

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Kajian

Kajian yaitu hasil atas mengkaji sesuatu. Kata kajian berasal dari kata “kaji” yang artinya menyelidiki sesuatu. Jika, individu mengkaji suatu hal artinya individu itu mempelajari/belajar/menyelidiki/memeriksa mengenai sebuah hal yang nantinya akan menghasilkan sebuah kajian. Prosedur yang dilaksanakan saat mengkaji sesuatu yakni dikatakan pengkajian.

Sedangkan, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kajian berasal dari kata “kaji” yang memiliki arti pelajaran salah satunya dalam lingkup keagamaan. Serta, berdasarkan kamus ilmiah populer, kajian mempunyai arti telaah, Analisa serta mempelajari.

Kajian yaitu aktivitas mengkaji sebuah topik pembahasan guna memperoleh suatu kesimpulan dari topik tersebut. Sedangkan, menurut KBBI mengkaji memiliki arti yaitu mempelajari, belajar, menelaah, memeriksa, menguji ataupun memikirkan.

2.1.2 Pengertian Kebijakan

Carl J. Federick sebagaimana dikutip oleh Leo Agustino (2008:7) mendefinisikan kebijakan sebagai serangkaian tindakan atau kegiatan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok, atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu, di mana terdapat

hambatan-hambatan (kesulitan) dan peluang-peluang dalam pelaksanaan usulan kebijakan tersebut untuk mencapai tujuan tertentu. Pendapat ini menunjukkan bahwa ide kebijakan melibatkan perilaku yang memiliki maksud dan tujuan. Hal ini menjadi bagian penting dari definisi kebijakan, sebab pada dasarnya kebijakan harus menunjukkan apa yang benar-benar dilakukan, bukan sekadar apa yang diusulkan dalam menyelesaikan suatu masalah.

Pemikiran serupa juga disampaikan oleh James E. Anderson sebagaimana dikutip oleh Islamy (2009:17) menyatakan bahwa kebijakan adalah *“a purposive course of action followed by an actor or set of actors in dealing with a problem or matter of concern”* (serangkaian tindakan yang mempunyai tujuan tertentu yang diikuti dan dilaksanakan oleh seorang pelaku atau sekelompok pelaku guna memecahkan suatu masalah tertentu). Ini memperkuat pemahaman bahwa kebijakan selalu berorientasi pada tujuan dan merupakan respon terhadap suatu permasalahan.

Selain pendapat para ahli, definisi kebijakan juga dapat ditemukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), yang menyatakan bahwa kebijakan adalah rangkaian konsep dan asas yang menjadi pedoman dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan, dan cara bertindak. Istilah ini dapat diterapkan pada pemerintahan, organisasi, kelompok sektor swasta, maupun individu. Kebijakan berbeda dari peraturan atau hukum; jika hukum bersifat memaksa atau melarang suatu tindakan (seperti

kewajiban membayar pajak), maka kebijakan lebih bersifat sebagai pedoman untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Dalam pandangan lain, Irfan Islamy sebagaimana dikutip oleh Suandi (2009:12) menekankan pentingnya membedakan antara kebijakan (*policy*) dan kebijaksanaan (*wisdom*). Menurutny, kebijaksanaan mengandung pertimbangan-pertimbangan yang lebih luas, sementara kebijakan lebih menekankan pada aturan atau pedoman tindakan yang dirancang untuk menyelesaikan persoalan secara sistematis.

Sementara itu, Post et al. (1999) memaknai kebijakan sebagai rencana tindakan yang dilakukan oleh pejabat pemerintah untuk mencapai tujuan yang lebih luas dan memengaruhi kehidupan masyarakat secara signifikan. Definisi ini menekankan pentingnya peran pemerintah sebagai pelaku utama dalam merancang kebijakan yang berdampak luas bagi publik.

Sejalan dengan pemikiran tersebut, Abdul Wahab (2005) menyatakan bahwa kebijakan publik adalah suatu tindakan yang memiliki sanksi, diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu, dan ditujukan untuk menyelesaikan masalah-masalah yang saling berkaitan serta mempengaruhi sebagian besar warga masyarakat. Dengan kata lain, kebijakan publik bukan hanya sekadar pernyataan niat, melainkan tindakan konkret yang dilandasi tujuan dan dampak sosial.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun para ahli memiliki sudut pandang yang berbeda, mereka sepakat bahwa kebijakan merupakan serangkaian tindakan yang terarah untuk mencapai tujuan tertentu. Secara umum, kebijakan dapat diartikan sebagai sebuah program kegiatan, nilai, taktik, dan strategi yang dipilih oleh individu atau kelompok, yang dapat diterapkan dan berdampak pada banyak orang dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2.1.3 Pengertian Meningkatkan Jumlah Pengunjung

Kata meningkatkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai menaikkan, mempertinggi, memperhebat, atau mengangkat diri. Kata ini berasal dari kata dasar tingkat, yang merujuk pada lapisan atau susunan dari sesuatu, serta dapat pula bermakna pangkat, taraf, atau kelas. Dengan demikian, meningkatkan mengandung makna memperbaiki atau membuat sesuatu menjadi lebih baik, baik dari segi kualitas, kuantitas, maupun taraf tertentu. Secara umum, istilah ini merujuk pada upaya untuk menambah derajat, tingkat, serta mutu dari suatu hal.

Sementara itu, istilah pengunjung merujuk pada individu yang melakukan perjalanan ke suatu destinasi, umumnya dalam jangka waktu kurang dari 24 jam. Berdasarkan definisi dari *The Union of Office Travel Organization (IUOTO)* dan *World Tourism Organization (WTO)*, pengunjung adalah seseorang yang melakukan perjalanan ke suatu negara atau tempat lain di luar

tempat tinggal biasanya, dengan tujuan selain melakukan kegiatan yang menghasilkan upah di lokasi yang dikunjungi. Definisi ini digunakan dalam konteks statistik pariwisata untuk mengkategorikan perjalanan non-komersial atau non-residensial.

Dengan demikian, meningkatkan jumlah pengunjung dapat dimaknai sebagai suatu upaya untuk menambah derajat, tingkat, kualitas, maupun kuantitas kunjungan ke suatu destinasi wisata. Upaya ini mencakup perbaikan dalam proses pengelolaan, pengembangan keterampilan, serta peningkatan kapasitas daya tarik wisata. Pengunjung dalam konteks ini dipahami sebagai individu yang melakukan perjalanan ke luar tempat tinggal tetapnya tanpa tujuan memperoleh penghasilan dari tempat yang dikunjungi. Oleh karena itu, peningkatan jumlah pengunjung mencerminkan pertumbuhan dalam statistik kunjungan wisata yang bersifat non-komersial.

2.1.4 Pengertian Museum

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan bahwa museum /mu·se·um/ /muséum/ adalah gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap benda-benda yang patut mendapat perhatian umum, seperti peninggalan sejarah, seni, dan ilmu; tempat menyimpan barang kuno. Arti kata yang dipaparkan menurut KBBI ini lebih pada bangunan atau gedung yang digunakan sebagai wadah penyimpanan benda-benda bersejarah atau memiliki nilai sejarah, seni, dan ilmu pengetahuan.

Museum berasal dari kata dari bangsa Yunani yaitu *muzum*, arti dari kata tersebut yaitu sembilan dewi pengetahuan dan dewi kesenian dari bangsa Yunani kuno (Amir, 1981:9). Menurut Schouten dalam Erza (2017), berdasarkan asal usul kata dan sejarahnya, museum merupakan sebuah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat dan perkembangannya terbuka untuk umum, yang bertugas merawat, mengumpulkan, melestarikan, meneliti, mengkomunikasikan dan memamerkan warisan sejarah kemanusiaan yang berwujud benda, untuk tujuan pendidikan, penelitian, dan hiburan.

Menurut Akbar (2010:3) museum merupakan lembaga, tempat penyimpanan, perawatan, pengamanan, dan pemanfaatan benda buktimateriil hasil budaya manusia, alam dan lingkungannya guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa menurut Pemerintah Republik Indonesia. Pengertian tersebut sebagaimana dituangkan dalam peraturan pemerintah Nomer 19 tahun 1995 tentang permuseuman.

Istilah museum telah dikenal oleh masyarakat secara umum, tetapi pemahaman mereka tentang arti museum masih kurang. Banyak orang menganggap bahwa museum hanya sekadar tempat untuk mengumpulkan dan menyimpan barang-barang antik. Selain itu, ada persepsi yang berkembang di masyarakat bahwa tugas orang yang bekerja di museum hanya sebatas menjaga barang-barang antik tersebut. Pandangan ini menyebabkan arti museum kurang dipahami

oleh masyarakat luas, padahal pengertian museum sebenarnya sangatlah luas.

Pemahaman mengenai museum perlu dipahami dengan teliti agar masyarakat dapat mengetahui dan memahami kebudayaan yang telah diwariskan dari masa lalu, karena museum berfungsi sebagai alat komunikasi kebudayaan di suatu daerah. Oleh karena itu, hasil kebudayaan tersebut harus dilestarikan dan dipamerkan kepada masyarakat umum (Sutaarga, 1990:33). Sulaiman dalam Asyhari (2013) menjelaskan bahwa pengertian museum telah dirumuskan oleh *ICOM (International Council of Museums)*, yaitu museum adalah lembaga yang bersifat tetap, tidak berorientasi pada keuntungan, dan terbuka untuk umum. Museum berfungsi untuk mengawetkan, mengkomunikasikan, dan memamerkan barang-barang bukti peradaban manusia dan lingkungan untuk tujuan penelitian, pendidikan, dan hiburan.

2.1.5 Teori Carl J. Friedrich tentang Kebijakan

Carl J. Friedrich (Leo Agustino, 2008:7) menyatakan bahwa kebijakan merupakan serangkaian proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau pemerintah, yang memiliki konsekuensi terhadap kepentingan berbagai pihak. Proses ini juga tidak terlepas dari adanya hambatan maupun peluang yang mempengaruhi keberhasilan dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Jika dilihat dari definisinya, kebijakan memiliki karakteristik yang khas. Meskipun Carl J. Friedrich tidak secara

eksplisit menyebutkan "indikator" dalam arti kuantitatif, namun konsep kebijakan yang ia kemukakan dapat dijabarkan menjadi sejumlah indikator yang mencerminkan proses perumusan dan pelaksanaan kebijakan, yaitu sebagai berikut:

1. Aktor Kebijakan

Aktor kebijakan merupakan pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam proses analisis dan perumusan kebijakan. Mereka dapat berperan sebagai perumus, pelaksana, maupun kelompok penekan yang aktif dan proaktif dalam interaksi dan relasi kebijakan.

2. Tujuan Kebijakan

Tujuan kebijakan adalah sasaran utama yang ingin dicapai oleh para aktor. Dalam pelaksanaannya, tujuan ini dapat berupa tujuan antara (*intermediate goals*) yang dirancang sebagai langkah menuju pencapaian tujuan akhir (*ultimate goals*) dari suatu kebijakan.

3. Serangkaian Tindakan

Kebijakan tidak hanya sekadar mencerminkan gagasan atau usulan, tetapi harus diwujudkan melalui tindakan nyata. Serangkaian tindakan ini menunjukkan langkah-langkah konkret yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan publik.

4. Lingkungan Kebijakan

Setiap kebijakan dilaksanakan dalam suatu lingkungan tertentu yang memiliki karakteristik sosial, politik, ekonomi, dan budaya yang mempengaruhi proses pelaksanaannya. Lingkungan ini juga menjadi latar belakang munculnya suatu isu atau masalah kebijakan.

5. Hambatan dan Peluang

Dalam pelaksanaan kebijakan, selalu terdapat hambatan dan peluang. Hambatan dapat berupa faktor-faktor yang menghalangi pencapaian tujuan, salah satunya adalah kepentingan yang saling bertentangan di antara para aktor kebijakan. Hambatan politik misalnya, dapat terjadi ketika berbagai kepentingan aktor tidak sejalan, sehingga menyebabkan kebijakan yang telah dirancang menjadi tidak tepat sasaran.

2.2 Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Anissa Aprilia Adhianti dan Herlinda (2020) berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran 7P Pengelola Museum Sejarah Jakarta dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Mancanegara” diterbitkan dalam *Jurnal Scriptura* Vol. 10 No. 1. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelola Museum Sejarah Jakarta menerapkan strategi komunikasi pemasaran dengan pendekatan bauran

pemasaran 7P (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*). Strategi tersebut meliputi promosi melalui media sosial dan brosur, penyelenggaraan event edukatif dan atraktif seperti atraksi teatrikal dan jelajah malam, penyediaan fasilitas berswafoto yang menarik, harga tiket yang terjangkau, serta pelayanan optimal oleh tenaga SDM yang telah mendapatkan pelatihan. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang terencana dan kreatif dapat meningkatkan daya tarik wisata museum, khususnya bagi wisatawan mancanegara.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Marlizar, Lisnawati, Suryani Murad, dan Hilman Firmansyah (2024) berjudul “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan pada Museum Aceh” dan diterbitkan dalam *Journal of Economics Science* Vol. 10 No. 2 oleh Universitas Ubudiyah Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis *SWOT* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) dan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Museum Aceh berada dalam kuadran I analisis *SWOT* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*), yang berarti mendukung strategi pertumbuhan agresif (*growth-oriented strategy*). Museum Aceh memiliki kekuatan seperti koleksi budaya yang unik, lokasi strategis, dan dukungan dari pemerintah, tetapi juga menghadapi kelemahan seperti kurangnya promosi digital, keterbatasan anggaran, dan minimnya sumber daya manusia terampil di bidang pemasaran. Rekomendasi dari penelitian ini antara lain perlunya penguatan promosi digital, kemitraan

eksternal, peningkatan fasilitas, dan perbaikan strategi pemasaran secara berkelanjutan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

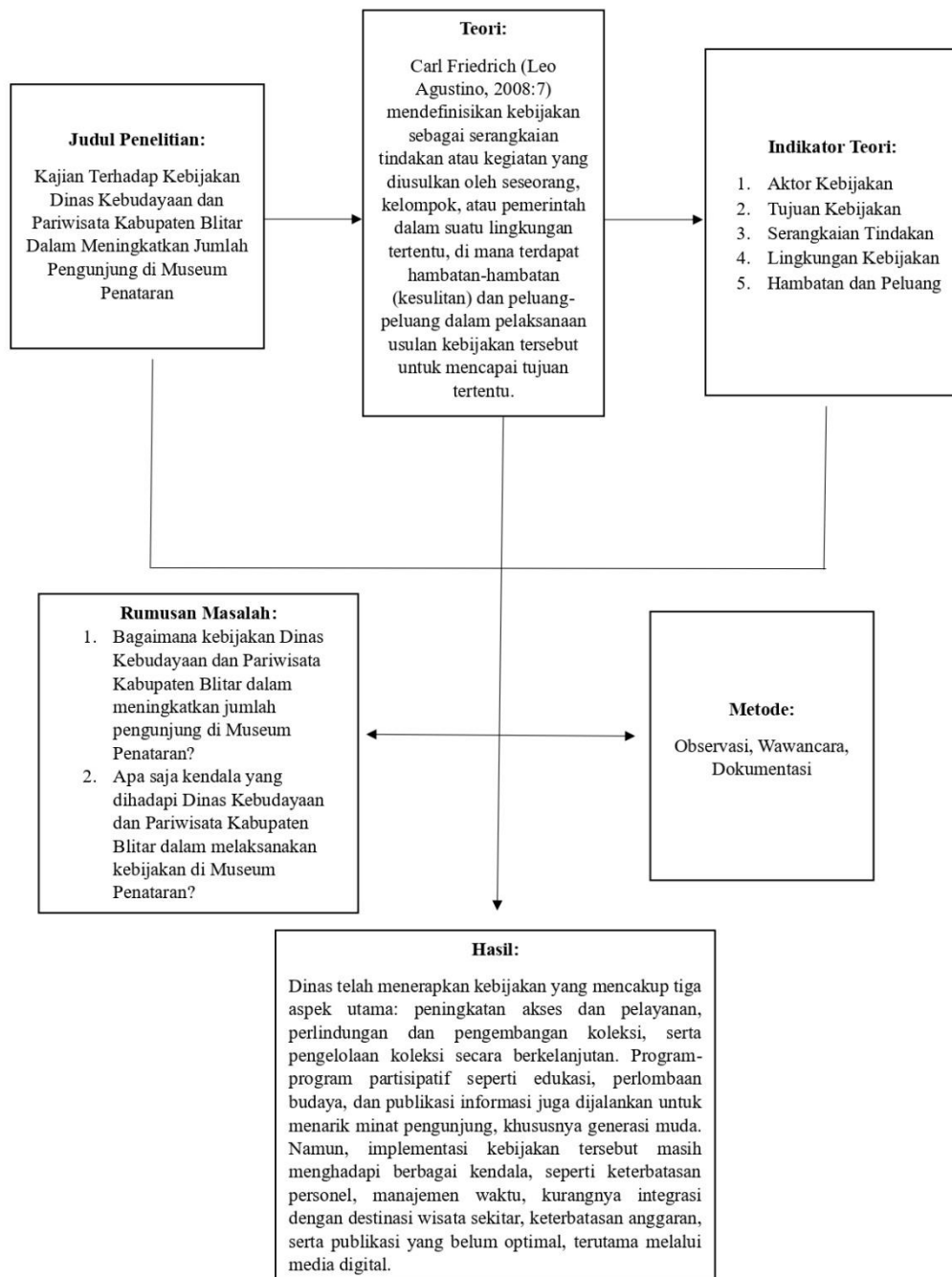
3. Penelitian yang dilakukan oleh Hulman Sinurat, Irene Silvia, dan Sabrin (2020) berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Berkunjung di Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara” diterbitkan dalam *Jurnal MESSAGE Komunikasi*, Volume 9 Nomor 1. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, dan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara belum maksimal. Meskipun museum telah melakukan sosialisasi melalui berbagai saluran seperti iklan, media sosial, dan kegiatan langsung ke sekolah-sekolah, namun keterbatasan anggaran, rendahnya kualitas pelayanan petugas, minimnya kegiatan kebudayaan, serta belum optimalnya kerja sama dengan komunitas dan tokoh budaya menjadi hambatan utama dalam meningkatkan minat pengunjung. Penelitian ini merekomendasikan perlunya peningkatan strategi komunikasi yang lebih kreatif, peningkatan kapasitas SDM, serta keterlibatan lebih luas dengan stakeholder budaya dan pariwisata lokal guna membangun citra museum sebagai pusat edukasi dan rekreasi budaya.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka dapat diartikan sebagai rancangan, sementara pemikiran merujuk pada ide atau gagasan yang dimiliki seseorang dan dituangkan dalam sebuah diskusi atau penelitian. Oleh karena itu, kerangka pemikiran adalah suatu gagasan yang didasari oleh teori, fakta, observasi, serta kajian

pustaka yang dilakukan secara empiris dan sistematis. Pendekatan empiris berarti cara yang dilakukan dapat diamati sehingga orang lain dapat memahami cara menggunakannya, sementara sistematis berarti alur yang dituangkan dalam penelitian mengikuti langkah-langkah yang logis dan masuk akal.

Menurut Sugiyono (2013), kerangka pemikiran merupakan alur berpikir atau alur penelitian yang dijadikan pola atau landasan berpikir peneliti dalam mengadakan penelitian terhadap objek yang dituju. Dengan demikian, kerangka pemikiran berfungsi sebagai pola berpikir peneliti dalam menyusun langkah-langkah penelitian yang dapat menyelesaikan arah rumusan masalah dan tujuan penelitian. Adapun kerangka berpikir yang dimaksudkan adalah:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Kajian Terhadap Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Blitar Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Museum Penataran