

---

**DEVELOPMENT OF DIGITAL SMART TOURISM AT THE MARINE MUSEUM  
JAKARTA****Oleh****Sheva Aulia<sup>1)</sup>, Rizki Nurul Nugraha<sup>2)</sup>****<sup>1,2</sup>Universitas Nasional****Jl. Sawo Manila No.61, Rt.14/Rw 7, Pejaten Barat, Kec. Ps.Minggu****Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta****Indonesia****E-mail: [rizki.nurul@civitas.unas.ac.id](mailto:rizki.nurul@civitas.unas.ac.id)****Abstract**

The Jakarta Maritime Museum is one of the Dutch archeology in the VOC era, has two main buildings that have two different functions during trade in Sunda Kelapa port. Until now, the building is still very sturdy and preserved, including the collections in it, both original and replica items. In 2018 the maritime museum began to develop digital tourism by creating a museum partner website "Jakarta Maritime Museum" and developed it into digital smart tourism with programs that carry historical and cultural education. The purpose of this research is to identify the development of Digital Smart Tourism at the Jakarta Maritime Museum in this era 4.0 . In this study, the author uses a qualitative research methods by conducting observations, interviews with museum management staff and SWOT analysis technique

**Keywords: Development, Maritime Museum, Smart Tourism, Digital Tourism**

**PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan salah satu negara kemaritiman yang menjadikan laut sebagai moda ekonomi pada masa kolonial. Dimana salah satu jalur perdagangan melalui laut yakni terletak di utara jakarta yang dimana meninggalkan bukti dan sejarah berupa sebuah bangunan yang kini di jadikan museum serta moda transportasi perahu. Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan alam dan juga budaya yang menjadi salah satu daya tarik wisatawan baik wisman maupun wisnu, namun Indonesia juga memiliki sejarah yang dijadikan wisata edukasi, salah satunya merupakan museum yang selalu menarik wisatawan baik hanya sekedar berkunjung ataupun mempelajari sejarah. Pariwisata Indonesia menjadi penyumbang devisa bagi negara dimana dikatakan dalam (Kemenpar, 2016) pariwisata memberikan kontribusi terhadap produk domestik bruto dengan mengalami peningkatan dari tahun 2012 ke tahun 2016 yang menghasilkan 500,19 triliun rupiah atau sebesar 4,03%. Pada era pariwisata 4.0 juga

dapat memudahkan dalam memasarkan destinasi melalui jaringan Internet dan teknologi yang sudah berkembang pesat.

Dalam (WTO,1990) pembangunan pariwisata berkelanjutan merupakan proses yang dijadikan agenda global, dalam membangun pariwisata harus menerapkan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan pariwisata yaitu tanggap terhadap minat wisatawan dan pengelolaan langsung yang memiliki upaya dalam pengelolaan serta perlindungan dengan jangka waktu yang lama. menurut (Oka A. Yoeti 1997:59) menyatakan bahwa kepariwisataan memiliki kekhususan, yakni :

- 1.) Objek dapat dipelajari, disaksikan dan memiliki daya tarik.
- 2.) Memiliki keunikan/ciri khas dari destinasi lain
- 3.) Menjamin prasarana untuk pengunjung
- 4.) Memiliki fasilitas yang menunjang
- 5.) Ketersediaan sarana dan akomodasi

Dalam (Rodger, 1998) mengatakan wisata edukasi merupakan sebuah perjalanan wisata

yang memberikan informasi atau pengetahuan selama melakukan perjalanan atau kunjungan dimana wisatawan mendapat pengalaman belajar di lokasi yang di kunjungi.

Menurut menteri pariwisata, dalam pengembangan digital tourism terdapat tiga komponen program yaitu : wonderful startup academy yang merupakan program pengembangan startup business yang bergerak pada sektor pariwisata hasil kerjasama menteri pariwisata dan menteri koperasi, Nomadic tourism merupakan dimana wisatawan dapat dapat menetap dalam kurun waktu tertentu dengan amenities yang dapat berpindah-pindah atau portable, Destinasi Digital merupakan detinasi wisata yang di promosikan melalui sosial media yang menggunakan gambar, foto, video dan text seperti destinasi : wisata alam, wisata belanja, wisata budaya, wisata religi. (Kemenparekraf,2018)

Terletak di Jl. Ps.Ikan Penjaringan Jakarta Utara, Museum Bahari Jakarta memberikan wisata edukasi sebagai mana tercatat dalam Icom (2018) yakni :

1. Memberikan pengalaman dan mengumpulkan warisan alam dan budaya
2. Tempat melakukan penelitian dan dokumentasi
3. Menyebarkan ratakan ilmu pengetahuan untuk umum
4. Visualisasi warisan alam dan budaya serta pengenalan dan penghayatan kesenian

Dimana Museum Bahari memiliki peninggalan belanda berupa gedung dan barang koleksi yang dapat memberikan informasi kepada wisatawan baik koleksi benda replika maupun asli yang dapat memberikan pendidikan sejarah kepada wisatawan yang datang berkunjung sebagai model pembelajaran sejarah untuk wisatawan Indonesia (Umumnya) dan juga wisatawan mancanegara (Belanda pada umumnya) baik berkunjung langsung ke Museum Bahari Jakarta ataupun menggunakan virtual tour yang sudah di terapkan di Museum Bahari Jakarta. Dengan memiliki ciri khas halaman terbuka di bagian tengah museum

menjadikan salah satu spot yang menarik berkunjung untuk dapat merasakan nuansa pada saat jaman kolonial belanda dan pemandangan menara syahban yang tepat menuju pantai tanjung priok menjadi daya tarik bagi pengunjung serta akses dan saran yang mudah di lalui wisatawan.



**Gambar 1.** Merupakan denah lokasi menuju Museum Bahari

Berdasarkan dari pemaparan di atas maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengembangan digital smart tourism di Museum Bahari Jakarta. Melihat daya tarik dan potensi museum bahari sebagai wisata edukasi yang memiliki nilai sejarah negara Indonesia serta bangunan pada zaman kolonial Belanda yang kini masih terlihat kokoh. Dijelaskan oleh Oka A Yoeti (1997: 59) dimana destinasi wisata harus memiliki komponen : Objek yang dapat di pelajari dan menarik wisatawan, memiliki ciri khas, dan di dukungnya oleh sarana dan prasarana yang terpelihara.

Berikut merupakan data pengunjung Museum Bahari Jakarta :

Bulan	Tahun			
	2019	2020	2021	2022
Januari	2.336	2.361	240	1.229
Februari	3.905	3.601	406	851
Maret	2.642	1.264	1.130	2.562
April	2.945	(Tutup)	992	909

Mei	1.397	- (Tutup)	1.285	1.686
Juni	2.537	300	693	1.804
Juli	3.239	786	- (Tutup)	
Agustus	2.619	892	- (Tutup)	
September	2.488	271	- (Tutup)	
Oktober	5.558	389	312	
November	2.897	809	1.276	
Desember	3.242	684	1.178	
<b>Jumlah</b>	<b>35.805</b>	<b>11.375</b>	<b>7.512</b>	<b>9.041</b>

\*data ini diambil pada saat jurnal di buat 12 Juli 2022

Tujuan diadakannya penelitian ini untuk menganalisa pengembangan digital smart tourism yang ada di Museum Kebaharian Jakarta dan apa saja kegiatan yang telah di lakukan oleh Museum Kebaharian Jakarta dalam mengembangkan Digital Smart Tourism pada tahun 2019. Dimana pengguna internet telah mencapai 71,9 juta orang di Indonesia dan terus bertambah hingga mencapai 30% (BPS,2013) sehingga digital tourism menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan pengunjung dengan mengikuti teknologi digital.

## METODE

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan data yang diambil merupakan data primer yang di dapat dari pengelola Museum Kebaharian Jakarta, serta data sekunder yang diambil dari studi literatur serta jurnal penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik :

1. Observasi, penulis melakukan observasi langsung ke Museum Wisata Bahari
2. Wawancara, penulis melakukan wawancara bersama kepala pengelola museum dan juga staff museum
3. Dokumentasi.
4. Studi Literatur. Penulis menggunakan studi literatur yang diambil dari penelitian dan

jurnal sebelumnya sesuai dengan memilih teori yang bersangkutan dan rumusan masalah.

Adapun rumusan masalah yang akan di bahas yaitu, : mendeskripsikan tahapan pengembangan program smart digital tourism, strategi evaluasi, program yang telah berjalan atau telah di laksanakan dan juga kekurangan serta kelebihan dalam melaksanakan digital smart tourism.

Pada teknik metodologi pembahasan penulis menggunakan analisis SWOT.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam (Kusudianto, 1996:8) destinasi wisata dapat di golongan atau dikelompokkan berdasarkan ciri-ciri destinasi tersebut, yaitu salah satunya sebagai berikut : Destinasi sumber daya budaya, seperti tempat bersejarah, museum, teater dan masyarakat lokal.

Museum bahari merupakan peninggalan salah satu bangunan belanda yang di bangun pada tahun 1718 yang dijadikan sebagai gudang rempah-rempah oleh VOC. Dengan menyimpan koleksi seperti benda-benda peninggalan zaman belanda, alat navigasi kapal, berbagai macam replika perahu dari berbagai suku di Indonesia dan kapal asli dari setiap daerah di Indonesia. Museum bahari jakarta telah di resmikan pada 7 Juli 1977 oleh Ali Sadikin yang pada saat itu sedang menjabat sebagai gubernur Jakarta. Pada saat pandemi Covid-19 berlangsung beberapa destinasi wisata mengalami penurunan jumlah pengunjung termasuk juga wisatawan di Museum bahari Jakarta yang mulai mengalami penurunan. Sehingga pihak pengelola museum menerapkan smart digital tourism. Dimana salah satu strategi yang dapat di lakukan oleh pengelola yakni melalui internet marketing dengan menggunakan Rich media advertising dimana dapat mencakup iklan media seperti streaming audio dan visual ataupun interaksi pengguna aplikasi yang di buat dengan efek khusus dalam(Dikutip dari Jurnal *Effect of application of rich media advertising on*

*purchase decisions study of travel companies.* 2018)

Museum bahari Jakarta merupakan salah satu saksi bisu pembuatan gudang oleh VOC sebagai tempat penyimpanan hasil rempah-rempah seperti kopi, teh, pala, tembakau, kopra, kayu putih, cengkeh, dan lada di nusantara pada tahun 1759 dimana gudang ini di buat pada bagian timur dan bagian barat. Dimana bagian barat di gunakan sebagai kantor untuk berjaga 24 jam dan pada sebelah timur di gunakan untuk menyimpan hasil rempah-rempah. Selain itu menara yang terdapat di salah satu gedung berguna untuk memantau kapal yang keluar masuk Batavia dan sebagai pemungutun cukai. Museum Bahari menjadi saksi bisu sejarah kejayaan kota bandar perdagangan rempah Batavia dalam (Republika 2018). Memiliki koleksi sebanyak 126 yang terdiri dari perahu perahu asli 19 dan juga 107 miniatur biota laut dan beberapa fot. Umumnya wisatawan asing yang banyak berkunjung ke museum bahari jakarta merupakan wisatawan dari Belanda dikarenakan bangunan dari museum bahari Jakarta merupakan salah satu saksi sejarah bahwa Belanda pernah menguasai Indonesia.

Terdapat dua bangunan pada museum bahari Jakarta, yakni di sebelah barat terdapat menara syahban yang dimana dahulu memiliki fungsi memantau kapal yang keluar-masuk barang barang yang akan di bongkar di pelabuhan sunda kelapa. Pada bagian tembok menara di bangun mengelilingi kota Batavia yang berguna untuk menjaga mulut sungai Ciliwung. Dan untuk bangunan di sebelah timur yang kini menjadi bangunan utama serta terdapat kantor pengelolah merupakan bangunan yang dahulunya di gunakan sebagai gudang penyimpan rempah-rempah dari seluruh daerah di Indonesia. menara syahban merupakan menara yang di sebut 0 kilometer kota Batavia namun pada saat ini menara syahban disebut juga dengan menara miring, seperti yang dikatakan oleh pengelolah museum penyebab miringnya menara syahban memiliki 2 sebab yakni dari

adanya penurunan konstur tanah yang sering di lewati oleh truk atau kontainer dan juga adanya abrasi yang di akibatkan dari tanjung priok (berdasarkan wawancara dengan pengelola). Museum bahari merupakan peninggalan arkeolog yang memiliki daya tarik suatu gambaran dalam menceritakan suatu kegiatan yang pernah terjadi atau sejarah yang di kemas ke dalam wisata edukasi. Dalam menerapkan wisata edukasi yang menarik bagi wisatawan di kalangan semua usia, Museum Bahari Jakarta mengembangkan digital smart tourism di era pariwisata 4.0 yakni dengan memberikan kode barcode pada denah peta yang di sediakan untuk pengunjung yang berguna untuk memudahkan pengunjung dalam mengakses lokasi sarana yang ada di sekitar Museum Kebaharian Jakarta. Pembagian di gedung museum bahari Jakarta dibagi beberapa bagian : pameran alat navigasi, replika perahu ataupun perahu asli, ruangan biota laut, dan ruangan bangsa asing yang berjualan di Indonesia. kegiatan komunikasi dalam museum mencakup dalam kegiatan penyebaran ilmu pengetahuan atau knowledge dan pengalaman dalam bentuk pameran, program pendidikan, events, dan publikasi (Magetsari, 2008:13).



**Gambar 1.** Merupakan denah / rute lokasi Museum Bahari yang sudah di lengkapi barcode.

Dengan di kelilingi beberapa tempat yang masih memiliki sejarah dan bangunan khas jaman kolonial Belanda membuat wisatawan

dapat merasakan gambaran kota Batavia beberapa abad lalu. Selain itu menara syahban yang terletak di sebelah kanan gedung utama dari gerbang masuk memiliki pemandangan yang langsung mengarah pada pelabuhan sunda kelapa. Dalam denah atau rute menuju museum bahari Jakarta sudah dilampirkan kode barcode yang dimana merupakan salah satu 4.0 dapat memudahkan wisatawan yang berkunjung untuk mengetahui apa saja yang ada di sekitar Museum Bahari Jakarta.

Selain memiliki barcode pada denah lokasi, pada tahun 2020 Museum Bahari Jakarta juga menampilkan game yang membuat para wisatawan untuk belajar dan bermain di daerah Museum dengan memberikan kesan yang berbeda dengan meletakkan barcode game disetiap tempat namun sekarang game tersebut sudah tidak ada dikarenakan banyak kendala ketika mengunduh aplikasi untuk scan barcode tersebut.



**Gambar 2.** Merupakan website museum bahari Jakarta  
Sumber: Website mitra museum jakarta



**Gambar 3.** Merupakan informasi di website museum bahari Jakarta

Sumber : Mitra Museum Jakarta

Website Museum Bahari Jakarta di bentuk pada tahun 2018 yang berisi mengenai jadwal dan jam operasional Museum Bahari Jakarta serta sejarah dan kegiatan yang ada di Museum Bahari Jakarta dan juga info penyewaan apabila akan menggelar suatu event di museum bahari dan juga contact person apabila akan dilaksanakannya study tour.



**Gambar 4.** Salah satu sosial media museum bahari Jakarta

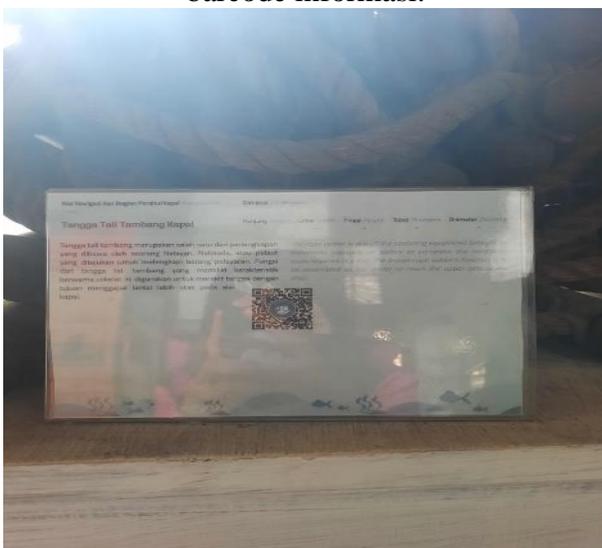
Sumber : Instagram Museum Bahari Jakarta

Pada saat Pandemi Covid-19 museum Bahari Jakarta mengalami penurunan pengunjung yang di karenakan sempat di

tutupnya museum dan destinasi wisata lainnya pada saat pandemi covid-19 berlangsung sehingga pada tahun 2020 museum Bahari mulai mengembangkan digital tourism seperti membuka kembali akun Instagram, Youtube untuk membagikan kegiatan selama Covid-19, webinar yang sering di adakan oleh Museum Bahari Jakarta dan juga virtual tour melalui aplikasi zoom ataupun talkshow yang dimana agar wisatawan tetap dapat merasakan sensasi berkunjung ke museum bahari tanpa harus datang ke lokasi.



**Gambar 5.** Merupakan replika perahu dan barcode informasi.



**Gambar 6.** Merupakan barcode yang berisikan informasi mengenai koleksi di museum bahari Jakarta.

Museum Bahari Jakarta juga memanfaatkan digital tourism dalam mengembangkan digital smart tourism, Museum Bahari mencoba menerapkan dengan berbagi informasi lebih lengkap dan juga foto mengenai barang koleksi baik replika ataupun asli dengan memberikan scan barcode di setiap koleksi barang.

Pada hasil wawancara bersama dengan staff pengelola digital tourism, museum bahari mulai menerapkan dan mengembangkan digital smart tourism pada tahun 2020 dimana museum bahari sendiri merupakan salah satu cagar budaya yang memberikan edukasi mengenai sejarah yang pernah terjadi di Indonesia. dalam mengembangkan digital smart tourism museum Bahari Jakarta melakukan beberapa kegiatan secara virtual seperti webinar, virtual tour, talkshow, workshop dan juga beberapa fitur seperti barcode yang berisikan informasi dan gambar mengenai koleksi yang ada di Museum Bahari Jakarta. Evaluasi yang di lakukan oleh Museum Bahari Jakarta ialah melakukan evaluasi strategi setiap satu bulan sekali ataupun setelah acara berlangsung. Dalam tahapan mengembangkan digital tourism pada tahun 2018 atau 2019 Museum bahari membuat website yang berisikan informasi mengenai museum dan pada tahun 2020 ketika saat pandemi covid-19, museum bahari mulai menjalankan kembali sosial media seperti Instagram, Facebook, tiktok dan youtube dalam membuat sebuah program maka sebelumnya di lakukan sesuai dengan jobdesk masing-masing, Selain itu juga melalui webinar dan talkshow agar pengunjung tetap dapat berkunjung secara online selain itu dengan adanya digital smart tourism yang diterapkan oleh museum bahari Jakarta di era pariwisata 4.0 dapat menarik wisatawan dari kalangan remaja untuk datang berkunjung. Aktivitas dalam museum memiliki perubahan pradigma dimana museum bukan lagi hanya sebagai tempat koleksi namun juga “tentang sesuatu menjadi untuk seseorang” yang dalam artian museum bukan lagi sebagai tempat untuk memamerkan koleksi langka dan bersejarah namun juga sebagai lembaga

kebudayaan yang melayani masyarakat. (Dalam Magetsari, 2008).

Kegiatan atau program di Museum Bahari Jakarta yakni adanya pameran tetap dan pameran temporer. Dimana wisatawan dapat mengunjungi museum bahari Jakarta pada pukul 09.00 – 15.00 Wib dimana ada program khusus kerajinan tangan yang di buat untuk wisatawan atau pengunjung anak sekolah yakni dengan membuat kapal/perahu dari media : kertas, kayu, plastik. Dan juga seminar serta workshop yang sering di adakan terkait dengan kebaharian di Indonesia dimana program tersebut perlu di tingkatkan kembali agar museum bahari Jakarta dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.

**Analisis Swot**

<p><b>STRENGTH</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjadi cagar budaya dan wisata edukasi.</li> <li>• Menjadi arkeologi sejarah peradaban VOC di Indonesia</li> <li>• Memiliki SDM yang berjiwa muda untuk memasarkan dalam bentuk teknologi digital</li> <li>• Memiliki koleksi barang asli dan replika dari berbagai daerah di Indonesia</li> <li>• Memiliki banyak program dan event dalam digital smart tourism.</li> </ul>
<p><b>WEAKNESS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dalam mengembangkan digital tourism masih terhalang oleh signal</li> <li>• Tidak fokusnya wisatawan atau pengunjung dalam virtual tour ataupun webinar</li> <li>• Jarangnya transportasi umum untuk menuju museum bahari Jakarta (seperti angkot dan bajaj)</li> </ul>

<p><b>OPPORTUNITY</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salah satu museum di Jakarta yang menjadi bukti dalam bidang Kebaharian Indonesia</li> <li>• Menjadi bukti sejarah yang dapat di rasakan hingga saat ini.</li> <li>• Memiliki pengunjung mayoritas anak sekolah</li> <li>• Dapat mengunjungi online atau langsung</li> </ul>
<p><b>THREAT</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyaknya museum di sekitar kawasan Museum Bahari Jakarta</li> <li>• Banyaknya museum yang telah menggunakan digital tourism</li> <li>• Program yang dilakukan hampir sama dengan sejumlah museum</li> <li>• Kawasan wisata alam yang lebih menarik anak-anak muda/remaja.</li> </ul>

**PENUTUP**  
**Kesimpulan**

Identifikasi pengembangan digital smart tourism di Museum Bahari Jakarta menurut studi literatur maupun observasi yang di gunakan dapat dikatakan bahwa Museum Bahari Jakarta hanya memiliki sedikit kendala saja yakni secara umum kendala yang dimiliki hanya signal, selain itu pengembangan digital smart tourism dapat diikuti segala usia dikarenakan kenaikan jumlah pengunjung pada tahun 2022 selama 6 bulan berjumlah 9.041 orang, selain itu program digital yang telah di laksanakan oleh Museum Bahari Jakarta dapat dikatakan berhasil dan membantu pengunjung untuk mendapatkan informasi sesuai dengan *International Council Of Museum (ICOM)*.

### Saran

Selain memiliki daya tarik mengenai sejarah, maka sangat lebih baik apabila museum bahari jakarta memberikan fasilitas seperti rumah makan ataupun kantin untuk para wisatawan yang datang dan juga menyediakan transportasi seperti angkot untuk menuju museum bahari jakarta yang memiliki rute museum fatahillah – museum bahari jakarta, dikarenakan angkutan umum yang lewat hanya bajaj dan angkot dan itu pun sangat jarang serta tarif yang di kenakan dapat dikatakan mahal.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rizki Nurul Nugraha, Liliana Dewi, Nindyaning Purnama, Ayumi Alica Putri (2021). Pengembangan kampung adat Prijing sebagai desa wisata (Rebranding) Desa Tebara, Kabupaten Sumba Barat.
- [2] Fauziah Hanum, Dadang Suganda, Eng. Budi Muljana, Cipta Endyana, Heryadi
- [3] Rachmat (2020). Konsep smart tourism sebagai implementasi digitalisasi di bidang pariwisata.
- [4] Yeni Handayani, Subhan Harie (2021). Museum bahari sebagai media pembelajaran sejarah.
- [5] Ina Heliany (2019). Wonderful digital tourism Indonesia dan peran revolusi industri dalam menghadapi era ekonomi digital 5.0.
- [6] Dinas Kebudayaan Jakarta, Museum Bahari.  
<https://dinaskebudayaan.jakarta.go.id>
- [7] Sheva Aulia, Liliana Dewi (2022) Impact of tourism development in Urug traditional village, Bogor.
- [8] M. Liga Suryadana, Rizki Nurul Nurgraha (2018). Effect of applications of rich media advertisting on purchase decisions (study of travel companies).
- [9] Website Mitra Museum, Museum Bahari Jakarta, 2019.  
<https://www.mitramuseumjakarta.org>
- [10] Prof. Dr. I Gde Pitana, M.Sc (2019). Buku Pengantar Ilmu Pariwisata.
- [11] Anderson, R.H (1987). Pemilihan dan pengembangan media untuk pembelajaran Depikbud, DIKTI. (1983/1984). Modul PSB, Media, perpustakaan dan fasilitas lain. Jakarta: Dikti
- [12] Amrullah, A. (2018) Museum bahari saksi sejarah kejayaan Batavia.
- [13] International Council of Museum (ICOM) (2005). Development of the museum definition according to ICOM statutes (1996-2001)
- [14] Oka A yoeti (1996) Pengantar Ilmu Pariwisata, Bandung : Angkasa.
- [15] Hafidz, Henry. Sejarah Museum Bahari di Jakarta.
- [16] Kusudianto, Hadinoto (1996). Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata. Jakarta: UI-Press.
- [17] Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.
- [18] Digital Marketing DWP (2018).
- [19] I Gede Agus Krisna Warmayana (2018), Pemanfaatan Digital Marketing dalam promosi wisata pada era industri 4.0.
- [20] Kemenparekraf (2021). Strategi Digital Tourism dalam menggaet wisatawan.
- [21] Ade zaenal Mutain (2020) Memahami Gerbang Digital Pariwisata 4.0 dan pustaka Indonesia.
- [22] Pendit, N.S 1990. Ilmu Pariwisata : Sebuah pengantar Perdana. Jakarta : Pradnya Paramita.
- [23] Magetsari Noerhadi (2008) . “Filsafat museologi”.
- [24] Dept. Kebudayaan dan Pariwisata, direktorat jendral sejarah dan purbakala, Direktorat museum. Makalah seminar 100 tahun kebangkitan nasional.
- [25] Pitana, Gde (2009). Pengantar ilmu pariwisata. Yogyakarta : Andi Offset.
- [26] Priyanto (2021). Daya tarik destinasi pariwisata budaya studi kasus museum bahari Jakarta.