



STRATEGI PROGRAM DIGITALISASI DALAM RANGKA PENGEMBANGAN WISATA KULTURAL MUSEUM HAMENGKU BUWONO IX DI KERATON NGAYOGYAKARTA HADININGRAT

DIGITALIZATION PROGRAM STRATEGY IN THE FRAMEWORK OF DEVELOPING CULTURAL TOURISM MUSEUM HAMENGKU BUWONO IX IN KERATON NGAYOGYAKARTA HADININGRAT

Adisyá Adriana¹, Francisca Winarni²

¹Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial, Hukum, dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Yogyakarta

²Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial, Hukum, dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Yogyakarta

INFORMASI ARTIKEL

Article history:

Diterima 29-05-23

Diperbaiki 12-06-23

Disetujui 26-06-23

Kata Kunci:

Strategi Digitalisasi, Wisata Kultural, Museum Hamengku Buwono IX, Keraton Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki kontribusi untuk memberikan kajian penelitian mengenai strategi digitalisasi dalam mengembangkan Museum Hamengku Buwono IX sebagai wisata kultural dan menguraikan faktor penghambat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif analisis deskriptif. Metode pengumpulan data dilakukan melalui subyek penelitian Project Officer Tepas Tandha Yekti, Koordinator Tim Media Sosial Tepas Tandha Yekti, Abdi Dalem Nitya Budaya, Abdi Dalem Pemandu, Duta Museum DIY, dan Wisatawan. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, sedangkan teknik analisis data menggunakan teknik analisis interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan wisata kultural Museum Hamengku Buwono IX sudah dilakukan melalui strategi digitalisasi. Meskipun saat ini belum terdapat strategi khusus, tetapi bagi pengembangannya termasuk ke dalam tema besar museum yang dipublikasikan melalui akun resmi Keraton Yogyakarta. Dalam pelaksanaannya terdapat indikator yang belum terpenuhi yaitu indikator sumber daya manusia karena penyajian informasi kurang detail terkait Museum Hamengku Buwono IX dan sering terjadi permasalahan teknis seperti kesalahan mengunggah konten, sikap yang kurang responsif dalam memberikan feedback di media sosial, dan perbedaan persepsi masing-masing individu.

ABSTRACT

Keywords:

Digitalization Strategy, Cultural Heritage, Museum Hamengku Buwono IX, Keraton Yogyakarta

This research has a contribution to provide research studies regarding digitalization strategies in developing the Museum Hamengku Buwono IX as cultural tourism and outlines the inhibiting factors. This study used a qualitative descriptive analysis approach. The data collection method was carried out through research subjects Tepas Tandha Yekti Project Officer, Coordinator of the Tepas Tandha Yekti Social Media Team, Abdi Dalem Nitya Budaya, Abdi Dalem Guides, DIY Museum Ambassadors, and tourists. Methods of data collection is done by interviews, observation, and documentation. The data validity checking technique uses source triangulation, while the data analysis technique uses interactive analysis techniques. The results of the study show that the development of cultural tourism at Museum the Hamengku Buwono IX has been carried out through a digitalization strategy. Although there is currently no specific strategy, its development is included in the main theme of the museum which is published

through the Yogyakarta Palace's official account. In its implementation, there are indicators that have not been fulfilled, namely the human resource indicator because the presentation of information is lacking in detail regarding the Museum Hamengku Buwono IX and technical problems often occur such as content upload errors, unresponsive attitudes in providing feedback on social media, and differences in perceptions of each individual.

1. Pendahuluan

Industri pariwisata saat ini menjadi bagian sektor pembangunan yang sedang digencarkan oleh pemerintah secara masif. Pesatnya pengembangan industri pariwisata di Indonesia telah membawa perubahan dinamis terkait konseptual dan tujuan berwisata. Mengingat potensi objek wisata dan sumber daya alam yang besar mampu membuka peluang bagi pengembangan industri pariwisata di Indonesia (Suryani, 2017). Terlebih pada era modernisasi ini, industri pariwisata dapat meningkatkan dan mengembangkan eksistensi dari nilai jual dan daya tarik wisatawan. Hingga saat ini pengembangannya semakin pesat dan menjadi trend kehidupan bagi tiap-tiap individu (Sari, 2022).

Sebagian besar industri pariwisata saat ini telah merambah ke objek wisata yang mengandung unsur bersejarah untuk mengenal lebih jauh tentang kebudayaan. Berdasarkan laporan penghitungan Indeks Pembangunan Kebudayaan (IPK), wisata kultural membawa kontribusi besar bagi industri pariwisata, khususnya di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang menduduki posisi pertama dengan angka 73,92 (news.detik.com). Sebagai penggerak industri pariwisata sekaligus menjadi kota tujuan destinasi wisata yang mampu memelihara kebudayaan, pengembangan industri pariwisata kultural di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) telah gencar sejak tahun 2008 (Syafuruddin & Ilyas, 2021). Jika dilihat dari kenaikan jumlah kunjungan wisatawan, Yogyakarta sebagai kota wisata memiliki objek daya tarik yang tinggi dan paling diminati oleh wisatawan. Berdasarkan data statistik yang ditulis oleh Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), dikemukakan bahwa jumlah wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara Kota Yogyakarta mengalami peningkatan rentang tahun 2017 sampai dengan 2019 dan tahun 2020 hingga tahun 2021, tetapi pada tahun 2019 sampai 2020 mengalami penurunan kunjungan wisatawan yang cukup signifikan karena terjadi pandemi covid-19 (visitingjogja).

Gambar 1. Data Wisatawan



Wisata kultural menjadi salah satu objek wisata yang paling digemari oleh para wisatawan ketika berdatangan ke Kota Yogyakarta. Pasalnya wisata kultural memiliki suasana yang menghasilkan perasaan berbeda bagi tiap wisatawan

(Astriecia & Rahadyan, 2020). Selain suasana yang berbeda, wisata kultural juga memiliki beberapa komponen dalam rangka memwadhahi kesiapan destinasi dan kegiatan wisata untuk dikunjungi. Terdapat komponen yang mempengaruhi pembentukan citra atau *labelling* suatu pariwisata yang sering disebut dengan 4A yakni *Attraction, Amenities, Ancillary, dan Accessibility* (Fatma & Yuningsih, 2012). Dari komponen wisata yang ada akan membentuk citra wisatawan setelah melakukan kunjungan wisata dan dapat menjadi faktor penentu tingkat kemenarikan destinasi.

Berbagai objek wisata ditawarkan oleh Kota Yogyakarta mulai dari wisata kultural, wisata belanja, wisata alam, wisata kuliner, wisata religi, dan *special interest tourism* (Hadi, 2019). Kunjungan para wisatawan di Kota Yogyakarta tidak lepas dari pesatnya arus kemajuan digitalisasi. Selain laju digitalisasi, hal ini beriringan dengan Kota Yogyakarta yang memiliki objek wisata favorit, khususnya wisata kultural yang memiliki keunikan tersendiri untuk menarik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Seperti halnya yang telah dijelaskan oleh Ismayanti melalui bukunya bahwa dinamika pengembangan pariwisata memerlukan kemudahan aksesibilitas dan pergerakan wisatawan, dimana hal ini berbasis pada teknologi (Ismayanti, 2021).

Gelombang tertinggi dari kemajuan teknologi tercatat sejak tahun 2000, dimana Negara Eropa telah menyebarluaskan konsep industri 4.0 (Danuri, 2019). Transformasi digitalisasi mengarah pada efisiensi dan efektivitas pekerjaan, di mana arsip dokumen telah tergantikan oleh *database* (Rumengan, Mewengkang, & Riano Kaparang, 2021). Hampir seluruh lini kehidupan saat ini bergantung pada digitalisasi, begitu juga dengan sektor pariwisata yang telah memanfaatkan teknologi informasi dalam pengembangan wisata (Rahmanda Putra, Siti Khadijah, & Ucu Rakhman, 2020). Melalui sentuhan digitalisasi, industri pariwisata dapat mengoptimalkan penerapan dan meningkatkan komersialisasi pengembangan wisata modern (Heliany, 2019).

Untuk mengakselerasi pertumbuhan digitalisasi, pengembangan sektor pariwisata di Indonesia mengarah pada konsep masa kini, dimana penggunaan media digital dirasa menjadi pilihan yang paling tepat. Laporan yang ditulis oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kominfo), Arief Yahya selaku Menteri Pariwisata mengatakan bahwa teknologi digital memiliki kontribusi dan peran penting dalam pengembangan pariwisata (kominfo.go.id). Hal ini berbanding lurus dengan perjalanan pariwisata, dimana *refreshing* menjadi kebutuhan bagi masyarakat dengan cara mencari rekomendasi objek wisata melalui media sosial (Wardhani & Anindyaputri, 2020).

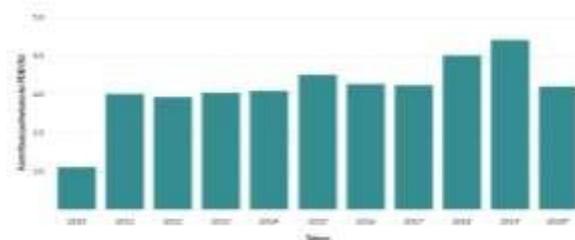
Penerapan digitalisasi dalam sektor pariwisata telah menjadi bagian yang sangat penting. Dengan pengembangan teknologi digital, kini dapat mengubah citra industri pariwisata menjadi lebih modern dan kompetitif (Danuri, 2019). Sehingga berbagai objek wisata yang belum diketahui masyarakat dapat dikembangkan dan dipromosikan melalui digitalisasi. Selain itu, dengan adanya digitalisasi mampu menyuguhkan destinasi wisata yang menarik wisatawan (Retnasary, 2019). Sehubungan dengan teknologi digital masa kini, berbagai jenis kepariwisataan salah satunya wisata kultural juga turut mengadopsi teknologi digital dalam pengembangan wisata.

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebagai kota wisata kultural dengan pusat kebudayaan yang masih terjaga keaslian dan keindahannya, baik di dalam lingkungan istana raja maupun lingkungan yakni Keraton Yogyakarta dalam mengembangkan dan mempromosikan wisata kultural di dalamnya telah menggunakan media digital. Hal ini dapat dilihat bahwa Keraton Yogyakarta masih menduduki posisi pertama dengan jumlah kunjungan wisatawan terbanyak, meskipun data jumlah pengunjung wisatawan mengalami fluktuatif (visitingjogja). Akan tetapi, keberadaan Keraton Yogyakarta yang menyandang sebagai institusi budaya dan bukti sejarah yang kental akan kesakralannya masih terus eksis di tengah modernisasi saat ini (kebudayaan.jogjakota).

Melihat kilas balik dari perjuangan Sultan Hamengku Buwono IX yang bercampur dengan Budaya Barat, memunculkan jiwa Budaya Jawa Modern. Roda pemerintahan Keraton Yogyakarta dapat beroperasi semestinya karena adanya peran dari para Abdi Dalem yang memanfaatkan teknologi digital (Soenarto, 2013). Terlebih di era teknologi digital belakangan ini yang beriringan dengan munculnya Peraturan Pemerintah (PP) tentang Museum tahun 2015, membuat restrukturisasi penugasan pada jalannya sistem pemerintahan keraton sehingga penugasan Abdi Dalem mengalami pergeseran (kratonjogja.id). Berkaitan dengan perkembangan digitalisasi, penugasannya diberikan kepada kelompok yang berusia muda dan menguasai penggunaan teknologi digital untuk memudahkan dalam menciptakan sistem kerja, *team building*, dan *flow* kerja yang praktis dan bermanfaat.

Sejak tahun 2014 Keraton Yogyakarta meresmikan akulturasi antara budaya luhur dengan digitalisasi atau disebut dengan *Tepas Tandha Yekti* (TTY) yang digaungkan oleh Gusti Kanjeng Ratu (GKR) Hayu. *Tepas Tandha Yekti* (TTY) ini sebagai organisasi strategi digital untuk mengembangkan wisata kultural Keraton Yogyakarta, salah satunya Museum Hamengku Buwono IX. Melalui strategi digitalisasi, daya tarik wisata Keraton Yogyakarta tidak pernah sepi pengunjung, kecuali ketika pemerintah pusat menetapkan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Jawa-Bali guna memutus tali penularan virus covid-19 sehingga destinasi tersebut tidak beroperasi sementara. Hal ini mengakibatkan penurunan kontribusi industri pariwisata terhadap perekonomian negara karena adanya pandemi covid-19 yang terjadi di seluruh dunia termasuk Indonesia.

Gambar 2. Kontribusi Perkembangan Sektor Pariwisata Terhadap PDB



Dalam pengembangan wisata kultural Museum Hamengku Buwono IX dinilai masih belum optimal. Beriringan dengan tingginya arus digitalisasi, era *tourism* memunculkan berbagai polemik. Salah satu penyebab yang menggambarkan fenomena tersebut, terdapat adanya tuntutan para wisatawan (Eddyono, 2021). Hal ini berkesinambungan dengan pelayanan wisatawan melalui media sosial *Instagram* Keraton Yogyakarta tergolong kurang *responsive*, dimana fenomena tersebut ditunjukkan pada lamanya waktu menjawab pesan melalui *direct message* dan mengakibatkan ketidakjelasan perolehan informasi. Selain itu, jam operasional Museum Keraton Yogyakarta tidak tertera jelas di akun media sosialnya. Menurut pengamatan peneliti pada observasi awal, banyak wisatawan yang tidak bisa mengunjungi lokasi wisata karena pada hari tersebut Keraton Yogyakarta tidak beroperasi. Pengembangan Museum Hamengku Buwono IX melalui *website* Keraton Yogyakarta cenderung kurang memaparkan informasi lengkap, seperti pembagian dan penjelasan mengenai Museum Keraton Yogyakarta, padahal data statistik menyebutkan bahwa museum tersebut paling tinggi diminati oleh para wisatawan.

Dari perkembangan industri pariwisata di Indonesia dengan berbagai jenis kepariwisataan, salah satunya wisata kultural Museum Hamengku Buwono IX yang terletak di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) keberadaannya sebagai wisata bersejarah yang kental akan unsur budaya Jawa yang semakin eksis dan banyak diminati oleh para wisatawan nusantara dan mancanegara. Beriringan dengan digitalisasi yang mendunia hingga merambah ke sektor wisata kultural, Keraton Yogyakarta tidak menutup diri dari adanya program digitalisasi. Sebaliknya, wisata kultural tersebut mengakulturasi antara Budaya Jawa yang ada di keraton dengan digitalisasi melalui organisasi *Tepas Tandha Yekti* (TTY) sebagai pengelola seluruh objek wisata di Keraton Yogyakarta, termasuk Museum Hamengku Buwono IX. Dalam hal ini, pengembangan wisata kultural di Keraton Yogyakarta diupayakan untuk menyiarkan informasi budaya guna mengembangkan dan mempromosikan lokasi wisata, meski masih terdapat kompleksitas permasalahan dalam implementasinya.

2. Metode Penelitian

2.1 Jenis Penelitian

Ghony dan Almanshur (2012:27), penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang ditujukan untuk meneliti, memaparkan, dan menganalisis objek-objek dengan kondisi alamiah seperti suatu peristiwa atau fenomena tertentu, kegiatan sosial, bentuk kepercayaan, sudut pandang atau pemikiran seseorang, secara individu dan berkelompok.

2.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai dari Maret 2023 sampai dengan Mei 2023 di Museum Hamengku Buwono IX yang berada di Keraton Yogyakarta. Lokasi penelitian ini dipilih sebagai tempat penelitian dikarenakan sebagai warisan kebudayaan nasional, Museum Hamengku Buwono IX merupakan bagian dari Keraton Yogyakarta yang menjadi salah satu simbol identitas masyarakat

Yogyakarta dan tentunya menggunakan strategi digital dalam mengembangkan kekayaan budaya yang diilikinya.

2.3 *Subyek Penelitian*

Subjek penelitian merupakan orang yang terkait dengan penelitian dan dapat membagikan informasi mengenai keadaan yang sebenarnya dari objek penelitian, sehingga akan diperoleh data yang akurat dan terpercaya (Moleong, 2014:132). Dalam penelitian ini, beberapa subjek penelitian, yaitu Wiwit Prasetyono selaku Project Officer Tepas Tandha Yekti Keraton Yogyakarta Vinia Prima selaku Koordinator Tim Media Sosial Tepas Tandha Yekti Keraton Yogyakarta Fajar Winarko selaku Abdi Dalem Nitya Budaya bagian Radya Kartiyasa Keraton Yogyakarta Ibu Prabapanjuspita selaku Abdi Dalem Pemandu Keraton Yogyakarta Eksi Kumala Sari selaku Duta Museum Daerah Istimewa Yogyakarta Azarine Anindya Nariswari sebagai Wisatawan.

2.4 *Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Data*

Berdasarkan buku Metode Penelitian Kualitatif yang ditulis oleh Herdiansyah (2010), teknik pengumpulan data merupakan proses yang dilakukan untuk mendapatkan data dalam kegiatan penelitian. Teknik dalam proses pengumpulan data penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

a. Wawancara

Wawancara merupakan proses pertukaran informasi dan ide dengan tanya jawab melalui pertemuan dua orang dan mengkonstruksikan makna ke dalam topik tertentu (Sugiyono, 2014: 231). Pedoman wawancara berupa daftar pertanyaan secara tertulis yang berkaitan dengan strategi program digitalisasi dalam rangka pengembangan wisata kultural Museum Hamengkubuwono IX di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat.

b. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data berfungsi untuk mengoptimalkan kompetensi peneliti dari aspek kepercayaan, kebiasaan, perilaku tak sadar, dan lain-lain (Moleong, 2014). Observasi yang dilakukan peneliti dengan cara berkunjung langsung ke lokasi penelitian, seperti Museum Hamengku Buwono IX dan Tepas Tandha Yekti yang berada di Keraton Yogyakarta.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan jenis data sekunder untuk menggali informasi dan data melalui dokumen, buku, maupun tulisan berupa laporan, arsip, dan keterangan yang dapat mendorong jalannya penelitian (Creswell, 2019). Peneliti juga mencatat hasil wawancara, mengambil gambar, dan memperoleh dokumen pada saat proses wawancara mengenai strategi program digitalisasi dalam rangka pengembangan wisata kultural Museum Hamengkubuwono IX di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat yang bersumber dari dokumen resmi.

2.5 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, untuk memastikan tingkat keabsahan data digunakan teknik triangulasi yaitu perbandingan antara sumber satu dengan sumber lainnya dalam rangka mengukur kredibilitas yang nantinya akan dipertanggungjawabkan. Tujuannya untuk memeriksa keabsahan data dan pengecekan atau perbandingan terhadap data hasil pengamatan dan hasil wawancara (Moleong, 2014). Triangulasi dilakukan untuk membandingkan antara data hasil pengamatan dan data hasil wawancara dengan informan. Dalam membandingkannya, dilakukan pengecekan kembali terhadap data yang diperoleh, membandingkan hasil wawancara dan dokumen berkaitan dengan permasalahan yang diteliti untuk mendapatkan data yang valid.

2.6 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2014), tahap teknik analisis data mencakup pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun langkah-langkah melakukan analisis data pada penelitian ini, sebagai berikut.

a. Pengumpulan Data

Data diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi yang telah tercatat dari lapangan berdasarkan pengalaman peneliti. Data tersebut berkaitan dengan strategi program digitalisasi dalam rangka pengembangan wisata kultural Museum Hamengkubuwono IX di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat.

b. Reduksi Data

Menurut pandangan Sugiarto (2017:15) reduksi data merupakan analisis berupa merangkum, memilah, mengklasifikasikan, mengarahkan, mereduksi informasi yang telah didapatkan untuk memfokuskan pada masalah tertentu dari catatan yang tertulis di tempat penelitian. Dalam laporan ini yang direduksi adalah informasi terkait strategi program digitalisasi dalam rangka pengembangan wisata kultural Museum Hamengkubuwono IX di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat.

c. Penyajian Data

Penyajian data terbatas pada serangkaian informasi yang tersusun dan terdapat kemungkinan adanya penarikan kesimpulan maupun pengambilan tindakan (Ghony & Almanshur, 2012). Perolehan penyajian data berupa hasil strategi program digitalisasi dalam rangka pengembangan wisata kultural Museum Hamengkubuwono IX di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat.

d. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan setelah data-data terkumpul. Data tersebut berasal dari wawancara, observasi, dokumentasi. Tahap penarikan kesimpulan akhir diperoleh setelah mendeskripsikan dan membahas data mengenai strategi program digitalisasi dalam rangka pengembangan wisata kultural Museum Hamengkubuwono IX di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tepas Tandha Yekti merupakan sebuah organisasi yang bertanggung jawab atas pusat informasi kebudayaan berbasis teknologi digital dan dokumentasi visual di Keraton Yogyakarta. Keberadaan struktur organisasi *Tepas Tandha Yekti* di bawah naungan *Kawedanan Hageng Panitrapura* yang bertugas dan berwenang sebagai Sekretariat Utama di Pemerintahan Keraton Yogyakarta. Secara formal, *Tepas Tandha Yekti* terbentuk pada tahun 2012 di bawah pimpinan Gusti Kanjeng Ratu (GKR) Hayu sebagai *Penghageng* (Ketua) dan Kanjeng Pangeran Haryo (KPH) Yudahadinigrat sebagai *Wakil Penghageng* (Wakil Ketua). Sementara proyek pertama dari *Tepas Tandha Yekti* terselenggara tahun 2013 kegiatan mendokumentasikan *Daub Ageng* (Pernikahan) Gusti Kanjeng Ratu (GKR) Hayu dengan Kanjeng Pangeran Haryo (KPH) Notonegoro. Setelah terselenggaranya proyek pertama tersebut, tepat pada 23 Juni 2014 *Tepas Tandha Yekti* disahkan secara resmi. Sepanjang tahun 2014 sampai tahun 2015, kegiatan *Tepas Tandha Yekti* belum terselenggara secara regular dan konsisten. Hingga saat ini, *Tepas Tandha Yekti* melakukan kegiatannya sesuai dengan penugasan masing-masing tim untuk mengedukasi masyarakat melalui unggahan narasi, foto, video, maupun karya lainnya yang berkaitan dengan khazanah budaya Jawa di Keraton Yogyakarta.

Melalui strategi program digitalisasi yang dilakukan oleh *Tepas Tandha Yekti* berhasil mengembangkan Museum Hamengku Buwono IX. Apabila dilihat dari implementor strategi, mereka akan menunjukkan sikap positif dan terbuka apabila setuju atau mendukung implementasi strategi tersebut. Karakter keterbukaan para implementor strategi dalam mengimplementasikan strategi yang ada akan mempercepat tercapainya tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, begitu pula sebaliknya. Strategi yang dilakukan oleh salah satu institusi mandiri yang dibentuk oleh Keraton Yogyakarta sejak 2012 tahun lalu yakni *Tepas Tandha Yekti* ini mampu menggantikan sistem dokumentasi *paper based* menjadi berbasis teknologi digital dan berbagai informasi yang disuguhkan oleh *Tepas Tandha Yekti* untuk mengembangkan dan mempromosikan Keraton Yogyakarta sekaligus

Museum Hamengku Buwono IX yang berada pada unit *kedhaton* mendapat banyak dukungan, baik dari pihak keraton sendiri maupun dari pihak luar keraton.

Implementor strategi menunjukkan sikap koopeeratif dan inovatif dalam bekerja sama untuk membangun strategi digitalisasi dalam mengembangkan Museum Hamengku Buwono IX. Selain itu, juga tercermin dalam komitmen mereka yang bekerja di keraton benar-benar untuk mengabdikan kepada pemerintah raja, bukan mengatasnamakan kepentingan pribadi ataupun mengharapkan tambahan upah. Hal ini tidak terkecuali, baik bagi para *abdi dalem* maupun yang masih non-*abdi dalem*. Sehingga mereka berkomitmen untuk menjaga dan melestarikan kekayaan yang ada di keraton dengan penugasannya masing-masing.

Dalam rangka melaksanakan strategi digitalisasi pengembangan Museum Hamengku Buwono IX, organisasi *Tepas Tandha Yekti* memiliki beberapa program kerja unggulan, salah satunya melibatkan dan menjalin hubungan dengan pihak-pihak eksternal, seperti para akademisi hingga kunjungan tamu kenegaraan. Sejak tahun 2019, diadakan pameran temporer yang dipromosikan melalui media digital guna menarik wisatawan untuk berkunjung. Program kerja yang ada akan

berhasil apabila didukung dengan sumber daya anggaran dan sumber daya fasilitas yang memadai.

Sumber daya pendanaan bagi strategi program digitalisasi oleh *Tepas Tandha Yekti* dalam pengembangan Museum Hamengku Buwono IX, melalui Undang-Undang Keistimewaan Nomor 13 Tahun 2012, dana yang digunakan untuk membiayai kegiatan di Keraton Yogyakarta dikururkan langsung dari pemerintah pusat ke pemerintahan daerah berupa Dana Istimewa, sementara bagi pengelolaan berjalan berasal dari non-Dana Istimewa. Selain itu, sumber daya fasilitas yang ada sudah disesuaikan dengan kebutuhan dalam pelaksanaan strategi digitalisasi pengembangan Museum Hamengku Buwono IX. Diantaranya ruang kerja, kamera *professional*, alat *streaming*, *drone jammer*, *drone* biasa, beberapa perangkat *iphone*, *internet dan wifi*, fasilitas *cloud*, televisi.

Sementara untuk penugasan masing-masing anggota dari struktur organisasi *Tepas Tandha Yekti* dilakukan proses fragmentasi dan ditertibkan melalui *Standar Operating Procedure* (SOP) oleh Project Officer. Sehingga dapat memperjelas penugasan tiap-tiap anggota. Meskipun anggota dalam *Tepas Tandha Yekti* tidak semua berada pada wilayah yang sama dan dengan kesibukan masing-masing, tetapi tidak menciutkan tugas yang menjadi tanggung jawabnya.

Pembagian penugasan bagi anggota organisasi *Tepas Tandha Yekti* dilakukan sesuai dengan kemampuan dan keahlian dari sumber daya manusianya. Apabila sumber daya manusia dikategorikan baik, dapat meminimalisir distorsi yang mungkin akan bermunculan dalam pelaksanaan implementasi strategi dan mendukung keberhasilan implementasi strategi. Untuk itu, diperlukan pelatihan-pelatihan kemampuan dalam rangka meningkatkan keahlian yang dimiliki. Bagi organisasi bahwa *Tepas Tandha Yekti* selalu meningkatkan kualitasnya dengan cara memberikan pelatihan-pelatihan terhadap anggotanya, baik bagi kebutuhan anggota atau kepentingan umum seperti pelatihan bahasa Inggris untuk program kunjungan tamu kenegaraan hingga pelatihan *financial literacy*. Sementara bagi *abdi dalem* pemandu, keraton sudah terima jadi dengan kemampuan bahasa yang dimiliki individu tersebut.

Untuk mendukung keberhasilan program digitalisasi dalam mengembangkan Museum Hamengku Buwono IX, organisasi *Tepas Tanddha Yekti* membangun komunikasi secara vertikal dan horizontal. Hal ini dilakukan antara pimpinan dengan bawahan dan secara horizontal antara anggota dalam masing-masing tim, khususnya bagi *Tepas Tandha Yekti*. Sebagai implementor strategi program digitalisasi dalam pengembangan Museum Hamengku Buwono IX, proses penyampaian informasi *Tepas Tandha Yekti* dilakukan melalui rapat koordinasi secara rutin dan pertemuan periode tertentu. Hal tersebut bertujuan untuk mengemukakan pokok pikiran baru dan menyamakan perbedaan perspektif yang akan disampaikan kepada kelompok sasaran. Selain itu, komunikasi juga dilakukan oleh *abdi dalem* pemandu wisata dengan wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Sebagai *abdi dalem guide*, kejelasan hubungan antarorganisasi dilihat dari cara berkomunikasi dengan wisatawan. Sehingga penyampaian informasi terbangun secara dua arah dan tetap memegang teguh pada peraturan di keraton.

Melalui pengorganisasian sumber daya manusia yang ada, cara-cara tertentu dilakukan oleh organisasi *Tepas Tandha Yekti* dalam mengembangkan Museum Hamengku Buwono IX. Meskipun belum terdapat strategi khusus bagi Museum Hamengku Buwono IX, tetapi promosi dan pengembangannya selalu termasuk ke dalam tema besar Museum Keraton Yogyakarta (MKY) dan dipublikasikan melalui media digital. Dalam hal ini dikarenakan oleh Museum Hamengku Buwono IX menginduk pada keraton atau berada pada unit *kedhaton* Museum Keraton Yogyakarta (MKY). Sehingga strategi dalam mengembangkan Museum Hamengku Buwono IX melalui *platform* akun resmi Keraton Yogyakarta.

Di sisi lain, dalam pelaksanaan strategi program digitalisasi terdapat hambatan atau kendala yang tidak bisa dipungkiri dalam rangka mengembangkan Museum Hamengku Buwono IX adalah permasalahan teknis terkait kesalahan mengunggah konten, adanya *haters* terkait komentar negatif, dan perbedaan perspsi. Apabila dilihat dari sudut pandang wisatawan, masih kurangnya sikap responsif untuk memberikan *feedback* di media sosial. Selain itu, menurut observasi peneliti masih banyak pengunjung Keraton Yogyakarta yang tidak mengetahui bahwa pada hari Senin, Museum Keraton Yogyakarta (MKY) tidak beroperasi dikarenakan peremajaan museum, sehingga para wisatawan tidak jadi untuk mengunjunginya. Dari pemaparan tersebut, dapat dikatakan bahwa pengelolaan sumber daya manusia belum optimal. Sehingga perlunya mengevaluasi sumber daya manusia dari organisasi *Tepas Tandha Yekti* untuk lebih mengoptimalkan fungsi kerja dalam pelaksanaan strategi digitalisasi pengembangan Museum Hamengku Buwono IX.

4. Simpulan dan Saran

4.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi program digitalisasi oleh *Tepas Tandha Yekti* dalam mengembangkan wisata kultural Museum Hamengku Buwono IX sudah berjalan dengan baik dan berhasil mewujudkan tujuan awal pembentukan strategi digitalisasi sebagai pengelola data, pengolah data, dan menyajikan informasi kepada publik, di mana sistem kearsipan dan pendokumentasian sudah berbasis teknologi digital.

Implementor strategi menunjukkan sikap positif dalam mempromosikan dan mengembangkan Museum Hamengku Buwono IX karena setuju dengan adanya strategi yang dibangun melalui *Tepas Tandha Yekti* tersebut. Meskipun terkadang terdapat perbedaan pendapat antar implementor strategi, hal ini dapat dipecahkan dan diatasi melalui musyawarah untuk mencapai suatu kesepakatan bersama. Motivasi kerja dari para implementor kebijakan tidak berasal dari jenjang karir maupun insentif tambahan, tetapi dedikasi dan pengabdian di Keraton Yogyakarta dengan kesadaran atas tanggung jawab dan penugasan masing-masing implementor.

Program implementasi strategi tercermin dalam proses kerja sama dan koordinasi implementasi strategi yang melibatkan antar implementor strategi telah terjalin baik dan secara dua arah, baik dengan internal organisasi maupun dengan pihak eksternal atau organisasi lainnya. Sementara pelaksanaan strategi anggaran, berasal dari Dana Istimewa dan non-Dana Istimewa yang sudah mencukupi, sehingga untuk event yang ada di Keraton Yogyakarta bisa bersifat kolaborasi anggaran. Terdapat sumber daya fasilitas, sarana dan prasarana yang memadai berupa device, tools, kamera professional, drone, ruang kerja untuk menjadi daya dukung pelaksanaan strategi digitalisasi dalam rangka mengembangkan Museum Hamengku Buwono IX.

Pelaksanaan strategi prosedur tercipta melalui Standard Operating Procedure (SOP) yang ada menjadi landasan berjalannya program kerja di *Tepas Tandha Yekti* berdasarkan *dhawuh dalem* melalui kepemimpinan Gusti Kanjeng Ratu (GKR) Hayu dan mekanisme pembagian penugasan melalui proses fragmentasi memperkuat implementasi strategi. Melalui penciptaan kerja sama dan koordinasi yang rutin dan jelas antar implementor strategi yang sudah terjalin dengan baik, mampu meningkatkan kualitas kinerja dari masing-masing tim pada *Tepas Tandha Yekti*. Serta variabel pengarahan terjalin melalui proses komunikasi sebagai cara penyampaian informasi untuk mempromosikan dan mengembangkan Museum Hamengku Buwono IX yang berada di unit kedhaton Keraton Yogyakarta.

4.2 Saran

Dalam rangka mengoptimalkan pelaksanaan strategi digitalisasi, fungsi kerja pada pengelolaan akun resmi Keraton Yogyakarta oleh *Tepas Tandha Yekti* sebagai strategi promosi dan pengembangan perlu ditingkatkan untuk menyajikan informasi lebih detail dan menyebarluaskan terkait Museum Hamengku Buwono

IX dan khazanah kebudayaan keraton lainnya yang bisa diklasifikasikan secara lebih jelas agar para pengunjung dapat memahami meski melalui media sosial, dan mengevaluasi sumber daya manusia untuk lebih bijaksana dalam memberikan *feedback* melalui media sosial.

REFERENSI

- [1] Aстриcia, A., & Rahadyan, N. (2020). Persepsi Wisatawan Terhadap Citra Kepariwisata Di Kawasan Titik Nol Kilometer Yogyakarta Pasca Revitalisasi. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(2), 329–335.
- [2] Creswell, J. W. (2019). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan. Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [3] Danuri, M. (2019). Perkembangan dan Transformasi. *Infokam*, II, 116–123.
- [4] Dokumen Resmi tentang Peluncuran Situs Resmi Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat “kratonjogja.id”.
- [5] Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- [6] Fatma, S., & Yuningsih, T. (2012). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonolopo Kota Semarang. *Journal Of Public and Management Kota Semarang*, 9(4), 159–175.
- [7] Ghony, M. D., & Almanshur, F. (2012). *Metodologi Penelitian kualitatif*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- [8] Hadi, W. (2019). Menggali Potensi Kampung Wisata di Kota Yogyakarta Sebagai Daya Tarik Wisatawan. *Journal Of Tourism and Economic*, 2(2), 129–139.
- [9] Heliany, I. (2019). Wonderful Digital Tourism Indonesia Dan Peran Revolusi Industri Dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital 5.0. *Destinesi Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(1), 21–35.
- [10] Herdiansyah, Haris. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [11] Ismayanti, M. (2021). *Dasar-Dasar Pariwisata sebuah Pengantar*. Jakarta: Universitas Sahid Jakarta.
- [12] Kebudayaan.jogjakota.go.id. *Kawasan Cagar Budaya Kraton*. Diunduh pada 24 Januari 2023 dari <https://kebudayaan.jogjakota.go.id/page/index/kawasan-cagar-budaya-kraton>.
- [13] Kemenparekraf. (2020). Statistik Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Diunduh pada 3 Maret, 2023 dari <https://kemenparekraf.go.id/statistik-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif/statistik-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-2020>.
- [14] Kominfo.go.id. (2019). *Menpar Teknologi Digital Untuk Keberhasilan Pariwisata Indonesia*. Diunduh pada 24 Januari 2023 dari <https://www.kominfo.go.id/content/detail/15842/menpar-teknologi-digital-untuk-keberhasilan-pariwisata-indonesia/0/berita>.
- [15] Kratonjogja.id. *Nyi Raden Wedana Noorsundari Edukator Wisata di Keraton Yogyakarta*. Diunduh pada 24 Januari 2023 dari <https://www.kratonjogja.id/figur/48-ny-raden-wedana-noorsundari-edukator-wisata-di-keraton->

[yogyakarta/#:~:text=Nyi%20Raden%20Wedana%20Noorsundari%20\(RA,cari%20Kawedanan%20Museum%20Keraton%20Yogyakarta.](#)

- [16] Laporan Badan Akuntabilitas Keuangan Negara Tahun 2020 Tentang Statistik Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- [17] Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2021.
- [18] Lokadata.beritagar.id. Kontribusi Pariwisata Terhadap PDB 2010-2020. Diunduh pada 3 Maret 2023, dari <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/kontribusi-pariwisata-terhadap-pdb-2010-2020-1609226810>.
- [19] Moleong, & J, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [20] News.detik.com. (2020). *Yogyakarta dan Masa Depan Pariwisata Berbasis Budaya*. Diunduh pada 24 Januari 2023 dari <https://news.detik.com/kolom/d-4886546/yogyakarta-dan-masa-depan-pariwisata-berbasis-budaya>.
- [21] Rahmanda Putra, R., Siti Khadijah, U. L., & Ucu Rakhman, C. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Penerapan Konsep Smart Tourism Di Kabupaten Pangandaran. *JUMPA*, 7(1), 257–279.
- [22] Retnasary, M. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76–83.
- [23] Rumengan, A., Mewengkang, A., & Riano Kaparang, D. (2021). Sistem Informasi Manajemen Kearsipan Berbasis WEB. *EduTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 1(6), 700–709.
- [24] Sari, Y. (2022). Literasi Media Digital Pada Remaja, Ditengah Pesatnya. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 8(1), 12–25.
- [25] Soenarto, D. (2013). *Kesetiaan Abdi Dalem: Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat*. Yogyakarta: Kepel Press.
- [26] Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- [27] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [28] Suryani, A. I. (2017). Strategi pengembangan pariwisata lokal. *Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi, dan Pendidikan Geografi*, 3(1).
- [29] Syafruddin, & Ilyas, M. (2021). Pariwisata Berbasis Budaya Dan Pendidikan Karakter Siswa Di Kawasan Kuta Mandalika. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 254–259.
- [30] Wardhani, A. K., & Anindyaputri, A. (2020). Sistem Informasi Pemilihan Tempat Wisata Menggunakan Information Systems for Selection of Tourism Using A Product. *Indonesian Journal of Technology, Informatics and Science (IJTIS)*, 2(1), 27–32.