

Museum Gastronomi Indonesia Virtual Sebagai Destinasi Wisata Edukasi, Sejarah dan Hiburan

Wisnu Riyanto^{1*}, Myrza Rahmanita², Saptarining Wulan³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, Indonesia
*riyantowisnu@gmail.com

Article Info

Submitted, 19 September 2023
Revised, 29 March 2023
Accepted, 1 April 2023

Keywords:

Gastronomy museum
Virtual museum
Gastronomy museum dimensions

Kata Kunci:

Museum gastronomi
Museum virtual
Dimensi museum gastronomi

ABSTRACT

Gastronomy museums have three dimensions that must be fulfilled and become the values sought by museum visitors as tourist attractions, namely the dimensions of education, history, and entertainment. The Virtual Indonesian Gastronomy Museum (MGI Virtual) is a gastronomic museum in Indonesia which has been opened to the public in 2021. This research aims to analyze the potential of MGI Virtual as an educational, historical and entertainment tour according to the dimensions of a gastronomic museum. This research is classified as a descriptive quantitative research with data taken from 80 respondents who are MGI Virtual visitors with domiciles in DKI Jakarta. The results of the study stated that visitors enjoyed MGI Virtual more as an educational and historical tour, while the rating for entertainment tourism was still relatively low. To increase the entertainment dimension in MGI Virtual, it can be done by developing technology and features that are more interactive and attract visitors so that they get a pleasant and memorable visiting experience.

ABSTRAK

Museum gastronomi memiliki tiga dimensi yang harus terpenuhi dan menjadi nilai yang dicari oleh pengunjung museum sebagai tempat wisata yaitu dimensi edukasi, sejarah, dan hiburan. Museum Gastronomi Indonesia Virtual (MGI Virtual) merupakan museum gastronomi di Indonesia yang telah dibuka untuk umum pada tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi MGI Virtual sebagai wisata edukasi, sejarah, dan hiburan sesuai dengan dimensi museum gastronomi. Penelitian ini tergolong dalam penelitian kuantitatif deskriptif dengan data yang diambil dari responden berjumlah 80 orang yang merupakan pengunjung MGI Virtual dengan domisili di DKI Jakarta. Hasil penelitian menyatakan bahwa pengunjung lebih menikmati MGI Virtual sebagai wisata edukasi dan sejarah, sedangkan penilaian untuk wisata hiburan masih tergolong rendah. Untuk meningkatkan dimensi hiburan pada MGI Virtual dapat dilakukan dengan mengembangkan teknologi dan fitur yang lebih interaktif dan menarik pengunjung sehingga mendapatkan pengalaman berkunjung yang menyenangkan dan berkesan.

D.O.I :
<https://doi.org/10.17509/jithor.v6i1.50689>

PENDAHULUAN

Kekayaan gastronomi Indonesia sangatlah luar biasa. Jumlah makanan tradisional Indonesia yang sudah berhasil tercatat sampai saat ini mencapai 3.190 macam. Kekayaan alam dan budaya di Indonesia juga menghasilkan beragam penggunaan bahan pangan, cara pengolahan, cara penyajian, cara dan kebiasaan makan, aneka peralatan masak, hingga filosofi dari hidangan yang ada di setiap daerah. Hal ini tentunya perlu untuk dilestarikan serta diperkenalkan kepada generasi penerus bangsa agar keberadaannya dapat terjaga. Salah satu cara untuk mempercepat pemahaman anak bangsa terhadap martabat bangsa dan negaranya sekaligus menunjukkan keunggulan gastronomi Indonesia baik kepada wisatawan lokal dan mancanegara maka perlu dibangun museum gastronomi Indonesia yang representatif mencerminkan kekayaan gastronomi Indonesia yang direncanakan secara cermat dari aspek historis, edukatif, dan implementatif dalam waktu yang tidak terlalu lama ([Gardjito, 2021](#)).

Museum gastronomi merupakan museum yang berfokus pada pelestarian kekayaan gastronomi suatu wilayah atau negara. Beberapa contoh museum gastronomi yang ada di dunia adalah *Wonderfood Museum* di Malaysia, *Dutch Cheese Museum* di Belanda, *Shin Yokohama Ramen Museum* di Jepang, dan *Tteok Museum* di Korea. Semua museum gastronomi tersebut dibuat dalam bentuk fisik dan dapat dikunjungi secara langsung oleh pengunjung lokal dan internasional. Museum menjadi salah satu destinasi wisata bagi masyarakat karena memberikan pengalaman serta pembelajaran. Hal tersebut sejalan dengan dimensi dari museum gastronomi yang dijadikan sebagai wisata edukasi, sejarah, dan hiburan ([Akyürek & Erdem, 2019](#)).

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia dari mulai tahun 2019 hingga saat

ini masih memberikan dampak bagi setiap aspek kehidupan masyarakat. Selama tiga tahun ke belakang, pemerintah Indonesia sudah menerapkan beberapa kegiatan terkait pembatasan aktivitas sosial. Kebijakan pertama adalah Pembatasan Sosial Berskala besar atau PSBB yang diatur dalam Peraturan Pemerintah RI Nomor 21 Tahun 2020 yang berlaku mulai bulan Maret 2020. Kebijakan tersebut menekankan pada peliburan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, dan pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum. Kebijakan selanjutnya adalah Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang terbagi menjadi 4 (empat) level di wilayah Jawa dan Bali sesuai dengan Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 27 Tahun 2021. Kebijakan-kebijakan tersebut mengharuskan masyarakat untuk beraktifitas dari rumah baik untuk keperluan pekerjaan, pendidikan, bahkan hiburan.

Pemberlakuan kebijakan pemerintah terkait pembatasan aktivitas sosial tersebut menjadikan masyarakat mulai terbiasa dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu dampak positif dari adanya pandemi ini adalah mempercepat proses digitalisasi pada beragam aspek kehidupan masyarakat sebagaimana yang sudah dirasakan saat ini dan akan memiliki efek yang lama hingga masa yang akan datang ([Petrescu-Mag et al., 2020](#)). Kegiatan masyarakat mulai bergeser dengan bergantung pada gawai elektronik serta koneksi internet sebagai sarana aktivitas sehari-hari. Beberapa contoh perubahan tersebut adalah munculnya kegiatan *work from home* atau bekerja dari rumah, pembelajaran dan sekolah daring, serta kegiatan hiburan atau wisata yang dilakukan secara daring. Tidak bisa dipungkiri, hiburan dan berwisata merupakan salah satu kebutuhan manusia yang perlu dipenuhi. Perlu dilakukan

penjajakan dari pemanfaatan teknologi untuk membuka kembali industri pariwisata di Indonesia (Anele, 2021). Oleh karena itu, para pegiat hiburan dan wisata mulai memanfaatkan kemajuan teknologi dengan membuat berbagai kegiatan secara virtual atau daring seperti *virtual concert* dan *virtual tour*.

Berdasarkan urgensi dan kondisi yang terjadi pada saat itu, *Indonesian Gastronomy Community* (IGC) yang merupakan sebuah organisasi pecinta dan pegiat gastronomi Indonesia meluncurkan sebuah alternatif wisata dengan memanfaatkan digitalisasi dan kemajuan teknologi informasi yaitu Museum Gastronomi Indonesia Virtual (MGI Virtual) pada tanggal 17 Juni 2021. Museum virtual ini dapat dikunjungi secara gratis oleh masyarakat dengan mengunjungi situs *museumgastronomi.id* melalui beragam gawai seperti komputer, *laptop*, *tablet*, dan telepon genggam yang terhubung dengan koneksi internet. Museum virtual menjadi salah satu media atau saluran komunikasi yang digunakan untuk memperkenalkan dan menyebarluaskan warisan budaya melalui teknologi informasi dan komunikasi (Besoain et al., 2021).

Museum Gastronomi Indonesia Virtual yang dapat diakses dengan memanfaatkan koneksi internet seharusnya dapat menjangkau pengunjung secara lebih luas. Hal ini berlandaskan pada data pengguna internet di Indonesia yang berjumlah 210.026.769 dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 272.682.600 jiwa pada tahun 2021. Jumlah pengguna internet Indonesia yang tergolong tinggi, nyatanya tidak berbanding lurus dengan jumlah pengunjung Museum Gastronomi Indonesia Virtual. Berdasarkan data yang didapatkan melalui halaman *web* untuk mengenai jumlah pengunjung suatu situs (*website*) yaitu *statshow.com*, diketahui bahwa jumlah pengunjung Museum

Gastronomi Indonesia Virtual dalam satu bulan adalah 30 pengunjung, sedangkan dalam satu tahun sebesar 365 pengunjung.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa MGI Virtual belum diketahui dan dikunjungi oleh masyarakat secara luas padahal museum ini telah dibuka secara gratis untuk umum. Melalui pengkajian potensi MGI Virtual sebagai wisata edukasi, sejarah, dan hiburan sebagaimana dimensi museum gastronomi, penelitian ini dapat berkontribusi khususnya bagi pengembang MGI Virtual untuk menyempurnakan konten dan fitur yang ada di dalam MGI Virtual sehingga dapat memenuhi kebutuhan dari pengunjung. Manfaat lain dari hasil penelitian ini adalah untuk memperkaya kajian terkait dimensi museum gastronomi yang berbentuk virtual sebagai wisata edukasi, sejarah, dan hiburan di Indonesia sebagai referensi dari penelitian di masa yang akan datang.

TINJAUAN PUSTAKA

Gastronomi Indonesia

Gastronomi memandang setiap makanan merupakan sebuah identitas dari suatu etnis, daerah, bahkan identitas nasional yang dapat dipengaruhi oleh faktor internal seperti kondisi alam, budaya, kebiasaan, dan kepercayaan yang ada di suatu daerah dan faktor eksternal seperti pengaruh daerah sekitar dan pengaruh asing (Henderson, 2014). Melalui makanan kita dapat mempelajari sejarah dan kebudayaan yang ada di suatu daerah, karena setiap makanan memiliki cerita dan filosofi tersendiri. Pelaksanaan gastronomi juga memiliki tujuan untuk memastikan manusia dapat menikmati makanan dengan tetap memperhatikan aspek lainnya (Sormaz & Güneş, 2016). Terdapat ciri-ciri atau komponen gastronomi yaitu sejarah, budaya, lansekap geografis, dan metode memasak.

Indonesia merupakan negara dengan sumber daya ayam, suku, dan budaya yang sangat kaya, tersebar dari sabang sampai Merauke. Kekayaan tersebut pada akhirnya membentuk sebuah khasanah gastronomi Indonesia yang sangat beragam. Gastronomi Indonesia dibentuk oleh tiga aspek penting yaitu makanan, budaya, dan sejarah atau yang dikenal sebagai segitiga gastronomi Indonesia (Datau, 2017).



Gambar 1. Segitiga Gastronomi Indonesia
Sumber: Datau, 2017

Museum Gastronomi

Museum makanan didedikasikan untuk melestarikan dan memperkenalkan sejarah, budaya, dan evolusi dari makanan manusia (SER, 2020). Museum gastronomi merupakan tempat dimana budaya mengenai makanan (kuliner) digambarkan melalui presentasi visual, ekspresi tertulis dan narasi lisan, memamerkan dan mempertahankan teknik memasak tradisional dan peralatan dapur yang digunakan di masa lalu (Akyürek & Erdem, 2019). Museum gastronomi juga menjadi tempat untuk melindungi budaya kuliner suatu daerah, memberikan informasi mengenai budaya kuliner, dan menyampaikan budaya masakan daerah tersebut dengan cara terbaik. Tujuan dari adanya museum gastronomi juga sebagai cara melindungi dan mempertahankan kebiasaan makan serta budaya kuliner suatu daerah sehingga generasi sekarang dapat mempelajari, memahami, dan meneruskan budaya kehidupan masyarakat

di masa lalu (Sormaz & Güneş, 2016).

Berdasarkan definisi serta tujuan dari museum gastronomi, dapat diidentifikasi dimensi dari museum yang dapat mempengaruhi nilai atau *value* dari museum gastronomi serta pengalaman yang dicari oleh pengunjung ketika mengunjungi museum gastronomi (Akyürek & Erdem, 2019), diantaranya adalah:

1) Edukasi

Salah satu tujuan dasar dari museum adalah untuk mendidik, karena hanya museumlah yang memiliki kapasitas dan kemampuan untuk menyampaikan pendidikan berbasis kebudayaan secara efektif karena memiliki alat dan bahan berupa koleksinya.

Museum gastronomi harus memberikan pengetahuan seputar gastronomi, yang dibahas dari beragam sudut pandang seperti ilmu sosial, arkeologi, etnografi, sejarah, seni, geografi, ilmu pangan, dan gizi dengan kuliner atau makanan sebagai pusatnya (Akyürek & Erdem, 2019).

Museum gastronomi juga perlu memfasilitasi proses pembelajaran yang menyenangkan dan bermanfaat dengan cara menciptakan interaksi antara perspektif budaya dengan identitas atau jati diri pengunjung.

Pembelajaran yang dilakukan oleh pengunjung museum menitikberatkan pada prosesnya, bukan produk akhirnya (Falk, 2022). Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan lima proposisi terkait sifat pembelajaran di museum yaitu belajar untuk bersenang-senang, secara tidak sadar masuk dalam proses pembelajaran, memiliki daya tarik untuk banyak indera manusia atau multisensori (audio, visual, serta audio dan visual), serta mendapat pengalaman yang informatif.

2) Sejarah

Museum sebagai tempat

memamerkan objek-objek nyata (*tangible*) dan tidak nyata (*intangible*) yang bersejarah memiliki fungsi penting untuk manusia, salah satunya adalah sebagai media pelestarian dan pengenalan sejarah peradaban manusia. Museum gastronomi mampu memberikan gambaran mengenai budaya makan serta makanan yang ada pada masa lalu dengan masa sekarang, dan potensi pengembangan makanan di masa yang akan datang.

Melalui beragam koleksinya, museum mampu mencerminkan perubahan dari nilai-nilai budaya tradisional dan sejarah yang mampu mempertahankan identitas nasional, regional, dan lokal. Secara keseluruhan koleksi dari museum merupakan sumber daya unik yang menggambarkan perubahan dan kesinambungan dalam sejarah perkembangan suatu negara, pencapaian dan kemajuannya, serta tantangan yang telah dihadapinya secara internal dan eksternal selama negara tersebut ada. Museum gastronomi dapat menjadi sarana untuk memperlihatkan kearifan lokal yang ada di suatu daerah serta perkembangannya seperti aneka peralatan dan teknik memasak yang menghasilkan beragam jenis makanan dengan kekayaan makna dan filosofi di baliknya.

3) Hiburan

Museum menjadi salah satu atraksi bagi wisatawan yang mencari informasi mengenai budaya suatu kota. Museum yang awalnya menjadi lokasi untuk belajar dan pelestarian budaya, sekarang telah berkembang dan terkait erat dengan perdagangan dan hiburan (Van Aalst & Boogaarts, 2002). Penyusunan objek museum saat ini berkembang dengan menggunakan media elektronik dan lingkungan buatan yang berusaha menciptakan dunia lain

dalam ruang pameran (Ben-Amos, 2015).

Hiburan merupakan konstruksi multifaset yang mencakup dua dimensi berbeda dari museum, yaitu dari sisi emosional yang terkait dengan kenikmatan mengunjungi museum, dan sisi dampak bagi pengunjung terkait dengan memperoleh pengetahuan baru (*enjoyment and knowledge*) (Agostino & Arnaboldi, 2021).

Museum gastronomi mampu memberikan pengalaman dan pengetahuan tentang gastronomi melalui seni visual, ekspresi tertulis, narasi lisan, kerajinan tangan, dan lainnya sehingga menjadi sebuah hiburan tersendiri bagi pengunjungnya (Akyürek & Erdem, 2019). Untuk dapat memenuhi dimensi hiburan atau bahkan *edutainment* (*education* dan *entertainment*) bagi museum, teknologi digital menjadi solusi yang mampu menarik pengunjung baru (Agostino & Arnaboldi, 2021).

Museum Virtual

Munculnya museum virtual menjadi salah satu bukti berkembangnya budaya dalam bidang pendidikan dan pariwisata, karena museum virtual menyediakan akses bagi pengunjung museum untuk menikmati konten sejarah dan budaya yang mereka tawarkan (Besoain et al., 2021). Museum telah melampaui batas yang semula menggunakan bangunan fisik menjadi menggunakan perangkat sebagai wadah kegiatannya sekarang mulai menggunakan perangkat digital dan beradaptasi dengan realitas masyarakat kontemporer saat ini.

The Learning Museum Network Project pada tahun 2012 menyatakan museum virtual sebagai dimensi yang menawarkan tempat dan pengalaman yang lebih dari sekedar arsitektur dan koleksi museum. Pendapat lain mendeskripsikan

museum virtual sebagai kesatuan digital yang mengacu pada karakteristik museum, untuk melengkapi, meningkatkan, atau menambahkan pengalaman museum melalui personalisasi, interaktivitas, dan kekayaan konten museum.

Terdapat tujuh dimensi yang digunakan sebagai acuan dalam menilai museum virtual yaitu Sikap terhadap museum, telepresensi, keterlibatan, minat terhadap seni, ketertarikan terhadap teknologi aru, frekuensi kunjungan museum, dan penggunaan internet dan interaksi virtual. (Katz & Halpern, 2015).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian analisis deskriptif yang menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui penilaian pengunjung MGI Virtual terhadap tiga dimensi dari museum gastronomi. Penelitian ini berlangsung sejak bulan September 2021 hingga Agustus 2022 dan dilaksanakan di DKI Jakarta yang menjadi lokasi dari organisasi pembuat MGI Virtual yaitu *Indonesian Gastronomy Community* (IGC).

Populasi penelitian ini adalah pengunjung MGI Virtual yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Sampel penelitian ditentukan dengan teknik *purposive sampling* dengan mempertimbangkan hal-hal tertentu. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* yang berarti memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus slovin, yang menghasilkan jumlah sampel sebesar 79 yang dibulatkan menjadi 80 orang yang merupakan pengunjung MGI Virtual.

Teknik pengambilan data yang digunakan antara lain adalah studi literatur dan penggunaan kuesioner yang berisi identitas responden dan pernyataan terkait

objek penelitian. Kuesioner dibuat sesuai dengan variabel dan indikator yang diteliti.

Metode analisis data yang dilakukan adalah analisis deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan serta menganalisis suatu statistik hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang digeneralisasi. Data penelitian yang berupa angka akan dideskripsikan dan dijelaskan mengenai *mean*, *median*, *modus*. Tahapan dari analisis deskriptif pada penelitian ini adalah:

1) Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan teknik analisis *korelasi product moment* dengan menggunakan program SPSS versi 26 dan uji reliabilitas diukur dengan menggunakan koefisien alfa atau *Cronbach's Alpha*. Nilai Cronbach Alpha yang dihasilkan dari uji realibilitas menggunakan SPSS versi 26 adalah 0.949.

2) Pengelompokan Responden Penilaian

Pengelompokan penilaian responden bertujuan untuk mengetahui makna atau nilai dari masing-masing hasil perhitungan nilai rata-rata setiap item kuesioner yang diisi oleh responden apakah bermakna sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, atau sangat tidak setuju.

Rentang nilai ditentukan melalui pengurangan nilai tertinggi yaitu 5 dengan nilai terendah yaitu 1, sehingga didapatkan nilai rentang 4. Kriteria penilaian yang digunakan terdiri dari 5 kotak atau *five box method*, maka jumlah kategorinya adalah 5. Panjang kelas ditentukan dengan membagi jumlah kategori yaitu 5 dengan rentang nilai yaitu 4, sehingga didapatkan nilai panjang kelas yaitu 0,8.

Tabel 1. Kategorisasi Rata-Rata Penilaian Responden

Rata-Rata Skor	Kriteria
5,00 – 4,21	Sangat Baik (SB)
4,20 – 3,41	Baik (B)
3,40 – 2,61	Cukup/Netral (C/N)
2,60 – 1,81	Tidak Baik (TB)
1,80 – 1,00	Sangat Tidak Baik (STB)

Sumber: Olah Data Penulis 2018

3) Interpretasi dan Dekriptif Data

Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk mengumpulkan berbagai macam data yang kemudian akan disajikan ke dalam bentuk yang lebih sistematis dan mudah dipahami. Data yang diinterpretasikan berupa nilai rata-rata atau mean dari setiap item pernyataan yang sudah dinilai oleh responden yang kemudian dimasukan ke dalam kategori yang sudah ditentukan sesuai dengan karakteristik data sehingga dapat ditarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Museum Gastronomi Indonesia Virtual

MGI Virtual merupakan museum gastronomi pertama di Indonesia yang hadir dalam bentuk virtual. Museum ini dapat dikunjungi melalui halaman web pada www.museumgastronomi.id secara gratis. Museum ini dibuat oleh *Indonesian Gastronomy Community* (IGC) yang bekerjasama dengan PT. Siji Solusi Digital sebagai pengembang dari teknologi dan tata pamer yang digunakan pada museum virtual ini.



Gambar 2. Halaman Depan MGI Virtual

Sumber: www.museumgastronomi.id

MGI Virtual direncanakan akan membuka tujuh zona yang terdiri dari

Beranda, Tumpeng Sebagai Makanan Pelambang, Rempah dan Bumbu, Ragam Makanan dan Minuman Nusantara, Dapur Pawon, *E-Library*, serta Laut dan Makanan Masa Depan Indonesia. Ketujuh zona ini merupakan hasil kajian dan diskusi yang dilakukan oleh tim riset dan konten dari Museum Gastronomi Indonesia atau disebut sebagai Dewan Pakar yang memiliki latar belakang keilmuan yang beragam dari mulai akademisi bidang kuliner dan gastronomi, gizi, sejarah, antropologi, teknologi pangan, hubungan internasional, hingga praktisi kuliner.

Hingga saat ini, MGI Virtual baru membuka dua dari tujuh zona yang sudah direncanakan yaitu zona Beranda dan Tumpeng Sebagai Makanan pelambang. Pada zona Beranda, terdapat pengantar dan penjelasan seputar MGI Virtual yang disampaikan oleh ketua dari IGC yaitu Ria Musiawan. Terdapat juga video pengantar yang disampaikan oleh Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito mengenai Indonesia sebagai dapur gastronomi dunia.



Gambar 3. Tampilan Zona Beranda Pada MGI Virtual

Sumber: www.museumgastronomi.id

Zona kedua yang sudah dibuka adalah Tumpeng Sebagai Makanan Pelambang. Pada zona ini terdapat informasi seputar Tumpeng secara umum serta cara menikmati tumpeng dimana cara yang benar pada saat menikmati tumpeng adalah dengan cara mengeruk dari bagian bawah, bukan memotong bagian puncak. Hal ini karena puncak tumpeng merupakan sebuah simbol dari posisi Tuhan Yang Maha Esa, sehingga apabila kita

memotong bagian atas tumpeng maka kita telah memutus hubungan antara manusia yang disimbolkan oleh bagian dasar tumpeng dengan Tuhan yang disimbolkan pada bagian puncak tumpeng.



Gambar 4. Tampilan Konten Makna dan Filosofi Tumpeng Pada MGI Virtual
Sumber: www.museumgastronomi.id

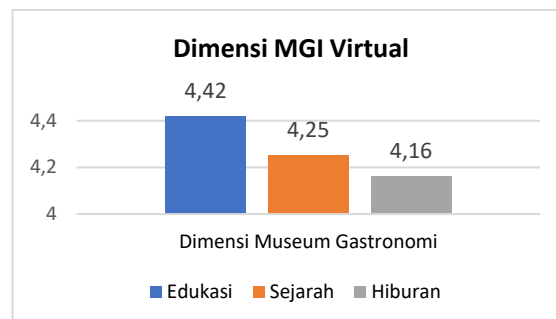
Informasi selanjutnya terdapat infografis tentang menu-menu yang ada pada tumpeng, serta aneka jenis tumpeng yang digunakan dalam beragam kesempatan dengan makna yang berbeda-beda seperti Tumpeng Megana sebagai simbol rasa syukur atas keselamatan, Tumpeng Punar sebagai simbol kemakmuran dan kekayaan, dan Tumpeng Pungkur yang disajikan ketika ada seseorang yang meninggal sebagai simbol perpisahan dan rasa ikhlas.



Gambar 5. Tampilan Zona Tumpeng Sebagai Makanan Pelambang Pada MGI Virtual

Sumber: www.museumgastronomi.id

Berdasarkan tabel perbandingan hasil penilaian dari tiga dimensi museum gastronomi pada MGI Virtual dapat dilihat bahwa dimensi hiburan merupakan dimensi dengan nilai terendah.



Gambar 6. Perbandingan Hasil Penilaian Dimensi MGI Virtual

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2022

Dimensi Edukasi Pada MGI Virtual

Dimensi edukasi pada museum gastronomi merujuk pada merujuk pada beberapa hal seperti memberikan informasi baru terhadap pengunjung, memberikan pengalaman belajar yang multisensori dengan meng-gabungkan pembelajaran audio dan visual, menumbuhkan rasa ingin tahu dan keinginan untuk belajar, serta memberikan pengalaman belajar yang menyenangkan. Berikut adalah hasil penilaian pengunjung MGI Virtual terkait dimensi edukasi:

Tabel 2. Hasil Penilaian Dimensi Edukasi

No	Indikator	Mean	Ket.
1	Mendapat informasi baru terkait gastronomi Indonesia setelah mengunjungi MGI Virtual	4,66	SB
2	Mengunjungi MGI Virtual untuk mempelajari gastronomi Indonesia	4,31	SB
3	Mendapat pengalaman belajar yang menyenangkan	4,44	SB
4	Mengunjungi MGI Virtual untuk mendapat pembelajaran multisensori (audio, visual, serta audio dan visual)	4,45	SB
5	Keinginan mempelajari gastronomi Indonesia lebih lanjut setelah mengunjungi MGI Virtual	4,33	SB
6	Keinginan mengunjungi kembali MGI Virtual untuk mempelajari gastronomi Indonesia lebih lanjut	4,36	SB

Sumber: Hasil Olahan penulis 2022

Secara keseluruhan, penilaian untuk dimensi edukasi pada MGI Virtual masuk dalam kategori sangat baik. Hal tersebut merujuk pada konsep pembelajaran pada museum yang lebih menekankan kepada proses pembelajaran yang fleksibel dan menyenangkan.

Museum virtual menggunakan pendekatan teknologi sebagai sumber pembelajarannya (Besoin et al., 2021). Hal tersebut terlihat pada konten yang dipamerkan pada MGI Virtual yang berupa infografis dengan menggunakan gambar dan tulisan, video, audio, dan juga gabungan dari audio dan visual. Penggunaan beragam media tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pembelajaran pada museum virtual memiliki keunggulan berupa penyediaan informasi yang lebih kaya melalui beragam media seperti tulisan, gambar, suara, dan video secara lebih efektif, waktu pembelajaran yang lebih fleksibel, dan penggunaan metode pembelajaran yang *student centric* (Hans & Crasta, 2019).

Dimensi Sejarah Pada MGI Virtual

Kriteria dari dimensi sejarah pada MGI Virtual sebagai museum gastronomi adalah sebagai tempat untuk melindungi budaya kuliner, memberikan informasi, dan menyampaikan budaya serta sejarah dari kekayaan kuliner suatu daerah dengan cara terbaik (Akyürek & Erdem, 2019). MGI Virtual pada saat ini menampilkan konten berupa potensi Indonesia sebagai dapur gastronomi dunia serta informasi terkait tumpeng sebagai salah satu hidangan dengan sarat akan makna dan filosofi. Hasil penilaian pengunjung MGI Virtual terkait dimensi sejarah adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Penilaian Dimensi Sejarah

No	Indikator	Mean	Ket.
1	Mendapat informasi mengenai sejarah terkait gastronomi Indonesia mengunjungi MGI Virtual	4,33	SB
2	Mendapat informasi mengenai budaya Indonesia melalui konten yang dipamerkan	4,38	SB
3	Menggambarkan identitas bangsa Indonesia melalui konten yang dipamerkan	4,20	B
4	Memberikan informasi seputar sejarah perkembangan peradaban Indonesia	4,04	B
5	Menggambarkan budaya makan serta aneka makanan yang ada di masa lalu dan masa kini	4,21	SB
6	Melestarikan perkembangan peradaban manusia di Indonesia dalam bidang Gastronomi	4,33	SB
7	Keinginan mengunjungi MGI Virtual lagi untuk mendapat informasi seputar sejarah dan budaya terkait gastronomi Indonesia	4,30	SB

Sumber: Hasil Olahan penulis 2022

Sesuai dengan pernyataan Kervankin (2014) dalam Akyürek & Erdem (2019), menyatakan bahwa fungsi dari museum adalah sebagai tempat perlindungan, penelitian, dan komunikasi. Fungsi perlindungan dilakukan dengan cara menyimpan, menjaga, mengakumulasi, membetulkan, menggunakan, dan merawat objek yang dipamerkan agar tetap dalam kondisi terbaik. Fungsi museum yang terkait dengan pelestarian sejarah dan budaya adalah komunikasi, yang dilakukan dengan cara menyampaikan pesan dan informasi dari objek yang dipamerkan kepada masyarakat umum terutama generasi-generasi penerus.

Meskipun baru dua zona yang telah dibuka oleh MGI virtual, responden menilai konten yang dipamerkan sudah memenuhi kebutuhan pengunjung akan pengetahuan terkait sejarah dan budaya. Penilaian ini tentunya akan semakin meningkat jika zona-zona lain dapat dibuka sehingga informasi mengenai budaya dan sejarah dari gastronomi Indonesia dapat dipelajari dengan lebih mendalam.

Zona kedua merupakan zona yang akan banyak memaparkan terkait sejarah dari jalur rempah nusantara, dimana akan dijelaskan tentang awal mula perdagangan rempah nusantara hingga komoditas rempah unggulan Indonesia yang sudah ada sejak zaman dahulu hingga saat ini. Zona berikutnya yang akan membahas terkait sejarah dan budaya dari gastronomi Indonesia adalah zona Dapur Pawon yang akan menampilkan perkembangan penggunaan peralatan masak dan peralatan makan.

Dimensi Hiburan Pada MGI Virtual

Dimensi hiburan dalam museum gastronomi merupakan salah satu aspek yang membentuk wisata gastronomi selain agrikultur dan budaya dan memberikan kontribusi terhadap kepuasan wisatawan (Akyürek & Erdem, 2019). Berikut adalah hasil penilaian pengunjung MGI Virtual terkait dimensi hiburan:

Tabel 4. Hasil Penilaian Dimensi Hiburan

No	Indikator	Mean	Ket.
1	Mengunjungi MGI Virtual untuk mendapat hiburan	3,98	B
2	Konten dan fitur pada MGI Virtual menarik perhatian	4,43	SB
3	Merasa terhibur setelah menikmati konten dan fitur yang ada pada MGI Virtual	4,22	SB
4	Keinginan mengunjungi MGI Virtual kembali untuk mendapat hiburan dan kesenangan	4,03	B

Sumber: Hasil Olahan penulis 2022

Sesuai dengan definisi dari museum yang dikeluarkan oleh *International Council of Museums*, salah satu fungsi dari museum adalah memberikan pembelajaran dan hiburan atau kesenangan. Sejalan dengan misi museum sebagai media yang menyediakan tempat edukasi, rekreasi, dan sosial.

Museum Gastronomi Indonesia Virtual menggunakan teknologi *experience 360°* dimana pengunjung dapat menggeser dan memutar ruangan yang dikunjungi secara keseluruhan.

Penggunaan teknologi ini harus dapat dikembangkan dan dipadukan dengan fitur dan konten-konten lain, sehingga pengunjung museum dapat merasakan pengalaman yang lebih interaktif dan menghibur. Penggunaan teknologi digital pada museum menjadi sarana untuk mendapatkan pengetahuan dan kenikmatan atau hiburan yang ditawarkan oleh museum, serta menjadi daya tarik tersendiri (Agostino & Arnaboldi, 2021).

Pengalaman pengunjung dalam menikmati teknologi tersebut akan memberikan respon subjektif terhadap lingkungan virtual yang dikunjungi. Respon-respon tersebut akan memunculkan kesenangan dalam menikmati teknologi virtual 360°. Penggunaan teknologi tersebut membantu orang-orang untuk mengurangi stress yang dirasakan ketika berada dirumah terutama pada masa pandemi, serta menjadi alternatif pengalaman wisata bagi orang-orang dengan keterbatasan mobilitas misalnya seperti orang tua yang tidak bisa melakukan perjalanan jarak jauh (Yang et al., 2021).

Meskipun penggunaan teknologi virtual 360° yang sudah digunakan oleh MGI Virtual menghadirkan daya tarik bagi museum, akan tetapi pengunjung masih menilai bahwa dimensi hiburan pada museum ini masih kurang memuaskan. Hal ini dapat disebabkan karena kurangnya fitur atau konten yang interaktif bagi pengunjung.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji tentang potensi MGI Virtual sebagai wisata edukasi, sejarah, dan hiburan berdasarkan dimensi museum gastronomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi wisata edukasi dan sejarah sudah dinilai tersajikan dengan sangat baik oleh responden penelitian. Hal ini dikarenakan terdapat informasi-informasi baru seputar

gastronomi Indonesia yang menambah pengetahuan pengunjung dan dapat tersampaikan dengan jelas.

Responden menilai bahwa dimensi hiburan pada MGI Virtual menjadi dimensi dengan nilai terendah dibandingkan dengan dimensi edukasi dan sejarah. Solusi yang dapat dilakukan pada pengembangan dimensi hiburan dari MGI Virtual adalah membuat beragam fitur tambahan seperti permainan interaktif, serta menciptakan fitur *avatar* sebagai bentuk aktualisasi dan partisipasi aktif bagi pengunjung yang nantinya dapat berinteraksi dengan pengunjung lainnya.

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengembang museum gastronomi pada umumnya serta museum virtual pada khususnya untuk dapat mengembangkan aspek hiburan yang lebih interaktif. Untuk meningkatkan angka pengunjung dari MGI Virtual, perlu dilakukan strategi pengenalan museum yang lebih baik, salah satunya adalah dengan menggunakan tokoh publik dan influencer sebagai media promosi. Pengaruh sosial menjadi aspek besar dalam hal minat berwisata virtual (Khaqiqi & Alfansi, 2022). Solusi tersebut tentunya memerlukan persiapan dan pengkajian lebih lanjut terutama dari segi kesiapan teknologi sehingga nantinya dapat menciptakan fitur yang menyenangkan dan berkesan bagi pengunjung ketika mengunjungi MGI Virtual.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada *Indonesian Gastronomy Community* (IGC) sebagai pendiri dari Museum Gastronomi Indonesia Virtual dan juga PT. Siji Solusi Digital sebagai pengembang teknologi dan tata letak dari MGI Virtual.

DAFTAR PUSTAKA

- Agostino, D., & Arnaboldi, M. (2021). From preservation to entertainment: Accounting for the transformation of participation in Italian state museums. *Accounting History*, 26(1), 102–122.
- Akyürek, S., & Erdem, B. (2019). Gastronomy museums as sustainable hangouts in gastronomy tourism: A gastronomy museum proposal for Gümüşhane City, Turkey. *Turizam*, 23(1), 17–33.
- Anele, K. K. (2021). Assessing the impact of COVID-19 on the Indonesian tourism industry. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(2), 107–120.
- Ben-Amos, A. (2015). The Palmach Museum in Tel-Aviv: The past as a space of education, entertainment, and discipline. *Museum History Journal*, 8(2), 147–167.
- Besoain, F., Jegou, L., & Gallardo, I. (2021). Developing a virtual museum: Experience from the design and creation process. *Information (Switzerland)*, 12(6), 1–20.
- Datau, V. (2017). The triangle concept of Indonesian gastronomy. *UNWTO*, 16.
- Falk, J. H. (2022). Making the case for the value of museum experiences. *Museum Management and Curatorship*, 37(5), 455–470.
- Gardjito, M. (2021). Gastronomi Indonesia yang memesona. *Prisma Jurnal Pemikiran Sosial Ekonomi*, 40(1), 14–29.
- Hans, V. B., & Crasta, S. J. (2019). Digitalization in the 21st century – impact on learning and doing. *Journal of Global Economy*, 15(1), 12–23.
- Henderson, J. C. (2014). Food and culture: In search of a Singapore cuisine. *British Food Journal*, 116(6), 904–917.

- Katz, J. E., & Halpern, D. (2015). Can virtual museums motivate students? Toward a constructivist learning approach. *Journal of Science Education and Technology*, 24(6), 776–788.
- Khaqiqi, S., & Alfansi, L. (2022). Penerimaan teknologi virtual reality untuk virtual tourism di Indonesia. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 5(1), 53–66.
- Petrescu-Mag, R. M., Vermeir, I., Petrescu, D. C., Crista, F. L., & Banatean-Dunea, I. (2020). Traditional foods at the click of a button: The preference for the online purchase of romanian traditional foods during the COVID-19 pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 12(23), 1–15.
- SER, S. (2020). The wonder food museum story: Celebrating Malaysia's food culture and culinary heritage. *E-Journal of Cultural Studies*, 13(4), 51–69.
- Sormaz, Ü., & Güneş, E. (2016). Traditional culinary museums : Samples from Turkey. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 5(6), 27–31.
- Van Aalst, I., & Boogaarts, I. (2002). From museum to mass entertainment. *European Urban and Regional Studies*, 9(3), 195–209.
- Yang, T., Lai, I. K. W., Fan, Z. Bin, & Mo, Q. M. (2021). The impact of a 360° virtual tour on the reduction of psychological stress caused by COVID-19. *Technology in Society*, 64, 101514.