wisata, sehingga mereka tidak merekomendasikan pengunjung Museum Bali untuk menggunakan jasa pemandu wisata.

Papan informasi harga tiket masuk Museum Bali tidak menunjukkan bahwa biaya yang dibayar pengunjung sudah termasuk biaya untuk pemandu wisata atau tidak. Hal tersebut terkait dengan hasil *Content analysis* yang menunjukkan bahwa kekecewaan pengunjung Museum Bali terhadap pemandu wisata berkaitan erat dengan kenyataan bahwa untuk menggunakan pemandu wisata, pengunjung dikenakan biaya tambahan (15 konten), yang jumlahnya tidak konsisten, serta sikap agresif pemandu wisata apabila pengunjung menolak untuk membayar jasa mereka ataupun menolak untuk membeli *souvenir* sesuai rekomendasi mereka. Temuan *Content Analysis* ini sangat penting untuk ditindaklanjuti oleh Museum Bali mengingat ketidakmampuan pengelola museum untuk melindungi pengunjungnya dari sikap agresif pemandu wisata, ketidakmampuan pengelola dalam menjawab pertanyaan pengunjung maupun kurangnya rasa hormat terhadap pengunjung dapat menimbulkan kesan buruk bagi sebuah museum (Shao et al., 2019), dalam hal ini Museum Bali.

Dengan membaca ulasan *online* yang disampaikan oleh pengunjung mancanegara, diketahui pula bahwa pemandu wisata tersebut tidak memiliki kemampuan berbahasa asing yang memadai, serta bahwa mereka bukan staf dari Museum Bali. Kenyataan inilah yang pada akhirnya mengakibatkan ada pengunjung asing yang menilai bahwa secara pengelolaan, Museum Bali terlihat tidak profesional (14 konten), bahkan memalukan, karena mengizinkan pengunjungnya diperlakukan secara tidak menyenangkan oleh orang yang sesungguhnya adalah orang luar. Ini adalah sebuah kritik yang juga perlu ditindaklanjuti mengingat bahwa pengelolaan, selain ukuran museum adalah 2 faktor yang sangat mempengaruhi *sustainability* (keberlanjutannya) sebagai sebuah museum (Pop & Borza, 2016a, 2016b). Jika karena ukurannya museum menjadi tidak menarik, atau membutuhkan biaya besar untuk merawatnya, serta jika pengelolaannya tidak profesional, maka keberadaan museum tersebut dalam jangka panjang akan terancam. Dilihat dari ukurannya, Museum Bali tidak terlalu luas, namun secara pengelolaan dinilai tidak profesional. Ketidak-profesionalan pengelolaan itu yang dikhawatirkan akan berujung pada ditinggalkannya Museum Bali oleh pengunjungnya akibat ketidakmampuan mereka untuk menghargai dan melindungi pengunjungnya.

Kenyataan bahwa ada orang yang bukan bagian dari pengelola Museum Bali yang telah merusak pengalaman berkunjung pengunjung mancanegara di Museum Bali juga ditunjukkan oleh adanya konten negatif mengenai pedagang *souvenir* yang menawarkan barang dagangannya di dalam areal Museum Bali. Dari 127 konten negatif yang terekstraksi, ditemukan sebanyak 7 konten yang mengeluhkan mengenai pedagang *souvenir*. Ketujuh (7) konten tersebut menyatakan bahwa para pedagang telah bersikap agresif kepada pengunjung dalam menawarkan barang dagangannya. Konten negatif lainnya adalah mahalnya harga yang harus dibayar untuk pemandu wisata. Konten tersebut muncul sebanyak 3 kali. Selain itu, ada pula konten negatif yang menyatakan bahwa Museum Bali bukanlah museum yang ramah pengunjung (4 konten), dalam arti bahwa pengunjung penyandang disabilitas (berkursi roda), atau pun pengunjung yang berusia lanjut akan kesulitan untuk menikmati semua koleksi di Museum Bali.

Observasi lapangan mengkonfirmasi hal tersebut. Di Museum Bali, khususnya di Gedung Timur yang memiliki 2 lantai hanya terdapat tangga untuk mengakses lantai 2 dari lantai 1 bangunan tersebut. Tidak terdapat *lift* ataupun *escalator* untuk berpindah dari lantai 1 ke lantai 2. Selain itu, desain gedung koleksi di Museum Bali yang terpisah oleh tembok pagar (*penyengker*) dengan dihubungkan oleh gapura tradisional (Museum Bali, 2019) mengakibatkan pengunjung dengan keterbatasan fisik mengalami kesulitan untuk berpindah dari gedung yang satu ke gedung lainnya, mengingat gapura yang menghubungkan bangunan-bangunan tersebut hanya bisa dilewati

dengan cara berjalan di atas tangga. Temuan ini juga merupakan bahan masukan yang penting bagi pengelola Museum Bali, mengingat sebagai sebuah daya tarik wisata, museum hendaknya dapat dikunjungi oleh siapapun (Dincer et al., 2019). Konsep *accessible tourism* hendaknya diimplementasikan agar seluruh bangunan serta koleksi Museum Bali dapat diakses dengan mudah oleh seluruh pengunjung, termasuk para lansia, penyandang disabilitas, maupun orang yang bepergian dengan membawa kereta dorong bayi (*stroller*) untuk putra-putrinya (Wiastuti et al., 2018).



Foto 5. Gedung Timur yang terdiri atas 2 lantai tanpa fasilitas naik untuk pengunjung penyandang disabilitas (Foto: Anom H.S.).

4.3 Memaknai Ulasan Online Pengunjung Mancanegara Mengenai Museum Bali

Hasil *Content Analysis* mengenai Museum Bali yang disampaikan melalui artikel ini dapat dipahami dalam empat hal. Pertama, adalah adanya perhatian dari pengunjung mancanegara terhadap Museum Bali secara langsung, dan terhadap kelestarian Budaya Bali secara tidak langsung, mengingat fungsi penting Museum Bali dalam melestarikan Budaya Bali.

Kedua, upaya dari pengunjung mancanegara untuk menyampaikan evaluasinya secara berimbang, dengan menyampaikan hal-hal positif maupun negatif, semakin memperkuat asumsi tersebut. Penyampaian komentar positif dan negatif tersebut dapat dipahami sebagai upaya mereka dalam menunjukkan penghargaan terhadap praktek-praktek baik yang sudah mereka saksikan sekarang di Museum Bali, serta apa yang menurut mereka masih kurang sehingga perlu ditingkatkan.

Ketiga, hal-hal yang dikomentari oleh pengunjung Mancanegara dari Museum Bali pada dasarnya merupakan hal-hal yang mereka pertingkan dari

sebuah museum, sehingga sangat perlu diperhatikan apabila Museum Bali ingin tetap dikunjungi oleh pengunjung, termasuk pengunjung mancanegara.

Keempat, isu-isu mengenai *museum fatigue*, yang terkait dengan ukuran museum serta pengelolaannya, serta isu mengenai keberlanjutan (*sustainability*) museum, merupakan isu-isu yang harus diperhatikan oleh Pengelola Museum Bali. Hal ini penting mengingat bahwa meskipun Museum Bali berukuran kecil, namun apabila hal itu tidak diimbangi dengan pemberian informasi yang jelas untuk setiap koleksinya, serta penyediaan fasilitas yang memadai, akan dapat menimbulkan terjadinya fenomena *museum fatigue*, dimana minat pengunjung untuk menikmati Museum Bali semakin lama akan semakin menurun.

Jika pengelolaan Museum Bali tidak ditingkatkan ke arah yang lebih profesional, maka dikhawatirkan minat pengunjung untuk mengunjunginya akan semakin menurun, sehingga keberlanjutan (*sustainability*) dari keberadaan Museum Bali akan terancam. Keberlanjutan dari sebuah museum tentu saja terkait dengan masalah pembiayaan. Mengingat bahwa museum Bali adalah museum pemerintah, dan menyadari bahwa kepariwisataan yang dikembangkan di Bali adalah pariwisata budaya, maka pembiayaan seharusnya tidak menjadi masalah karena disadari atau tidak, Museum Bali sesungguhnya memegang posisi yang penting dalam peta pariwisata budaya di Bali. Karena itu, pembiayaan untuk meningkatkan kualitas Museum Bali-pun sesungguhnya tidak perlu dikhawatirkan.

5. Simpulan

Artikel ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai eksistensi Museum Bali di kalangan wisatawan mancanegara, sehingga dapat diketahui evaluasi mereka terhadap Museum Bali sebagai daya tarik wisata budaya. Artikel ini menemukan bahwa Museum Bali diminati oleh pengunjung mancanegara. Namun demikian, evaluasi yang diberikan oleh pengunjung mancanegara terhadap Museum Bali melalui ulasan *online* yang mereka tuliskan di Tripadvisor menunjukkan bahwa mereka melihat hal-hal yang positif maupun negatif pada Museum Bali. Hal-hal yang dinilai positif dan negatif tersebut dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu yang terkait dengan hal-hal fisik dan pengelolaan Museum Bali.

Literatur yang membahas mengenai Museum Bali dari sudut pandang pariwisata masih sangat terbatas. Artikel ini berkontribusi dalam menambah khasanah pengetahuan mengenai Museum Bali sebagai daya tarik wisata budaya, khususnya yang terkait dengan evaluasi yang diberikan oleh pengunjung mancanegara terkait dengan Museum Bali secara fisik maupun pengelolaannya sebagai daya tarik wisata budaya.

Kepada pengelola Museum Bali direkomendasikan agar hal-hal yang telah dinilai positif oleh pengunjung mancanegara untuk dipertahankan bahkan ditingkatkan kualitasnya. Sementara itu, hal-hal yang dikomentari negatif agar diperbaiki sehingga tidak lagi menjadi titik lemah dari Museum Bali secara terus menerus. Prioritas sebaiknya diberikan dalam meningkatkan kualitas pemberian informasi untuk setiap koleksi yang ada, baik dalam bentuk teks, melalui penyediaan petugas kurator di setiap gedung pameran, ataupun dengan memanfaatkan teknologi. Prioritas juga harus diberikan dalam hal menertibkan pemandu yang ada, misalnya dengan melatih pemandu tersebut dalam hal teknik kepemanduan museum, merekrut pemandu tersebut sebagai staf Museum Bali, memastikan jumlahnya, menyediakan aturan bagi pemandu wisata dalam mendampingi pengunjung, menstandarkan harga jasanya, ataupun memberikan pelatihan sebagai kurator.

Prioritas berikutnya adalah dalam hal pengelolaan Museum Bali secara keseluruhan. Perbaikan dalam hal ini secara langsung akan berpengaruh terhadap seluruh aspek dari fungsi Museum Bali sebagai pelestari Budaya Bali, serta sebagai daya tarik wisata yang sejatinya merupakan pengawal pariwisata budaya Bali. Banyak artikel yang telah melaporkan bahwa Tripadvisor adalah sumber data yang sangat bernilai. Namun demikian, tidak bisa dipungkiri bahwa ulasan *online* tidak hanya disampaikan di situs tersebut, melainkan juga di *platform* lainnya seperti misalnya media sosial. Karena itu menarik untuk diteliti lebih lanjut apakah hasil dari *Content Analysis* akan tetap seperti yang dipaparkan dalam artikel ini jika ulasan *online* yang dianalisis juga diambil dari sumber yang lain, misalnya media sosial yang dimiliki oleh Museum Bali.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada segenap civitas akademika Politeknik Pariwisata Bali khususnya Direktur Politeknik Pariwisata Bali yang telah mendorong untuk terciptanya suasana akademis yang berujung kepada dilakukannya berbagai publikasi ilmiah baik melalui jurnal ilmiah maupun konferensi. Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan untuk istri dan tiga putri kami atas dukungannya dan keleluasaan yang diberikan bagi penulis untuk menyelesaikan artikel ini.

Daftar Pustaka

Agostino, D., Arnaboldi, M., & Lampis, A. (2020). Italian state museums during the COVID-19 crisis : from onsite closure to online openness. *Museum Management and Curatorship*, 0(0), 1–11. <https://doi.org/10.1080/09647775.2020.1790029>

- Antara, N., & Sen, S. (2020). The Impact of Covid-19 on the Museums and the Way Forward for Resilience, *Journal of International Museum Education*, 2(1), 54-61.
- Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 5 Tahun 2020 Tentang Standar Penyelenggaraan Kepariwisata Budaya Bali, 14 (2020) (testimony of Gubernur Bali). <https://all3dp.com/2/fused-deposition-modeling-fdm-3d-printing-simply-explained/>
- Choi, B., & Kim, J. (2021). *Changes and Challenges in Museum Management after the COVID-19 Pandemic*.
- Davey, G. (2005). *What is Museum Fatigue ?* 8(3), 17–21.
- Dincer, F. I., Ozcit, H., Cifci, I., Sezer, B., Kahraman, O. C., & Sahinoglu, S. (2019). *Accessible Museums for Visually Impaired : A Case Study from*. 5(2), 113–126. <https://doi.org/10.26650/jot.2019.5.2.0032>
- Direktorat Jenderal Kebudayaan. (2012). *Direktori Museum Indonesia*. Sekretariat Direktorat Jenderal Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
- Feoh, F., & Yanti, C. P. (2018). Pengembangan Sistem Panduan Mobile Dengan Audio dan Teks Berdasarkan Augmented Reality (Android) Untuk Pengunjung di Museum Bali. *Aiti*, 15(1), 27–37. <https://doi.org/10.24246/aiti.v15i1.27-37>
- Filieri, R., Acikgoz, F., Ndou, V., & Dwivedi, Y. (2021). Is TripAdvisor still relevant? The influence of review credibility, review usefulness, and ease of use on consumers' continuance intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(1), 199–223. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2020-0402>
- Filieri, R., Raguseo, E., & Vitari, C. (2018). When are extreme ratings more helpful? Empirical evidence on the moderating effects of review characteristics and product type. *Computers in Human Behavior*, 88, 134–142. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.05.042>
- Fitriyani, Khairani, D., Saepudin, D., Asnawi, T., & Jabali, F. (2020). The Impact of Pandemic Covid-19 on Museum Existence. *Proceedings of the 3rd International Colloquium on Interdisciplinary Islamic Studies*. <https://doi.org/10.4108/eai.20-10-2020.2305157>
- Gössling, S., Hall, C. M., & Andersson, A. C. (2018). The manager's dilemma: a conceptualization of online review manipulation strategies. *Current Issues in Tourism*, 21(5), 484–503. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1127337>
- Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 1 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Atraksi Budaya, 1 (2019) (testimony of Gubernur Bali)

- Guffey, E. (2015). The disabling art museum. *Journal of Visual Culture*, 14(1), 61–73. <https://doi.org/10.1177/1470412914565965>
- Harrison-Buck, E., & Clarke-Vivier, S. (2020). Making space for heritage: Collaboration, sustainability, and education in a creole community archaeology museum in northern Belize. *Heritage*, 3(2), 412–435. <https://doi.org/10.3390/heritage3020025>
- Hlee, S., Lee, H., & Koo, C. (2018). Hospitality and tourism online review research: A systematic analysis and heuristic-systematic model. *Sustainability (Switzerland)*, 10 (1141). <https://doi.org/10.3390/su10041141>
- Hutagalung, L. U., & Nugroho, S. (2015). Efektivitas Program City Tour Terhadap Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Museum Bali Denpasar. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 3(1), 52–58.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2015 Tentang Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 120 259 (2015) (testimony of Presiden Republik Indonesia).
- Kim, M., Dillon, J., & Song, J. (2019). The Factors and Features of Museum Fatigue in Science Centres Felt by Korean Students. *Research in Science Education*, 1–17.
- King, E., Smith, M. P., Wilson, P. F., & Williams, M. A. (2021). Digital Responses of UK Museum Exhibitions to the COVID-19 Crisis, March – June 2020. 64(3), 487–504. <https://doi.org/10.1111/cura.12413>
- Kladou, S., & Mavragani, E. (2015). Assessing destination image: An online marketing approach and the case of TripAdvisor. *Journal of Destination Marketing and Management*, 4(3), 187–193. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.04.003>
- Krippendorff, K. H. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publication.
- Li, Z., Shu, S., Shao, J., Booth, E., & Morrison, A. M. (2021). Innovative or Not? The Effects of Consumer Perceived Value on Purchase Intentions for the Palace Museum's Cultural and Creative Products. *Sustainability*, 13(2412). <https://doi.org/doi.org/10.3390/su13042412>
- López-Martínez, A., Carrera, Á., & Iglesias, C. A. (2020). Empowering Museum Experiences Applying Gamification Techniques Based on Linked Data and Smart Objects. *Applied Sciences*, 10. <https://doi.org/10.3390/app10165419>
- Ma, S., & Kirilenko, A. (2021). Information and Communication Technologies in Tourism 2021. *Information and Communication Technologies in Tourism 2021*, 286–293. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-65785-7>

- Mariani, M. M., Borghi, M., & Gretzel, U. (2019). Online reviews: Differences by submission device. *Tourism Management*, 70, 295–298. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.08.022>
- Martin-Fuentes, E., Mateu, C., & Fernandez, C. (2018). Does verifying uses influence rankings? Analyzing booking.com and tripadvisor. *Tourism Analysis*, 23(1), 1–15. <https://doi.org/10.3727/108354218X15143857349459>
- Mayring, P. (2014). *Qualitative Content Analysis: theoretical foundation, basic procedures and software solution*. SSOAR OPen Access Repository. <https://doi.org/10.4135/9781446282243.n12>
- Miguéns, J., Baggio, R., & Costa, C. (2008). Social media and Tourism Destinations: TripAdvisor Case Study. *Advances in Tourism Research*, 26(28), 26–28.
- Muritala, B. A., Sánchez-Rebull, M. V., & Hernández-Lara, A. B. (2020). A bibliometric analysis of online reviews research in tourism and hospitality. *Sustainability*, 12(23), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su12239977>
- Museum Bali. (2019). *Buku Panduan Museum Bali*. UPTD. Museum Bali
- Narita, Astika, Yapto, & Koerniawaty, F. T. (2016). The evaluation of promotional strategy of Bali Museum. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 02(1), 71–80.
- Nilashi, M., Ibrahim, O., Yadegaridehkordi, E., Samad, S., Akbari, E., & Alizadeh, A. (2018). Travelers decision making using online review in social network sites: A case on TripAdvisor. *Journal of Computational Science*, 28, 168–179. <https://doi.org/10.1016/j.jocs.2018.09.006>
- Pierdicca, R., Marques-pita, M., Paolanti, M., & Malinverni, E. S. (2019). IoT and Engagement in the Ubiquitous Museum. *Sensors*, 19(1387), 1–21. <https://doi.org/10.3390/s19061387>
- Pop, I. L., & Borza, A. (2016a). Factors Influencing Museum Sustainability and Indicators for Museum Sustainability Measurement. *Sustainability*, 8(101). <https://doi.org/10.3390/su8010101>
- Pop, I. L., & Borza, A. (2016b). Quality in Museums as a Way to Increase Sustainability. *European Journal of Sustainable Development*, 58, 217–228. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2016.v5n3p217>
- Pop, I. L., & Borza, A. (2019). Achieving Cultural Sustainability in Museums : A Step Toward Sustainable Development. *Sustainability*, 11(970). <https://doi.org/10.3390/su11040970>
- Rapini, N. N., Budiastara, P., Sumartini, L., & Oka, A. A. G. (1992). *Petunjuk Pameran Museum Negeri Propinsi Bali*. Penyusun: Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, Direktorat Jenderal Kebudayaan, Museum Negeri Propinsi Bali.

- Sangkaew, N., & Zhu, H. (2020). Understanding Tourists' Experiences at Local Markets in Phuket: An Analysis of TripAdvisor Reviews. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 23(1), 89–114. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2020.1848747>
- Schuckert, M., Liu, X., & Law, R. (2015). Insights into Suspicious Online Ratings: Direct Evidence from TripAdvisor. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(3), 259–272. <https://doi.org/10.1080/10941665.2015.1029954>
- Setiawan, I. K., & Megasuari, I. . (2012). Konservasi Nekara Perunggu Koleksi Museum Bali. *Jurnal Konservasi Cagar Budaya Borobudur*, Vol 6(1), 76–86.
- Shao, J., Ying, Q., Shu, S., Morrison, A. M., & Booth, E. (2019). Museum Tourism 2.0 : Experiences and Satisfaction with Shopping at the National Gallery in London. *Sustainability*, 11(7108), 1–16.
- Sidali, K. L., Schulze, H., & Spiller, A. (2009). The Impact of Online Reviews on the Choice of Holiday Accommodations. In Springer (Ed.), *Proceedings of the International Conference in Amsterdam, The Netherlands, 2009*.
- Sirivanichkul, J., Noobanjong, K., Saengratwatchara, S., Damrongsakul, W., & Louhapensang, C. (2018). Interpretation of a Local Museum in Thailand. *Sustainability*, 10. <https://doi.org/10.3390/su10072563>
- Sista, D. N. A., Darmawiguna, I. G. M., & Sunarya, I. M. G. (2015). Pengembangan Sistem Informasi Koleksi Museum Bali Berdasarkan Metadata Standar International Committee for Documentation (Cidoc). *Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika (KARMAPATI)*, 4(5), 539–550. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/KP/article/view/6625>
- Song, S., Saito, H., & Kawamura, H. (2018). Content Analysis of Travel Reviews : Exploring the Needs of Tourists from Different Countries. *Information and Communication Technologies in Tourism 2018*, 2, 93–105.
- Subhiksu, I. B. K., Ardika, I. W., Darma Putra, N., & Madiun, I. N. (2014). Museums as Cultural Tourism Attractions in Ubud. *E-Journal of Tourism*, 1(2), 114–127. <https://doi.org/10.24922/eot.v1i2.19421>
- Subhiksu, I. B. K. & Utama, I G. B. R. (2018). Daya Tarik Wisata Museum, Sejarah Dan Perkembangannya di Ubud, Bali. Deepublis: Yogyakarta
- van der Zee, E., Bertocchi, D., & Vanneste, D. (2018). Distribution of tourists within urban heritage destinations: a hot spot/cold spot analysis of TripAdvisor data as support for destination management. *Current Issues in Tourism*, 23(2), 175–196. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1491955>
- Wiastuti, R. D., Adiaty, M. P., & Lestari, N. . (2018). Implementation of accessible tourism concept at museums in Jakarta Implementation of accessible tourism concept at museums in Jakarta. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 126 (2018), 1–9. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/126/1/012061>

- Wirayanthi, N. L. Y., & Suryasih, I. A. (2017). Persepsi Wisatawan Terhadap Museum Bali Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(1), 114–118. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2017.v05.i01.p21>
- Xu, Z., Zhang, H., Zhang, C., Xu, M., & Dong, N. (2019). Exploring the Role of Emotion in the Relationship between Museum Image and Tourists' Behavioral Intention : The Case of Three Museums in Xi ' an. *Sustainability*, 11(559). <https://doi.org/10.3390/su11030559>
- Yang, S. B., Shin, S. H., Joun, Y., & Koo, C. (2017). Exploring the comparative importance of online hotel reviews' heuristic attributes in review helpfulness: a conjoint analysis approach. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 34(7), 963–985. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1251872>
- Ye, Q., Li, H., Wang, Z., & Law, R. (2014). The Influence of Hotel Price on Perceived Service Quality and Value in E-Tourism: An Empirical Investigation Based on Online Traveler Reviews. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 38(1), 23–39. <https://doi.org/10.1177/1096348012442540>
- Zelenka, J., Azubuiké, T., & Pásková, M. (2021). Trust model for online reviews of tourism services and evaluation of destinations. *Administrative Sciences*, 11(34). <https://doi.org/10.3390/admsci11020034>
- Zhang, H. yu, Ji, P., Wang, J. qiang, & Chen, X. hong. (2017). A novel decision support model for satisfactory restaurants utilizing social information: A case study of TripAdvisor.com. *Tourism Management*, 59, 281–297. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.08.010>

Profil Penulis

Anom Hery Suasapha (lahir di Bangli, Provinsi Bali, pada tanggal 18 Agustus 1980) adalah dosen sekaligus Koordinator Program Studi di Prodi Destinasi Pariwisata, Jurusan Kepariwisataan, Politeknik Pariwisata Bali. Kini, dia menempuh program doktor Pariwisata di Fakultas Pariwisata Unud. Pendidikan sebelumnya adalah Magister Pariwisata dari Program Pascasarjana Universitas Udayana (Unud) yang diselesaikan pada tahun 2015. Minat penelitiannya adalah Pariwisata Berkelanjutan, Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Pariwisata Budaya. Hingga kini beberapa artikel ilmiah telah ditulisnya, selain juga berpartisipasi sebagai pembicara dalam beberapa konferensi internasional di bidang pariwisata. Alamat: Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Bali Jalan Dharmawangsa, Kampial, PO Box. 2, Nusa Dua, 80363. Email: anom_hs@ppb.ac.id.