

Transformasi Digital Warisan Budaya: Implementasi Kecerdasan Buatan (AI) untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan di Museum Wayang Jakarta

Cynthia Eka Anggraeni¹, Dede Riris Novitabilah², Ellen Stefani³, Eunike Helena Alysia⁴, Faiq Zaidan Aldiar⁵, Firman Maulana Pasha⁶, Natascha Evangeline Panggabean⁷

¹⁻⁷Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pancasila, Indonesia

E-mail: cynthiaekaanggraeni@gmail.com¹, derisnvt@gmail.com², tefanie85@gmail.com³,
eunikehelena154@gmail.com⁴, faiqzaldiar@gmail.com⁵, frnmmlna465@gmail.com⁶,
nataschaevangeline@gmail.com⁷

Article Info

Article history:

Received June 09, 2026

Revised June 20, 2026

Accepted June 29, 2026

Keywords:

Artificial Intelligence (AI),
Wayang Museum, Smart
Tourism, Digital
Transformation, Tourist
Experience

ABSTRACT

Museum Wayang Jakarta faces challenges in maintaining relevance for the younger generation amidst stagnant visit rates and conventional presentation methods. This study aims to analyze the implementation strategy of Artificial Intelligence (AI) to enhance tourist attraction and visitor experience at the museum. Using a descriptive qualitative method, data were collected through observation, documentation, and in-depth interviews with museum educators and Generation Z visitors. The results indicate that the integration of AI technology, particularly through Immersive Room features and animated visual narratives, successfully shifts the stigma of wayang from an old-fashioned spectacle to an engaging interactive experience. This technology effectively assists visitors in understanding complex storylines, such as the Pandavas, and provides psychological comfort for introverted visitors through non-human interaction. Despite technical limitations in visual quality, this digitalization does not erode cultural values but functions as a novel delivery method. It is concluded that digital transformation serves as an effective survival strategy to bridge cultural heritage with contemporary digital preferences, transforming the museum into a dynamic and sustainable educational center.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received June 09, 2026

Revised June 20, 2026

Accepted June 29, 2026

Kata Kunci:

Kecerdasan Buatan (AI),
Museum Wayang, Pariwisata
Cerdas, Transformasi Digital,
Pengalaman Wisatawan

ABSTRAK

Museum Wayang Jakarta menghadapi tantangan dalam mempertahankan relevansi bagi generasi muda di tengah stagnasi angka kunjungan dan metode penyajian yang konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi implementasi Kecerdasan Buatan (AI) guna meningkatkan daya tarik dan pengalaman wisatawan di museum tersebut. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam dengan edukator museum serta pengunjung dari kalangan Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi teknologi AI, khususnya melalui fitur Ruang Imersif dan narasi visual animasi, berhasil mengubah stigma wayang dari tontonan kuno menjadi pengalaman interaktif yang menarik. Teknologi ini terbukti efektif membantu pengunjung memahami alur cerita kompleks seperti Pandawa dan memberikan kenyamanan psikologis bagi pengunjung dengan kepribadian introvert melalui interaksi non-manusia. Meskipun terdapat kendala teknis pada kualitas visual, digitalisasi ini tidak menggerus nilai budaya melainkan berfungsi sebagai metode

penyampaian baru. Disimpulkan bahwa transformasi digital merupakan strategi bertahan hidup (survival strategy) yang efektif untuk menjembatani warisan budaya dengan preferensi digital masa kini, menjadikan museum sebagai pusat edukasi yang dinamis dan berkelanjutan.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Cynthia Eka Anggraeni

Universitas Pancasila

Email: cynthiaekaanggraeni@gmail.com

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata global saat ini tengah mengalami transformasi fundamental dan menyeluruh yang didorong oleh penetrasi masif teknologi informasi dan komunikasi (TIK) ke dalam setiap aspek rantai nilai industri. Perubahan ini mengubah paradigma lama menuju era Industri Pariwisata 5.0, di mana integrasi antara manusia dan mesin menjadi pusat penciptaan nilai tambah, menggeser fokus dari sekadar penyediaan jasa wisata menjadi penciptaan pengalaman yang mendalam (*experience economy*). Dalam konteks ini, teknologi mutakhir seperti *Blockchain*, *Artificial Intelligence* (AI), dan *Internet of Things* (IoT) tidak lagi dipandang sebagai opsi tambahan, melainkan sebagai pilar utama yang menopang ekosistem pariwisata modern untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih cerdas, aman, dan personal. Fenomena ini menandai berakhirnya era pariwisata konvensional yang bersifat massal dan statis, digantikan oleh model pariwisata digital yang dinamis, adaptif, dan berbasis data, di mana integrasi teknologi membawa manfaat signifikan bagi peningkatan efisiensi dan keamanan (Setiawan, D., 2024). Lebih jauh lagi, pemanfaatan *big data* dan AI memungkinkan pengelola destinasi untuk memprediksi tren kunjungan, memetakan preferensi wisatawan secara *real-time*, dan merumuskan strategi pemasaran yang sangat terarah, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing destinasi di pasar global yang semakin kompetitif (Yulianti et al., 2024).

Di Indonesia, sebagai negara dengan kekayaan budaya yang luar biasa, adopsi teknologi ini menjadi sangat krusial dan mendesak. Perkembangan pesat dalam bidang teknologi, terutama kecerdasan buatan (AI) dan TIK, telah membawa dampak besar terhadap cara pariwisata dijalankan, dipromosikan, dan dialami oleh wisatawan. Teknologi memungkinkan pengolahan data besar (*big data*) untuk merancang pengalaman yang lebih personal dan efisien, sementara TIK mempercepat komunikasi dan manajemen destinasi (Putri et al., 2025). Meskipun demikian, implementasi teknologi canggih ini pada sektor pariwisata budaya khususnya museum masih tertinggal dibandingkan sektor pariwisata alam atau gaya hidup. Padahal, museum memegang peranan vital sebagai penjaga memori kolektif bangsa. Tanpa adaptasi digital yang memadai, museum berisiko kehilangan relevansinya bagi generasi muda (*digital native*) yang memiliki preferensi visual dan interaktivitas tinggi. Hasil wawancara dengan pengunjung Museum Wayang menunjukkan bahwa sebagian besar anak muda percaya bahwa kecerdasan buatan atau AI dapat membantu mereka memahami cerita dan sejarah wayang dengan lebih mudah, terutama dalam penjelasan visual, animasi, dan narasi digital dianggap lebih menarik daripada membaca teks statis. Studi menunjukkan bahwa wisatawan modern cenderung memiliki kemandirian tinggi dalam merencanakan perjalanan mereka dengan bantuan algoritma yang mampu memberikan rekomendasi akurat dan harga kompetitif, sehingga mengurangi ketergantungan pada perantara manusia (Ratna et al., 2025). Oleh karena

itu, digitalisasi museum bukan sekadar tren, melainkan strategi bertahan hidup (*survival strategy*) untuk memastikan warisan budaya tetap dapat diakses dan dinikmati di tengah gempuran hiburan digital modern. Urgensi transformasi ini semakin mendapatkan momentumnya melalui langkah strategis pemerintah pusat. Hal ini terbukti dari inisiatif terbaru Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi melalui Museum dan Cagar Budaya (MCB) yang menjalin kerja sama internasional dengan Museum Nasional Ceko pada 21 Maret 2025. Kolaborasi bertajuk "Digitalisasi Museum Menuju Masa Depan" ini menegaskan komitmen pemerintah untuk mengejar ketertinggalan infrastruktur teknologi budaya dan menyelaraskan standar pengelolaan museum di Indonesia dengan standar global, yang menjadi landasan kuat bagi percepatan adopsi teknologi di museum-museum daerah (Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, 2025).

Secara spesifik, Museum Wayang Jakarta yang terletak di kawasan Kota Tua menghadapi tantangan pelik dalam mempertahankan daya tariknya di tengah modernisasi. Museum yang menempati bangunan bersejarah bekas *De Oude Hollandsche Kerk* (Gereja Lama Belanda) ini menyimpan ribuan koleksi wayang dari seluruh nusantara dan mancanegara, menjadikannya salah satu aset budaya terpenting di Asia Tenggara (Sudarta et al., 2025). Namun, terlepas dari nilai historisnya yang tinggi, data kunjungan menunjukkan tren yang stagnan dan cenderung menurun jika dibandingkan dengan museum-museum interaktif modern. Permasalahan utama yang teridentifikasi adalah metode penyajian koleksi yang masih sangat konvensional, wayang ditampilkan sebagai objek mati di balik etalase kaca dengan narasi teks yang minim dan statis (Laurensa & Sarudin, 2025). Kondisi ini menciptakan kesenjangan (*gap*) antara potensi edukasi yang dimiliki museum dengan ekspektasi pengunjung masa kini yang menginginkan pengalaman imersif. Ini diperkuat oleh temuan wawancara bahwa pengunjung menganggap teknologi ruang *immersive* sebagai fitur paling menarik karena mampu membawa mereka masuk ke suasana cerita wayang, sementara penjelasan AI dianggap bermanfaat terutama oleh pengunjung introvert, yang lebih nyaman berinteraksi dengan teknologi daripada pemandu manusia. Observasi lapangan menunjukkan bahwa pengunjung sering kali hanya "melihat" tanpa benar-benar "memahami" makna filosofis di balik tokoh wayang karena ketiadaan media interpretasi yang menarik. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia dalam memberikan pemanduan dalam berbagai bahasa asing juga menjadi hambatan dalam melayani wisatawan mancanegara, yang seharusnya menjadi target pasar potensial bagi wisata budaya kelas dunia.

Menurut pengelola Museum Wayang, alasan utama pertimbangan penerapan AI adalah untuk mengatasi tantangan utama dalam menarik minat wisatawan, terutama generasi muda, yang menganggap wayang sebagai tontonan yang "jadul, tua, kuno," dan hanya relevan bagi generasi orang tua. Pengelola menyadari bahwa tantangannya adalah bagaimana merubah stigma ini dan menjadikan wayang sebagai tontonan yang menarik buat anak-anak serta bagaimana cara menjelaskan wayang kepada anak muda. Untuk menjawab tantangan tersebut, museum perlu "masuk ke dunia dari generasi muda atau dunia masa kini" dan selalu mencoba untuk "mengikuti perkembangan zaman," yang saat ini sudah mencapai teknologi digital dan AI. Pengelola menegaskan bahwa jika museum tidak mengikuti perkembangan teknologi AI, generasi muda tidak akan tertarik untuk datang. Oleh karena itu, AI dibutuhkan agar wayang dapat dinikmati oleh generasi muda seperti Gen Z dan Alpha, dan dapat masuk ke lini mereka.

Penerapan teknologi AI ini dinilai pengelola memiliki dampak yang cukup signifikan dalam meningkatkan interaksi dan daya tarik bagi wisatawan. Penggunaan AI dan versi digital wayang, seperti film animasi wayang yang dibuat dengan bantuan teknologi tersebut, menimbulkan rasa penasaran yang akhirnya membuat pengunjung datang, mencoba, dan pada akhirnya mendapatkan pengalaman yang menyeluruh: rasa senang (*happy*), informasi, dan pengetahuan tentang wayang. Dalam konteks pelestarian, meskipun terdapat pandangan bahwa

penggunaan teknologi menghilangkan sisi tradisional atau sisi budayanya, pengelola menyatakan bahwa tujuan penggunaan teknologi AI dan digitalisasi adalah untuk melestarikan budaya wayang itu sendiri. Digitalisasi koleksi, misalnya, bertujuan agar koleksi tidak hilang secara digital meskipun bentuk fisiknya mungkin hilang. Selain itu, cerita wayang diubah menjadi animasi agar anak muda zaman sekarang suka lagi pada wayang. Teknologi AI juga diharapkan membuat pertunjukan wayang menjadi lebih menarik dan tidak monoton. Pengelola menekankan bahwa digitalisasi tidak merubah substansi cerita wayang yang sudah memiliki pakem (seperti Ramayana dan Mahabharata), melainkan hanya merubah cara penampilan atau pementasannya, misalnya menjadi animasi atau hologram.

Kesenjangan ini semakin nyata ketika dibandingkan dengan standar pengelolaan museum global yang telah bertransformasi menjadi *Smart Museum*. Di berbagai negara maju, museum telah berevolusi menjadi ruang "edutainment" di mana teknologi AI, *Augmented Reality* (AR), dan *Virtual Reality* (VR) digunakan untuk menghidupkan kembali sejarah. Di Museum Wayang Jakarta, minimnya inovasi teknologi membuat koleksi yang luar biasa kaya tersebut terasa "jauh" dan sulit dipahami, terutama bagi Gen Z yang kurang familiar dengan epos Ramayana atau Mahabharata. Penelitian terdahulu oleh Fernandes (2025) menegaskan bahwa penerapan teknologi *Augmented Reality* (AR) pada Museum Wayang dan Museum Fatahillah terbukti mampu memberikan informasi tambahan berupa objek 3D, teks, dan video animasi yang memperkaya pengalaman belajar pengunjung. Teknologi ini diidentifikasi sebagai alat efektif untuk menarik minat generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital, mengubah persepsi mereka tentang museum dari tempat yang "kuno" menjadi destinasi yang "kekinian". Namun, implementasi yang ada saat ini masih bersifat parsial dan belum terintegrasi ke dalam ekosistem pelayanan museum secara menyeluruh, sehingga dampaknya belum dirasakan secara optimal dalam meningkatkan angka kunjungan kembali (*revisit intention*) (Widiyasa & Tuti, 2023). Bahkan dari hasil wawancara, banyak pengunjung mengatakan bahwa teknologi imersif saat ini kurang jelas secara visual. Ini berarti informasi harus lebih baik agar lebih mudah dipahami dan menarik.

Untuk mengatasi permasalahan multidimensi tersebut, diperlukan strategi komprehensif yang mengintegrasikan Kecerdasan Buatan (AI) ke dalam tata kelola Museum Wayang. AI menawarkan solusi inovatif melalui personalisasi layanan dan kurasi digital. Dalam konteks pelayanan (*front-end*), AI dapat diimplementasikan dalam bentuk asisten virtual cerdas (*chatbot*) atau pemandu wisata berbasis suara yang mampu berinteraksi dengan pengunjung dalam berbagai bahasa, menjelaskan filosofi wayang secara mendalam, dan merekomendasikan rute tour berdasarkan minat pengunjung. Menurut wawancara dengan pengunjung, penjelasan otomatis berbasis AI dianggap sangat membantu karena memberikan informasi yang lebih jelas dan mudah diikuti, bahkan membantu pengunjung yang sebelumnya tidak mengenal karakter wayang seperti Pandawa. Di sisi manajemen koleksi (*back-end*), AI dapat membantu proses digitalisasi arsip, restorasi virtual wayang yang rusak, hingga analisis pola perilaku pengunjung (*visitor behavior analysis*) untuk perbaikan tata pameran (Setiawan, B., 2024). Penerapan konsep *Sustainable Smart Tourism* di Museum Wayang tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga untuk melestarikan data budaya secara digital (*digital preservation*) yang aman dari risiko kerusakan fisik. Langkah ini sejalan dengan temuan Ramadhan & Fanida (2025) yang menekankan pentingnya sistem informasi data pariwisata yang terintegrasi untuk mendukung pengambilan keputusan strategis dan peningkatan pelayanan publik.

Tantangan implementasi teknologi ini tentu tidak ringan, mencakup aspek kesiapan infrastruktur, biaya, hingga sumber daya manusia. Namun, urgensi transformasi digital di Museum Wayang tidak dapat ditunda lagi mengingat persaingan destinasi wisata yang semakin ketat. Ketergantungan yang berlebihan pada metode konvensional akan membuat museum

semakin ditinggalkan. Oleh karena itu, penelitian ini dirancang untuk memecahkan masalah bagaimana menyeimbangkan adopsi teknologi yang disruptif dengan kebutuhan akan keberlanjutan lingkungan dan inklusivitas sosial, dengan fokus pada inovasi seperti personalisasi pengalaman dan pengelolaan destinasi berbasis data (Putri et al., 2025). Melalui pendekatan *Smart Tourism*, teknologi diharapkan dapat menjadi jembatan yang menghubungkan nilai-nilai luhur pewayangan dengan audiens global, menciptakan narasi baru yang relevan tanpa menghilangkan esensi tradisi. Strategi ini juga mencakup penggunaan media sosial dan platform digital untuk *branding* destinasi, sebagaimana dibahas oleh Setiawan, B. et al. (2025) mengenai penggunaan *Metahuman* dalam promosi desa wisata, yang konsepnya dapat diadaptasi untuk mempersonifikasikan tokoh wayang sebagai duta virtual museum. Respon para pengunjung yang diwawancarai juga menunjukkan bahwa penggunaan teknologi modern tidak dianggap merusak nilai budaya wayang; sebaliknya, memanfaatkan penyampaian yang lebih modern dan mudah dipahami membantu mempertahankan tradisi.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan dinamika tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis secara mendalam bagaimana implementasi Kecerdasan Buatan (AI) dapat meningkatkan daya tarik dan pengalaman wisatawan di Museum Wayang Jakarta. Penelitian ini akan menggali potensi integrasi berbagai teknologi digital, mulai dari aplikasi AR penjelas koleksi, sistem pemandu berbasis AI, hingga manajemen data pengunjung, untuk merumuskan model *Smart Museum* yang adaptif terhadap karakteristik budaya lokal. Harapan utamanya adalah agar transformasi digital ini tidak hanya menciptakan lonjakan angka kunjungan jangka pendek, tetapi juga membangun keterikatan emosional (*emotional engagement*) antara pengunjung dan warisan budaya wayang. Dengan demikian, Museum Wayang Jakarta dapat bertransformasi menjadi pusat edukasi budaya yang dinamis, inklusif, dan berkelanjutan, membuktikan bahwa teknologi masa depan dan tradisi masa lalu dapat bersinergi untuk memperkaya peradaban manusia (Asaad & Rahman, 2021).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami bagaimana penerapan teknologi digital, khususnya kecerdasan buatan (AI), berpotensi meningkatkan daya tarik dan pengalaman wisatawan di Museum Wayang Jakarta. Analisis penelitian ini didasarkan pada teori implementasi yang dipahami sebagai kerangka konseptual untuk menjelaskan bagaimana suatu kebijakan, program, atau keputusan dapat diwujudkan secara efektif dalam praktik. Dalam perspektif kebijakan publik, implementasi merupakan tahap penting yang menghubungkan perumusan kebijakan dengan dampak konkret yang dirasakan oleh masyarakat, mengingat kebijakan yang dirancang dengan baik belum tentu menghasilkan hasil optimal apabila pelaksanaannya tidak berjalan secara efektif. Salah satu pendekatan implementasi yang banyak digunakan adalah model *top-down* yang dikemukakan oleh George C. Edward III, yang menekankan empat variabel penentu keberhasilan implementasi, yaitu komunikasi, ketersediaan sumber daya, disposisi atau sikap pelaksana, serta struktur birokrasi, sebagaimana dijelaskan dalam *Implementing Public Policy* (Edward III, 2010).

Selain teori implementasi, penelitian ini juga menggunakan teori pengalaman (*experience theory*) untuk menganalisis bagaimana wisatawan memaknai interaksi mereka dengan teknologi digital di museum. Teori pengalaman memandang pengalaman sebagai proses subjektif yang melibatkan aspek kognitif, emosional, dan sensorik yang terbentuk melalui interaksi langsung dengan suatu lingkungan atau layanan. Dalam konteks pariwisata budaya, pengalaman pengunjung menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan dan ketertarikan, sebagaimana dijelaskan oleh Pine dan Gilmore dalam *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage* (1999) yang mengemukakan empat dimensi

pengalaman, yaitu *entertainment*, *education*, *esthetic*, dan *escapism*. Penerapan teknologi AI di Museum Wayang dipahami sebagai sarana untuk memperkaya dimensi-dimensi pengalaman tersebut melalui penyajian informasi yang interaktif dan imersif. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menangkap persepsi dan pengalaman pengunjung secara langsung, sehingga gambaran yang diperoleh sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

Pengumpulan data dilaksanakan pada 5 Desember 2025 dan 12 Desember 2025 di Museum Wayang, Kota Tua, Kecamatan Taman Sari, Jakarta Barat. Teknik pengumpulan data utama adalah wawancara semi-terstruktur yang melibatkan dua kelompok narasumber, yaitu tiga orang pengunjung museum dan dua orang edukator Museum Wayang. Pemilihan narasumber dilakukan dengan teknik purposive sampling, dengan pertimbangan bahwa para pengunjung baru saja menyelesaikan kegiatan kunjungan, sedangkan edukator merupakan pihak yang terlibat langsung dalam pelayanan edukasi dan pengelolaan informasi budaya di museum.

Wawancara dengan pengunjung berfokus pada pengalaman mereka selama berkunjung, khususnya terkait pemahaman terhadap cerita dan sejarah wayang, ketertarikan terhadap fitur digital seperti pemandu virtual atau penjelasan otomatis, potensi teknologi AI dalam menarik minat generasi muda, serta pandangan mereka mengenai penggunaan teknologi modern tanpa menghilangkan nilai budaya tradisional wayang. Wawancara ini berlangsung selama 5-15 menit untuk setiap narasumber dan direkam menggunakan perangkat perekam suara setelah memperoleh persetujuan lisan. Sementara itu, wawancara dengan dua edukator Museum Wayang diarahkan untuk menggali perspektif pengelola museum terkait digitalisasi. Pertanyaan yang diajukan mencakup tantangan utama museum dalam menarik minat wisatawan, terutama generasi muda yaitu alasan museum mempertimbangkan penerapan AI, potensi teknologi AI dalam meningkatkan interaksi dan daya tarik pengunjung, jenis pengalaman digital yang paling diminati pengunjung, serta hambatan yang dihadapi dalam implementasi teknologi AI. Selain itu, wawancara juga membahas pandangan edukator mengenai dampak teknologi terhadap pelestarian budaya wayang, kekhawatiran terhadap berkurangnya nilai tradisional akibat digitalisasi, mekanisme museum dalam menjaga keaslian budaya, serta rencana pengembangan Museum Wayang ke depan, khususnya dalam konteks transformasi digital dan pengenalan budaya wayang kepada masyarakat global. Selain wawancara, data pendukung dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap pola interaksi pengunjung dengan koleksi serta dokumentasi foto yang mencakup suasana museum, tata pameran, dan media informasi yang tersedia. Pengambilan dokumentasi dilakukan dengan izin narasumber apabila foto menampilkan identitas pribadi.

Seluruh data hasil wawancara kemudian ditranskripsikan secara lengkap. Transkrip tersebut dibaca dan ditelaah ulang untuk mengidentifikasi informasi penting yang berkaitan dengan pengalaman pengunjung, pandangan edukator, serta peluang penerapan teknologi AI di Museum Wayang. Informasi yang diperoleh selanjutnya dikelompokkan ke dalam beberapa tema utama, seperti kebutuhan digitalisasi, kendala pemahaman koleksi, serta peran AI dalam interpretasi budaya. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara pengunjung, wawancara edukator, observasi lapangan, dan dokumentasi foto. Tahap akhir analisis dilakukan dengan penarikan kesimpulan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai potensi implementasi teknologi AI dalam meningkatkan daya tarik dan pengalaman wisatawan di Museum Wayang Jakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini disusun berdasarkan data kualitatif yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan dua perspektif utama, yaitu pihak pengelola Museum Wayang (Edukator) dan tiga orang pengunjung dari kalangan generasi muda (Gen Z). Integrasi kedua

perspektif ini bertujuan untuk memvalidasi sejauh mana strategi digitalisasi yang dirancang oleh museum dapat diterima dan berdampak pada pengalaman pengunjung. Analisis dilakukan secara tematis untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai peran *Artificial Intelligence* (AI) dalam meningkatkan daya tarik, pemahaman sejarah, dan pelestarian budaya.

Temuan utama menunjukkan adanya keselarasan antara tujuan strategis pengelola museum dengan kebutuhan pengunjung muda. Pihak pengelola menyadari tantangan utama museum saat ini adalah stigma masyarakat yang menganggap wayang sebagai "tontonan orang tua" atau sesuatu yang kuno. Untuk menjawab tantangan tersebut, pengelola mengadopsi teknologi AI sebagai jembatan untuk masuk ke dunia generasi muda dan mengubah stigma tersebut agar relevan dengan perkembangan zaman. Strategi ini terbukti efektif, sebagaimana dikonfirmasi oleh para narasumber pengunjung. Ketiga pengunjung sepakat bahwa penggunaan teknologi AI membuat museum menjadi lebih menarik dan tidak membosankan. Salah satu pengunjung bahkan menekankan bahwa bagi Gen Z yang cenderung memiliki literasi membaca yang rendah, teknologi AI sangat membantu karena menyajikan informasi secara visual dan ringkas. Hal ini mengindikasikan bahwa AI berhasil berfungsi sebagai katalisator yang mengubah persepsi museum dari tempat penyimpanan benda kuno menjadi ruang edukasi yang interaktif dan modern.

Dalam hal implementasi fitur, "Ruang Imersif" menjadi sorotan utama baik dari sisi pengelola maupun pengunjung. Pengelola menjelaskan bahwa ruang imersif dirancang untuk memberikan pengalaman 360 derajat, menampilkan animasi cerita pewayangan seperti "Penemuan Istana Indra Prasta" yang memungkinkan pengunjung merasa seolah berada di dalam cerita tersebut. Upaya ini disambut positif oleh pengunjung yang menyebutkan bahwa fitur ini adalah teknologi yang paling diminati. Secara kognitif, visualisasi berbasis AI terbukti membantu pengunjung memahami alur cerita yang kompleks, seperti kisah Pandawa, yang sebelumnya sulit dipahami hanya melalui teks atau penjelasan lisan. Selain aspek kognitif, AI juga memberikan kenyamanan psikologis. Salah satu pengunjung mengungkapkan bahwa penjelasan otomatis berbasis AI lebih disukai oleh tipe kepribadian introvert dibandingkan interaksi langsung dengan pemandu manusia, karena memberikan rasa nyaman dan privasi dalam mengeksplorasi informasi.

Meskipun penerimaan terhadap teknologi ini sangat positif, penelitian ini menemukan adanya kesenjangan antara implementasi teknis dan pengalaman pengguna. Dari sisi operasional, pengelola mengakui adanya kendala kapasitas dan durasi, di mana ruang imersif memiliki batasan kuota dan waktu tayang (30 menit per sesi), yang dapat membatasi akses pengunjung saat ramai. Di sisi lain, pengunjung memberikan masukan kritis terkait kualitas output teknologi tersebut. Beberapa pengunjung mencatat bahwa kualitas visual pada ruang imersif masih terlihat "bayang-bayang" atau kurang tajam, serta adanya gangguan visual akibat posisi duduk penonton yang menghalangi pandangan. Temuan ini menyiratkan bahwa meskipun konsep digitalisasi sudah tepat sasaran, aspek kualitas teknis dan manajemen ruang masih memerlukan evaluasi lebih lanjut untuk mengoptimalkan transfer informasi.

Isu krusial mengenai apakah teknologi menggerus nilai budaya juga terjawab dalam penelitian ini. Pihak pengelola menegaskan bahwa digitalisasi dan AI hanyalah metode penyampaian (*delivery method*), bukan pengubah konten. Mereka memastikan keaslian cerita (pakem) tetap terjaga dengan melibatkan tenaga ahli di bidang wayang dan teknologi dalam proses pengembangannya. Hal ini sejalan dengan persepsi pengunjung yang menilai bahwa modernisasi tidak menghilangkan esensi tradisional wayang. Pengunjung memahami bahwa yang berubah hanyalah media penyampaiannya dari pertunjukan manual menjadi animasi digital sementara nilai sejarah dan budayanya tetap utuh. Dengan demikian, teknologi AI di Museum Wayang tidak berperan sebagai pengganti budaya, melainkan sebagai alat revitalisasi

yang memungkinkan nilai-nilai luhur wayang dapat terus diwariskan dan dipahami oleh generasi digital tanpa kehilangan akarnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi implementasi Kecerdasan Buatan (AI) di Museum Wayang Jakarta terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik dan pengalaman wisatawan, khususnya bagi kalangan generasi muda (Gen Z). Penelitian ini menjawab permasalahan utama mengenai stigma wayang yang dianggap kuno, di mana integrasi teknologi AI berhasil berfungsi sebagai jembatan yang relevan untuk menghubungkan warisan budaya masa lalu dengan preferensi digital masa kini. Temuan di lapangan menunjukkan bahwa fitur teknologi, terutama "Ruang Imersif" yang menampilkan animasi cerita pewayangan, menjadi daya tarik utama karena mampu menyederhanakan narasi kompleks seperti kisah Pandawa menjadi sajian visual yang mudah dipahami, menarik, dan sesuai dengan karakteristik pengunjung muda yang memiliki preferensi visual tinggi. Selain itu, keberadaan penjelasan berbasis AI juga terbukti memberikan kenyamanan psikologis bagi pengunjung dengan tipe kepribadian introvert yang lebih menyukai interaksi non-manusia. Lebih lanjut, penelitian ini menjawab kekhawatiran mengenai pelestarian budaya di tengah arus digitalisasi. Hasil analisis menegaskan bahwa penerapan teknologi modern tidak menggerus nilai-nilai luhur atau pakem cerita wayang. Sebaliknya, AI dan digitalisasi berperan sebagai metode penyampaian (*delivery method*) baru yang merevitalisasi cara wayang dikonsumsi tanpa mengubah substansi ceritanya. Baik pengelola museum maupun pengunjung sepakat bahwa modernisasi ini justru krusial sebagai strategi bertahan hidup (*survival strategy*) agar warisan budaya tetap relevan dan tidak ditinggalkan oleh zaman. Dengan demikian, Museum Wayang Jakarta telah mulai bertransformasi dari sekadar tempat penyimpanan benda mati menjadi ruang edukasi interaktif yang mampu membangun keterikatan emosional dengan pengunjungnya.

SARAN

Berdasarkan temuan kendala teknis di lapangan, disarankan kepada pengelola Museum Wayang Jakarta untuk melakukan evaluasi dan peningkatan pada aspek infrastruktur teknologi. Hal ini meliputi perbaikan kualitas visual pada ruang imersif yang dinilai masih kurang tajam oleh pengunjung, serta penataan ulang posisi duduk agar tidak menghalangi pandangan. Selain itu, manajemen operasional terkait kapasitas dan durasi penayangan di ruang imersif perlu dioptimalkan misalnya dengan sistem antrian digital atau penambahan sesi untuk mengatasi keterbatasan akses saat kunjungan sedang ramai. Peningkatan kualitas ini penting agar kesenjangan antara ekspektasi pengunjung terhadap teknologi canggih dan realitas teknis di lapangan dapat diminimalisir.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexiana, A., Puspita, S. M., Lahya, T. A., & Anwari, H. (2025). Smart tourism experience on perception of historical value at Vredeburg Fort. *Media Wisata: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 23(1), 101–115. <https://jurnal.ampta.ac.id>
- Asaad, I., & Rahman, A. (2021). Pengembangan Kota Parepare sebagai Kota Destinasi Wisata Habibie dengan Konsep Sustainable Smart Tourism. *Jurnal Pekommas*, 6(2), 21–33.
- Auliya, A., Putri, R. A., & Tamar, G. A. (2024). Millennial tourists' perceptions regarding the implementation of smart tourism at the National Museum of Indonesia. *Journal of Art and Culture Communication*, 4(2), 112–125. <https://www.journal-iaassf.com>
- Edward, G. C. (2010). *Implementing public policy* (3rd ed.). Washington, DC: CQ Press. <https://archive.org/details/implementingpubl0000edwa/mode/2up>

- Fernandes, N. (2025). Pengaruh Teknologi Augmented Reality terhadap Pengalaman Pengguna dalam Desain Interior di Museum Wayang dan Fatahillah. *Jurnal ELTIKOM: Jurnal Teknik Elektro, Teknologi Informasi dan Komputer*, 3(2), 104–111. <https://doi.org/10.31961/eltikom.v3i2.140>
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2025, March 21). Kolaborasi Museum dan Cagar Budaya dan Museum Nasional Ceko: Digitalisasi Museum Menuju Masa Depan. <https://share.google/ANhyJpgJhruqBlHTK>
- Laurentsa, V. G., & Sarudin, R. (2025). Analisis Pengaruh Persepsi dan Motivasi Wisatawan terhadap Minat Berkunjung ke Museum Wayang Jakarta. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 6(3), 1803–1814. <https://doi.org/10.55681/jige.v6i3.4162>
- Leong, W. Y., Leong, Y. Z., & Leong, W. S. (2024). Smart tourism in ASEAN: Leveraging technology for sustainable development and enhanced visitor experiences. *International Journal of Tourism & Hospitality Research*, 8(3), 45–60. <https://www.researchgate.net>
- Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Boston, MA: Harvard Business School Press. <https://www.labster8.net/wp-content/uploads/2014/03/Pine-Gilmore.pdf>
- Putri, A. W., Kawiana, I. G. P., & Wimba, I. G. A. (2025). Pemanfaatan AI dan Teknologi Informasi Komunikasi: Inovasi, Dampak, dan Keberlanjutan dalam Pengembangan Pariwisata Digital. *National Conference on Tourism (NCT)*. Universitas Triatma Mulya.
- Ramadhan, M. T., & Fanida, E. H. (2025). Inovasi Layanan Sistem Informasi Data Pariwisata (SIDITA) Jawa Timur dalam Meningkatkan Pelayanan Publik. *Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen*, 7(2), 148–156.
- Ratna, P. A. D., Mustari, N., & Manuhutu, F. (2025). Pengaruh Teknologi AI terhadap Melemahnya Peran Travel Agent dalam Promosi Pariwisata di Bali. *National Conference on Tourism (NCT)*. Politeknik Omna Trisakti Chandra.
- Setiawan, B. (2024). Sentuhan Artificial Intelligence dalam Promosi Digital pada Desa Wisata di Indonesia. *IKRAITH-HUMANIORA*, 8(3), 90–100.
- Setiawan, B., Fardiemansyah, Santri, A., Pratiwi, Y., & Harwindito, B. (2025). Metahuman dan Artificial Intelligence (AI) dalam Destination Branding di Desa Wisata Indonesia. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 10(2), 119–128.
- Setiawan, D. (2024). Smart Tourism: Blockchain, Artificial Intelligence dan Internet of Things Implementasi dalam Industri Pariwisata 5.0. *INTELEKTIVA: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 6(2), 310–317.
- Sudarta, N. F., Andrianawati, A., & Perdana, A. B. (2025). Perancangan Ulang Museum Wayang Jakarta dengan Pendekatan Tematik. *e-Proceedings of Art & Design*, 10(2), 125–135.
- Suryani, I., Marta, R. F., Wijaya, B. C., & Romaria, G. (2024). Combining the magic of artificial intelligence (AI) in cultural wisdom. *Aspiration Journal of Communication and Culture*, 3(1), 55–70. <https://aspiration.id>
- Tulung, L. E., & Lopian, S. L. H. V. J. (2025). The role of smart tourism technologies, destination image, and memorable tourism experiences as determinants of tourist loyalty. *Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade*, 12(2), 201–220. <https://search.proquest.com>
- Widiyasa, I. M., & Tuti, M. (2023). Analisis Pengaruh Customer Experience terhadap Keputusan Minat Berkunjung Kembali di Museum Jakarta. *JIIP – Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), 2243–2248.
- Yulianti, W., Sulistijono, E. A., & Veranita, M. (2024). Penerapan Smart Tourism di Indonesia. *Visioner: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(1), 113–120.