

INTISARI

Pengalaman merupakan produk utama museum yang kenangannya akan dibawa oleh pengunjung selepas berkunjung dari museum. Namun, museum belum optimal dalam menyajikan pamerannya demi terbentuknya pengalaman yang positif dan mengesankan bagi pengunjung. Kajian ini dilakukan di Museum Sonobudoyo sebagai lokasi penelitian karena merupakan museum milik Pemda DIY yang dapat digunakan sebagai contoh dalam pengelolaan bagi museum lain.

Kajian yang dilakukan meliputi evaluasi atas pengalaman yang diperoleh oleh pengunjung museum beserta rumusan strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan pengalaman pengunjung. Penelitian ini menggunakan konsep pengalaman dalam *economy experience* yang terdiri dari *education*, *escapist*, *esthetic*, dan *entertainment*, di mana memori menjadi tawaran utamanya. Obyek penelitian ini fokus pada pengunjung yang mengunjungi pameran tetap di Museum Sonobudoyo.

Tahapan penelitian terdiri atas pengumpulan data (kuesioner, wawancara, dan kajian pustaka), pengolahan data, dan perumusan strategi untuk meningkatkan pengalaman pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman yang dihadirkan oleh Museum Sonobudoyo masih didominasi oleh pengalaman yang bersifat pasif berupa *esthetic* dan *entertainment*. Sedangkan pengalaman yang menuntut keaktifan pengunjung yaitu, *education* dan *escapist* masih kurang disajikan oleh museum kepada pengunjung. Strategi yang dapat dilakukan oleh museum adalah dengan merancang pameran yang dapat mendorong pengunjung untuk aktif secara fisik, tidak sekedar melihat koleksi yang dipamerkan.

Kata Kunci: Sonobudoyo, Pengalaman, *Experience Economy*

ABSTRACT

Experience is museum main product which will be carried along by its visitor as memories. Nevertheless, how museum present its exhibitions to gain positive and impressive experience from the visitors is not optimal yet. This research conducted in Museum Sonobudoyo which is belongs to The Regional Government of Special Region of Yogyakarta. This museum is chosen as a management example for other museums. The research comprises of museum visitors experience evaluation and strategy formulation to enhance the visitor's experience.

This research applying the concept of experience in the form of economy experience which consist of education, escapist, esthetic, entertainment and memories as the main offer. The object of this research is focused on the visitors of Museum Sonobudoyo permanent exhibition.

The phases of this research consist of data collection (questionnaire, interview and literature studies), data processing, and strategy formulation to elevate visitor experience. The result of this research shows that the experience presented by Museum Sonobudoyo is dominated by passive experience in the form of esthetic and entertainment. While the experience which require visitors activity i.e. education and escapist is less presented by the museum. Strategy that can be conducted by the museum is designing exhibition that encourage visitors to get physically active and not merely seeing the museum collection in the exhibition.

Keywords: Sonobudoyo, Experience, *Experience Economy*