



UNIVERSITAS INDONESIA

**MUSEUM DALAM BENAK WARGA JAKARTA
PERSPEKTIF: MOTIVASI MENGUNJUNGI MUSEUM**

TESIS

**FAIKA RAHIMA ZORAIDA
0806479944**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
JAKARTA
JULI 2010**



UNIVERSITAS INDONESIA

**MUSEUM DALAM BENAK WARGA JAKARTA
PERSPEKTIF: MOTIVASI MENGUNJUNGI MUSEUM**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
Manajemen**

**FAIKA RAHIMA ZORAIDA
0806479944**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
KEKHUSUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
JAKARTA
JULI 2010**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Faika Rahima Zoraida

NPM : 0806479944

Tanda Tangan: 

Tanggal : 01 Juli 2010

HALAMAN PENGESAHAN

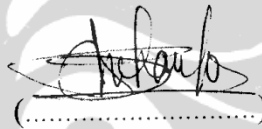
Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Faika Rahima Zoraida
NPM : 0806479944
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : MUSEUM DALAM BENAK WARGA
JAKARTA, PERSPEKTIF: MOTIVASI
MENGUNJUNGI MUSEUM

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

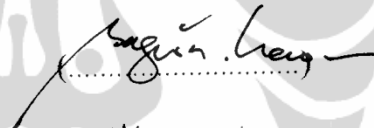
DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Bambang Wiharto



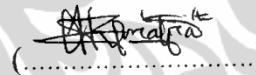
(.....)

Penguji : Bagio N. Karno, MBA



(.....)

Penguji : Dr. Rima Agristina



(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 16 Juli 2010

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen, Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Bambang Wiharto, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini;
2. Prof. Rhenald Kasali, Ph.D, selaku ketua program Magister Manajemen FE-UI;
3. Dr. Temgku Ezni Balqiah, selaku sekretaris program Magister Manajemen FE-UI;
4. Bp. Bagio N. Karno, MBA dan Dr. Rima Agristina, selaku penguji atas saran untuk perbaikan tesis ini;
5. Ibu Dewi dari Direktorat Museum Departemen Kebudayaan & Pariwisata, atas bantuan dan kemudahan yang diberikan dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penyusunan tesis ini;
6. Pihak Museum Nasional, atas kemudahan yang diberikan dalam pengumpulan data untuk tesis ini;
7. Kedua orang tua dan keluarga besar, yang telah memberikan dukungan moral dan material;
8. Rekan-rekan D082 MMUI, atas kebersamaan dan dukungan semasa studi dan penyusunan tesis.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, Juli 2010
Faika Rahima Zoraida



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faika Rahima Zoraida
NPM : 0806479944
Program Studi : Magister Manajemen
Departemen : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

MUSEUM DALAM BENAK WARGA JAKARTA, PERSPEKTIF: MOTIVASI MENGUNJUNGI MUSEUM

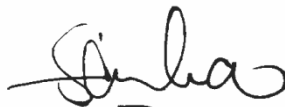
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas karya akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 01 Juli 2010

Yang menyatakan



(Faika Rahima Zoraida)

ABSTRAK

Nama : Faika Rahima Zoraida
Program Studi : Magister Manajemen
Judul MUSEUM DALAM BENAK WARGA JAKARTA
PERSPEKTIF: MOTIVASI MENGUNJUNGI MUSEUM

Museum merupakan salah satu tujuan wisata terutama untuk urban tourism. Sehubungan dengan program Gerakan Nasional Cinta Museum oleh pemerintah yang dapat digolongkan sebagai *social marketing*, menarik untuk diketahui motivasi pengunjung museum. Sampel adalah pengunjung Museum Nasional, Jakarta yang berdomisili di Jakarta. Pemilihan 60 orang responden dilakukan dengan *judgemental sampling*. Kuesioner dalam survey menggunakan pernyataan tertutup yang diukur menggunakan skala Likert. Diketahui bahwa motivasi mengunjungi museum dapat dijelaskan oleh tiga motivasi utama: “mempelajari sesuatu”; “memperkaya hidup”; dan “rileks”, dengan *factor loading* tertinggi “mempelajari sesuatu dari masa lalu” untuk motivasi utama “mempelajari sesuatu”; “mengagumi hasil karya orang lain” untuk motivasi “memperkaya hidup”; dan “mengisi waktu luang” untuk “rileks”. Tidak ditemukan perbedaan motivasi yang signifikan terutama antar kelompok umur dan jenis kelamin. Jenis pekerjaan ibu rumah tangga memiliki perbedaan yang signifikan untuk beberapa motivasi yang mengukur “mempelajari sesuatu”.

Kata kunci: museum, motivasi, *social marketing*

ABSTRACT

Name : Faika Rahima Zoraida
Study Program: Magister Management
Title MUSEUM IN THE MINDS OF JAKARTA
MOTIVATION TO VISIT PERSPECTIVE

Museums are one of many attractions a city has to offer, especially from urban tourism perspective. In sync with the government's social marketing effort *Gerakan Nasional Cinta Museum*, it is important to know what motivates a visit to the museum. Sample is Jakartans who visit of Museum Nasional, Jakarta. Judgemental sampling is used to choose 60 respondents. Questionnaire used close-ended questions which are measured using Likert scale. It is found that motivation to visit can be explained by three main motives: "to learn something"; "to enrich life"; and "to relax", with the highest factor loading from "to learn something about the backgrounds"; "to be astonished about what others can make"; and "to have a day out" for each main motives respectively. There is no significant mean difference of motivation between age groups and gender. Housewives score significant difference for several items that measure "to learn something".

Keywords: museum, motivation, social marketing

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH | vi |
| ABSTRAK | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| | |
| 1. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4 Sistematika Penelitian | 5 |
| | |
| 2. TINJAUAN PUSTAKA | 6 |
| 2.1 Pariwisata | 6 |
| 2.1.1 Pengertian Pariwisata | 6 |
| 2.1.2 <i>Tourist</i> (Wisatawan) | 6 |
| 2.1.3 <i>Tourism Destination</i> | 6 |
| 2.1.4 <i>Urban Tourism</i> | 7 |
| 2.1.5 Museum | 8 |
| 2.2 Perilaku Konsumen | 10 |
| 2.2.1 Motivasi | 10 |
| 2.2.2 Motivasi & Museum | 12 |
| 2.3 <i>Social Marketing</i> | 12 |
| 2.3.1 Pengertian <i>Social Marketing</i> | 12 |
| 2.3.2 <i>Social Product</i> | 13 |
| 2.3.3 Proses Manajemen <i>Social Marketing</i> | 14 |
| 2.4 Gerakan Nasional Cinta Museum | 15 |
| | |
| 3. MOTIVASI MENGUNJUNGI MUSEUM | 18 |
| 3.1 Penelitian Sebelumnya | 18 |
| 3.2 Faktor yang Memotivasi Kunjungan ke Museum | 19 |
| | |
| 4. METODE PENELITIAN | 24 |
| 4.1 Desain Penelitian | 24 |
| 4.2 Objek dan Lokasi Penelitian | 24 |
| 4.3 Metode Pengambilan Sampel | 24 |
| 4.3.1 Populasi | 24 |
| 4.3.2 Sampel | 24 |
| 4.4 Metode Pengumpulan Data | 25 |

| | |
|---|----|
| 4.5 Desain Kuesioner | 25 |
| 4.6 Teknik Analisis Data | 26 |
| 4.6.1 <i>Factor Analysis</i> | 26 |
| 4.6.2 <i>Analysis of Variance (ANOVA)</i> | 28 |
| 4.7 <i>Pre-Test</i> Kuesioner | 30 |
| 4.7.1 <i>Pre-Test I: Tes Frekuensi</i> | 31 |
| 4.7.2 <i>Pre-Test II: Confirmatory Factor Analysis</i> | 32 |
| 4.8 Definisi Operasional | 39 |
| | |
| 5. ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 41 |
| 5.1 Karakteristik Umum Responden | 41 |
| 5.1.1 Kelompok Umur | 41 |
| 5.1.2 Jenis Kelamin | 42 |
| 5.1.3 Jenis Pekerjaan | 43 |
| 5.2 Pendapat Umum Responden Tentang Museum | 43 |
| 5.3 Analisis Faktor: Motivasi Mengunjungi Museum | 46 |
| 5.3.1 Hasil <i>Factor Analysis</i> Motivasi “Mempelajari Sesuatu” | 46 |
| 5.3.2 Hasil <i>Factor Analysis</i> Motivasi “Memperkaya Hidup” | 48 |
| 5.3.3 Hasil <i>Factor Analysis</i> Motivasi “Rileks” | 49 |
| 5.4 Analisis Hasil <i>Compare Means</i> (ANOVA) | 51 |
| 5.4.1 <i>Compare Means</i> Kelompok Umur | 51 |
| 5.4.2 <i>Compare Means</i> Jenis Kelamin | 55 |
| 5.4.3 <i>Compare Means</i> Jenis Pekerjaan | 57 |
| 5.5 Implikasi Manajerial | 63 |
| | |
| 6. KESIMPULAN & SARAN | 70 |
| 6.1 Kesimpulan | 70 |
| 6.2 Saran | 70 |
| | |
| DAFTAR REFERENSI | 72 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabel 1.1 | Jumlah Pengunjung Tahun 2006-2008 Beberapa Museum Jakarta | 3 |
| Tabel 3.1 | Motivasi Dari Penelitian Jansen-Verbeke & van Rekom (1996).. | 20 |
| Tabel 4.1 | Pernyataan Hasil Tes Frekuensi | 31 |
| Tabel 4.2 | Ringkasan Hasil <i>Pre-Test</i> Motivasi “Mempelajari Sesuatu” | 33 |
| Tabel 4.3 | Ringkasan Hasil <i>Pre-Test</i> Motivasi “Memperkaya Hidup” | 35 |
| Tabel 4.4 | Ringkasan Hasil Uji Ulang Motivasi “Memperkaya Hidup” | 36 |
| Tabel 4.5 | Ringkasan Hasil <i>Pre-Test</i> Motivasi “Rileks” | 37 |
| Tabel 4.6 | Ringkasan Hasil Uji Ulang Motivasi “Rileks” | 38 |
| Tabel 4.7 | Definisi Operasional | 40 |
| Tabel 5.1 | Karakteristik Umum Pengunjung Museum Nasional | 41 |
| Tabel 5.2 | Ringkasan <i>Factor Analysis</i> “Mempelajari Sesuatu” | 47 |
| Tabel 5.3 | Ringkasan <i>Factor Analysis</i> “Memperkaya Hidup” | 48 |
| Tabel 5.4 | Ringkasan <i>Factor Analysis</i> “Rileks” | 50 |
| Tabel 5.5 | Ringkasan Nilai <i>Means</i> & ANOVA Berdasarkan Kelompok Umur | 52 |
| Tabel 5.6 | Ringkasan Nilai <i>Compare Means</i> Berdasarkan Kelompok Umur | 54 |
| Tabel 5.7 | Ringkasan Nilai <i>Means</i> & ANOVA Berdasarkan Jenis Kelamin | 56 |
| Tabel 5.8 | Ringkasan ANOVA Berdasarkan Jenis Pekerjaan | 57 |
| Tabel 5.9 | Ringkasan Nilai <i>Compare Means</i> Berdasarkan Jenis Pekerjaan .. | 58 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|---|----|
| Gambar 2.1 | Proses Manajemen <i>Social Marketing</i> | 14 |
| Gambar 3.1 | <i>Hierarchical Value Map</i> | 21 |
| Gambar 5.1 | Kunjungan Terakhir Responden ke Museum | 44 |
| Gambar 5.2 | Museum Merupakan Tempat Menarik | 45 |
| Gambar 5.3 | Tertarik Mengunjungi Museum di Kota Tempat Bermukim | 45 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|------------|--|----|
| Lampiran 1 | Kuesioner Tes Frekuensi | 74 |
| Lampiran 2 | Kuesioner <i>Pre-Test</i> | 76 |
| Lampiran 3 | Kuesioner Survey | 79 |
| Lampiran 4 | Hasil Output Pengolahan Data SPSS <i>Pre-Test</i> | 82 |
| Lampiran 5 | Hasil Output Pengolahan Data SPSS <i>Factor Analysis</i> | 91 |
| Lampiran 6 | Hasil Output Pengolahan Data SPSS <i>Compare Means</i> | 97 |

