

# **VIRTUAL TOUR SEBAGAI STRATEGI UNIT PELAKSANA TEKNIS DINAS (UPTD) TUGU PAHLAWAN DALAM PENGELOLAAN MUSEUM SEPULUH NOPEMBER KOTA SURABAYA PADA MASA PANDEMI COVID-19**

**Rafli Setyawan Najid**

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[pankrafli@gmail.com](mailto:pankrafli@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi virtual tour yang digunakan oleh UPTD Tugu Pahlawan dalam pengelolaan Museum Sepuluh Nopember Kota Surabaya pada masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif yaitu penelitian yang memiliki tujuan untuk menggambarkan suatu penjelasan secara sistematis melalui data yang telah diperoleh penulis berdasarkan nalar peneliti dalam menghubungkan data, fakta, dan informasi yang didapatkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dari penelitian ini merupakan Staff Kurator Museum, Staff Edukator Museum, dan pengunjung museum yang telah mengikuti kegiatan virtual tour. Berdasarkan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dengan dilaksanakannya kegiatan *virtual tour*, pengunjung meningkat meskipun tidak terlalu signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya pada masa sebelum pandemi. Virtual tour menjadi strategi yang cukup berhasil dikarenakan museum yang ditutup sementara. Virtual tour juga telah memanfaatkan sarana-prasarana yang ada. Meliputi SDM, perlengkapan seperti kamera, laptop, dan koneksi internet. Hal ini tentu selaras dengan Kuadran SO yang telah dijelaskan pada diagram silang analisis SWOT oleh Freddy Rangkuti yang mendukung strategi agresif yakni Museum Sepuluh Nopember dapat melakukan inovasi terhadap produk virtual yang akan digunakan oleh Museum Sepuluh Nopember, serta meningkatkan SDM yang dapat memanfaatkan teknologi dan sosial media guna mempromosikan museum itu sendiri maupun kegiatan yang akan dilakukan.

**Kata Kunci : Virtual Tour, Strategi, Museum Sepuluh Nopember**

## **PENDAHULUAN**

Surabaya merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Timur yang memiliki letak di Timur pulau Jawa. Sebagai kota metropolitan, sebagian penduduk Surabaya bergerak dalam bidang perdagangan, industri dan jasa. Di sektor pariwisata, Surabaya memiliki beberapa obyek wisata yang banyak dijadikan tujuan wisata oleh warga lokal, pengunjung dari luar kota, maupun pengunjung dari mancanegara. Adapun beberapa obyek wisata yang dimiliki kota Surabaya yaitu Kebun Binatang Surabaya, Pantai Kenjeran, serta museum. Surabaya memiliki tujuh museum yang dikelola oleh Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD). Antara lain adalah Museum Sepuluh Nopember, Museum H.O.S. Tjokroaminoto, Museum Olahraga

Surabaya, Museum Pendidikan Surabaya, Museum WR. Soepratman, Museum Dr. Soetomo, dan Museum Surabaya.

Kota Surabaya menjadi tempat terjadinya pertempuran 10 Nopember 1945 melawan penjajah dari Britania Raya yang merenggut ribuan korban dari warga Surabaya. Pertempuran 10 Nopember 1945 dan aksi heroik dari masyarakat Surabaya menjadikan Kota Surabaya dikenal dengan sebutan Kota Pahlawan.

Museum Sepuluh Nopember dibangun pada 10 November 1991 dan diresmikan pada tanggal 19 Februari 2000 dan dibangun di area kompleks Monumen Tugu pahlawan. Bangunan museum ini berada dibawah tanah yang memiliki dua lantai. Di area luar museum terdapat mobil milik Bung Tomo yang dipajang di area Tugu Pahlawan. Pada lantai pertama terdapat patung-patung yang menggambarkan masyarakat Surabaya pada saat pertempuran. Lalu ada rekaman pidato dari Bung Tomo untuk membangkitkan masyarakat Surabaya pada saat akan melakukan pertempuran. Di lantai pertama juga terdapat pemutaran film berdurasi 10 menit yang menceritakan tentang perjuangan warga Surabaya pada waktu itu yang membuat salah satu jendral dari penjajah tewas. Pada lantai dua terdapat beberapa koleksi pribadi milik Bung tomo dan beberapa koleksi senjata milik penjajah terdahulu. Adapun beberapa lukisan atau video elektronik yang menggambarkan bagaimana peristiwa-peristiwa pada saat pertempuran itu terjadi. Dan banyak benda-benda sejarah lainnya.

Museum Sepuluh Nopember menjadi tujuan wisata bagi masyarakat Surabaya maupun masyarakat dari seluruh Indonesia, dan juga dijadikan tujuan oleh beberapa instansi sekolah mulai dari tingkat Taman Kanak-Kanak (TK) sampai tingkat Mahasiswa. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan kepada generasi penerus tentang sejarah panjang dan aksi heroik masyarakat Surabaya dalam mempertahankan Kota Surabaya dari penjajah.

Berdasarkan observasi yang telah peneliti lakukan, Museum Sepuluh Nopember Kota Surabaya yang dikelola oleh Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Tugu Pahlawan melakukan beberapa strategi untuk menghadapi situasi pandemi yang disebabkan oleh Covid-19 yang menyebabkan Museum Sepuluh nopember tutup sementara. Sebagaimana pendapat tentang strategi yang dikemukakan oleh (Freddy Rangkuti, 2009) Strategi merupakan rencana induk komprehensif yang menggambarkan bagaimana perusahaan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya.

. Pandemi yang diakibatkan oleh virus Covid-19 membuat Museum Sepuluh Nopember tutup sementara pada saat awal pandemi yaitu pada bulan Maret 2019 demi memutus mata rantai virus Covid-19, dan dikarenakan adanya kebijakan pemerintah yang berdampak untuk beberapa sektor, khususnya sektor pariwisata. Namun, Museum Sepuluh Nopember melakukan penyesuaian terhadap kondisi pandemi yang sedang terjadi. Penyesuaian kondisi ini dilakukan oleh pengelola Museum Sepuluh Nopember yaitu Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Kota Surabaya untuk meningkatkan minat pengunjung serta pengunjung tidak perlu khawatir akan kondisi pandemi yang sedang terjadi.

Strategi yang dilakukan adalah pembuatan *virtual tour*, yang dimana pengunjung bisa tetap melakukan kunjungan ke museum tanpa harus langsung datang ke tempat. Pengunjung bisa melakukan kunjungan secara online serta sudah ada pemandu museum yang akan memberikan informasi detail mengenai Museum Sepuluh Nopember. Pengunjung juga dapat berinteraksi maupun melakukan tanya jawab dengan pihak pemandu mengenai Museum Sepuluh Nopember. Strategi lain yang dilakukan oleh Unit Pelaksana Teknis Daerah untuk

meningkatkan minat pengunjung namun tetap mematuhi protokol kesehatan yang telah diatur adalah pembelian tiket masuk secara online. Hal ini dilakukan agar mengurangi kontak fisik yang terjadi, serta melakukan pengecekan suhu sebelum masuk ke area museum. Dan untuk masuk ke museum harus telah melakukan vaksinasi dan menggunakan aplikasi Peduli Lindungi demi keamanan bersama. Namun dengan menggunakan strategi *virtual tour* belum mampu untuk meningkatkan minat pengunjung seperti sebelum pandemi melanda. Maka dari itu, perlu adanya pembenahan strategi yakni dengan menggunakan analisis SWOT. Dimana dengan menggunakan analisis SWOT ini, pihak UPTD Tugu Pahlawan dapat meningkatkan strategi yang telah dilakukan dengan melihat faktor internal yang dimiliki dengan melihat kekuatan atau keunggulan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) serta melihat faktor eksternal yang dimiliki atau yang akan dihadapi yakni peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Sehingga dengan menggunakan analisis SWOT, UPTD Tugu Pahlawan bisa melakukan inovasi dalam pembuatan strategi dengan melihat dan menyesuaikan faktor internal yang ada dan faktor eksternal yang akan dihadapi

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Inovasi yang dilakukan dengan cara memajukan transformasi digital di sektor pariwisata yang melakukan virtual tour menjadi salah satu jawaban untuk bisa bangkit dari pandemi yang melanda. Melalui virtual tour, wisatawan tetap bisa menjelajahi tempat dan objek wisata tanpa perlu keluar dari rumah dan hanya memerlukan bekal koneksi internet dan gadget sebagai sarana kegiatan virtual tour. (Wayan & Satyarini, n.d.)

Media sosial, media, atau blog adalah media sebagai strategi dalam virtual tour. Pemandu atau edukator adalah salah satu profesi garis depan terpenting dalam industri pariwisata. Keberhasilan kualitas pelayanan dalam industri pariwisata sangat bergantung pada kinerja pemandu wisata, sehingga pemandu wisata memegang peranan penting dalam kepuasan wisatawan dan niat kunjungan kembali. (Huang, 2010)

SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) adalah identifikasi sistematis dari berbagai faktor dalam mengembangkan strategi layanan. Analisis ini dapat memaksimalkan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman. (Freddy Rangkuti, 2003)

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Analisis data kualitatif melibatkan bekerja dengan data, pengorganisasian data, pemilihan data ke dalam unit-unit yang dapat dikelola, sistematisasi, menarik dan menemukan pola, menemukan apa yang penting untuk dipelajari, dan mengkomunikasikan kepada orang lain. Ini adalah upaya yang dibuat oleh keputusan. Meleong, Lexy J. (2003). Terdapat 4 informan didalam penelitian ini, yakni Staff Kurator Museum Sepuluh Nopember, Staff Edukator Museum Sepuluh Nopember, dan 2 pengunjung Museum Sepuluh Nopember yang telah mengikuti kegiatan *virtual tour*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori Analisis SWOT oleh (Freddy Rangkuti, 2003) Menurut Freddy Rangkuti Analisis SWOT menggambarkan suatu kondisi

dan merupakan masalah, proyek, atau konsep bisnis berdasarkan faktor internal (internal): kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), dan faktor eksternal (eksternal): peluang, ancaman. SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) adalah identifikasi sistematis dari berbagai faktor dalam mengembangkan strategi layanan. Analisis ini dapat memaksimalkan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman. Berikut hasil penelitian yang telah didapatkan:

<i>Strength</i> (Kekuatan)	
1.	<i>Virtual tour</i> lebih praktis daripada berkunjung langsung ke museum
2.	Lewat <i>virtual tour</i> lebih efektif untuk memperoleh ilmu tentang Museum Sepuluh Nopember.
3.	<i>Virtual tour</i> lebih efisien bagi pengunjung.
4.	Koleksi di Museum Sepuluh Nopember telah memiliki versi digital atau telah memiliki foto, akibatnya pihak museum tidak kesulitan dalam pembuatan konten.

<i>Weakness</i> (Kelemahan)	
1.	Melalui <i>virtual tour</i> tidak bisa mendapatkan nuansa yang sama dibandingkan dengan berkunjung langsung disebabkan koleksi di museum telah di desain agar dapat merasakan nuansa dari koleksi tersebut.
2.	Waktu yang terbatas menyebabkan pengunjung tidak bisa leluasa menelusuri museum.
3.	Jika dilihat dari data pengunjung museum, hasilnya <i>virtual tour</i> tidak membuat pengunjung museum menjadi lebih banyak dibandingkan sebelum pandemi.
4.	Jika sinyal terganggu maka <i>virtual tour</i> tidak akan berjalan lancar.

<i>Opportunity</i> (Peluang)	
1.	Jika dilihat dari data pengunjung museum, Museum Sepuluh Nopember memiliki pengunjung yang paling tinggi dibandingkan dengan museum lain yang ada di Surabaya.
2.	Menjadi alternatif produk baru bagi Museum Sepuluh Nopember.
3.	Dapat menjangkau peminat Museum Sepuluh Nopember lebih luas.

<i>Threats</i> (Ancaman)	
1.	Apabila tidak melakukan inovasi maka akan monoton dan tertinggal oleh teknologi yang berkembang dengan cepat.
2.	Jika sinyal pengunjung maupun pihak museum terputus maka akan menyebabkan terganggunya aktivitas <i>virtual tour</i> .

Dari uraian di atas, maka penulis membuat matriks SWOT sebagai berikut:

<b>INTERNAL</b>	<b>KEKUATAN (S)</b>	<b>KELEMAHAN (W)</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Virtual tour</i> lebih praktis daripada berkunjung langsung ke museum,</li> <li>➤ Lewat <i>virtual tour</i> lebih</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Melalui <i>virtual tour</i> tidak bisa mendapatkan nuansa yang sama dibandingkan dengan berkunjung</li> </ul>

	<p>efektif untuk memperoleh ilmu tentang Museum Sepuluh Nopember,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Virtual tour</i> lebih efisien bagi pengunjung,</li> <li>➤ Koleksi di Museum Sepuluh Nopember telah memiliki versi digital atau telah memiliki foto, akibatnya pihak museum tidak kesulitan dalam pembuatan konten.</li> </ul>	<p>langsung disebabkan koleksi di museum telah di desain agar dapat merasakan nuansa dari koleksi tersebut,</p> <p>Waktu yang terbatas menyebabkan pengunjung tidak bisa leluasa menelusuri museum,</p> <p>Jika dilihat dari data pengunjung museum, hasilnya <i>virtual tour</i> tidak membuat pengunjung museum menjadi lebih banyak dibandingkan sebelum pandemi.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Jika sinyal terganggu maka <i>virtual tour</i> tidak akan berjalan lancar.</li> </ul>
<b>EKSTERNAL</b>		
<b>PELUANG (O)</b>	<b>STRATEGI (S-O)</b>	<b>STRATEGI (W-O)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Jika dilihat dari data pengunjung museum,</li> </ul> <p>Museum Sepuluh Nopember memiliki pengunjung yang paling tinggi dibandingkan dengan museum lain yang ada di Surabaya, Menjadi alternatif produk baru bagi Museum Sepuluh Nopember, Dapat menjangkau peminat Museum Sepuluh Nopember lebih luas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Meningkatkan kualitas SDM yang dimiliki oleh pihak museum, Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana museum, Selalu melakukan inovasi dalam pembuatan konten maupun produk yang akan diberikan untuk pengunjung.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Meningkatkan kegiatan promosi untuk <i>virtual tour</i> guna dapat menjangkau pengunjung yang lebih luas lagi, Meningkatkan jaringan yang dimiliki guna memperlancar berjalannya <i>virtual tour</i>.</li> </ul>
<b>ANCAMAN (T)</b>	<b>STRATEGI (S-T)</b>	<b>STRATEGI (W-T)</b>

Berdasarkan analisis SWOT di atas, maka faktor-faktor pendukung *virtual tour* sebagai strategi Museum Sepuluh Nopember pada masa pandemi Covid-19 adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan SDM termasuk pemandu atau edukator museum guna pengunjung dapat merasakan nuansa yang sama dengan pada saat berkunjung museum secara langsung.
2. Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana museum.
3. Giat melakukan *live streaming* di sosial media guna menghindari sinyal salah satu pihak yang menyebabkan terhambatnya *virtual tour*, sebab melalui *live streaming* pengunjung dapat melakukan reka ulang dari kegiatan *virtual tour* tersebut.
4. Meningkatkan kegiatan promosi untuk *virtual tour* guna dapat menjangkau pengunjung yang lebih luas lagi.
5. Mempertahankan dan meningkatkan inovasi tentang *virtual tour* yang telah dilakukan di Museum Sepuluh Nopember.

Maka berlandasan dari hasil penelitian diatas bahwa Unit Pelaksana Teknis Dinas Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember Kota Surabaya harus membenahi dan selalu melakukan inovasi SDM guna meminimalkan kelemahan serta ancaman yang ada terhadap *virtual tour* yang digunakan oleh Museum Sepuluh Nopember guna menjadi strategi pada saat pandemi Covid-19 yang menyebabkan museum dilarang beroperasi untuk sementara. Sejalan dengan misi Museum yaitu;

1. Melayani masyarakat dengan standart prima.
2. Mengembangkan sistem pengelolaan museum.
3. Mewujudkan fungsi edukasi, riset dan rekreasi.
4. Menjalin sinergitas dan koneksitas publik.
5. Mengembangkan sarana dan prasarana.
6. Melaksanakan program kegiatan edukatif Indonesia.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan Analisa yang telah peneliti lakukan di bab sebelumnya mengenai *virtual tour* sebagai strategi Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember Kota Surabaya pada masa pandemi Covid-19 yang diharap dapat memberikan manfaat bagi UPTD Tugu Pahlawan Kota Surabaya agar dapat memberikan perbaikan dan perubahan untuk masa yang akan mendatang.

Hasil dari temuan peneliti pada penelitian yang telah dilakukan, peneliti melakukan penyimpulan bahwa pelaksanaan *virtual tour* oleh UPTD Tugu Pahlawan di Museum Sepuluh Nopember sudah terlaksana dengan baik dikarenakan dengan kebijakan pelayanan secara daring sesuai dengan Perwali Surabaya Nomor 28 Tahun 2020 pasal 12 ayat 3 yang menyebabkan Museum Sepuluh Nopember tutup sementara.dengan adanya pelaksanaan *virtual tour*, mampu meningkatkan jumlah pengunjung sesuai dengan data pengunjung milik Museum Sepuluh Nopember:

No.	Tahun	Jumlah Pengunjung
1.	2017	300,976 orang
2.	2018	324,175 orang

3.	2019	333,620 orang
4.	2020	73,980 orang
5.	2021	29,029 orang

Sumber : Kantor UPTD Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember

Dengan dilaksanakannya kegiatan *virtual tour*, pengunjung meningkat meskipun tidak terlalu signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya pada masa sebelum pandemic, namun mengalami penurunan pada tahun selanjutnya. *Virtual tour* menjadi strategi yang cukup berhasil namun masih diperlukan inovasi dan perbaikan dikarenakan museum yang ditutup sementara dan menjadi kegiatan satu-satunya pada saat pandemi Covid-19. *Virtual tour* juga telah memanfaatkan sarana-prasarana yang ada. Meliputi SDM, perlengkapan seperti kamera, laptop, dan koneksi internet.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Freddy Rangkuti. (2003). *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.

Freddy Rangkuti. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Huang, H. & C. (2010). *tour guide performance and tourist satisfaction: a study of the package tours in shanghai*. Journal of Hospitality & Tourism Research.

Wayan, N., & Satyarini, M. (n.d.). Interaktif Virtual Tur Melalui Media Elektronik: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Wisatawan, Word of Mouth dan Niat Untuk Berkunjung Kembali. *Journal Ekombis Review*, 10(1), 189–197. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1>

Peraturan Walikota Surabaya Nomor 82 tahun 2016

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 66 Tahun 2015 Tahun 2015