



Studi Kasus Minat Berkunjung Gen Z Ke Museum Wayang

Vinnieta Patricia¹, Vishnuvardhana S Soeprapto²

^{1,2}Universitas Bunda Mulia, Indonesia

E-mail: patriciavinnieta@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-09-17 Revised: 2023-10-23 Published: 2023-11-04	Indonesia has many cultures, and one of the places to store and perpetuate these heritages is a museum. One of them is the Puppet Museum which stores culture in the form of a collection of puppets from various regions in Indonesia. However, it's a shame that museums are considered unattractive and one of them is Gen Z who is less interested and doesn't even know that there are several museums that are quite famous in Jakarta. This study uses a qualitative research method, the method of analysis used is a case study, namely research that has exact characteristics or is difficult to measure with numbers. There were 6 informants in this study, namely 3 people who were museum employees, and 3 people who were Gen Z visitors and carried out at the Kota Tua Puppet Museum. The results of this study are that Gen Z is indeed less interested or lacks the initiative to visit museums, but they will still visit museums if there is an invitation or encouragement from others. And even though the management of the museum has tried to carry out promotions, this promotion has not been conveyed to the public, especially Gen Z. The author has suggestions for taking actions that can increase the public's exposure, such as by providing large ornaments related to wayang in the front area of the museum, registering blue ticks for all social media accounts owned by the Puppet Museum, and actively attracting visitors. follow social media accounts owned by the Puppet Museum.
Keywords: Culture; Museums; Gen Z; Interest in Visiting.	

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-09-17 Direvisi: 2023-10-23 Dipublikasi: 2023-11-04	Indonesia memiliki banyak budaya, dan salah satu tempat untuk menyimpan dan mengabadikan peninggalan tersebut adalah museum. Salah satunya adalah Museum Wayang yang menyimpan Budaya berupa koleksi Wayang dari berbagai wilayah di Indonesia. Namun, sayangnya museum dianggap kurang menarik dan salah satunya adalah Gen Z yang kurang tertarik bahkan tidak tahu akan adanya beberapa museum yang cukup terkenal di Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif, metode analisis yang digunakan adalah Studi Kasus, yaitu penelitian yang memiliki sifat eksak atau sulit diukur dengan angka. Narasumber yang ada dalam penelitian ini berjumlah 6 orang, yaitu 3 orang yang merupakan karyawan museum, dan 3 orang yang merupakan pengunjung Gen Z dan dilakukan pada Museum Wayang Kota Tua. Hasil dari penelitian ini ialah bahwa Gen Z memang kurang tertarik atau kurang berinisiatif untuk mengunjungi museum, namun mereka tetap akan berkunjung ke museum bila ada ajakan atau dorongan dari orang lain. Dan walaupun pihak pengelola museum sudah berusaha melakukan promosi, namun promosi tersebut kurang tersampaikan pada masyarakat terutama Gen Z. Penulis memiliki saran untuk melakukan tindakan yang dapat meningkatkan <i>exposure</i> yang dimiliki kepada masyarakat seperti dengan cara memberikan ornamen yang besar yang berhubungan dengan wayang pada area depan museum, mendaftarkan centang biru untuk semua akun sosial media yang dimiliki oleh Museum Wayang, serta seara aktif untuk membuat pengunjung memfollow akun sosial media yang dimiliki oleh Museum Wayang.
Kata kunci: Budaya; Museum; Gen Z; Minat Berkunjung.	

I. PENDAHULUAN

Indonesia telah diakui UNESCO sebagai negara yang kaya akan budaya. Menurut T. A. Fauzi Soelaiman, warisan budaya tak benda Indonesia juga sudah banyak diakui oleh UNESCO (Antara, 2017). Warisan budaya takbenda yang telah diakui UNESCO, seperti gamelan, pantun, pecak silat, tari saman,

angklung, batik, keris, wayang, dan lain-lain. Warisan budaya Indonesia dipamerkan di sebuah museum.

Berdasarkan Asosiasi Museum Indonesia (AMI), DKI Jakarta merupakan Provinsi dengan jumlah museum terbanyak di Indonesia diikuti Provinsi Jawa Timur dan Jawa Tengah. Namun, sayangnya banyak orang yang tidak mengetahui

keberadaan museum tersebut salah satunya adalah Gen Z (Generasi Z) yang lahir pada tahun 1995–2010. Menurut Mardiyah (2019) Gen Z merupakan orang yang lahir pada tahun 1995–2010 dan banyak dari mereka yang tumbuh besar dengan perangkat pintar dan semacamnya walaupun tidak semua. Berdasarkan hasil wawancara terbatas pada sekelompok Gen Z, menyatakan bahwa museum kurang menarik dan bahkan ada sebagian yang tidak mengetahui adanya sebuah museum. Selaras dengan pernyataan Wakil Bupati Sleman Danang Marsha, “Museum seringkali dipandang tidak menarik. Karena itu, perlu strategi yang efektif untuk menarik minat pengunjung terutama generasi muda” (Fakhrudin, 2021). Rendahnya minat Gen Z mengunjungi museum dikarenakan kurangnya promosi yang mengenalkan museum pada publik, tidak ada aktivitas menarik yang dapat dilakukan di museum, bangunan museum tua, dan terbengkalai seperti Museum Telekomunikasi di area Taman Mini Indonesia Indah.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi DKI Jakarta tahun 2019 terdapat sebanyak 72 Museum yang terdaftar, namun saat pandemi COVID-19 beberapa museum tidak beroperasi. Berdasarkan data BPS pada tahun 2019-2021, museum dibagi menjadi 6 kategori yaitu: Museum Seni Rupa, Museum Arkeolog dan Sejarah, Museum 6 IPTEK, Museum Khusus, Museum Umum (Pusat), Museum Kebun Binatang dan Aquaria. Pada tahun 2021 jumlah pengunjung museum wayang (20.632) menempati posisi kedua setelah sejarah Jakarta dan prasasti (51.952) (BPS, 2021). Museum Wayang merupakan salah satu museum populer di Jakarta yang terletak di kawasan Kota Tua (Oktaviani, 2022). Koleksi museum wayang Indonesia meliputi wayang kulit, wayang golek, wayang revolusi. Selain itu, terdapat koleksi boneka dari berbagai negara, patung kayu, dan koleksi gamelan. Beberapa keunggulan dari museum wayang yaitu, akses sangat mudah dan murah, lokasi berdekatan dengan museum lain, dan restoran bernuansa jadul dan toko yang menjual aneka jajanan, serta mainan jaman dahulu. Namun, bangunan museum tidak cukup besar, jam buka Museum ini terlalu singkat hanya dari jam 09.00–15.00, tidak semua orang suka bangun dan keluar pada saat pagi atau siang hari, banyak yang menunggu matahari lebih redup untuk berwisata kesana mengingat Kota Tua adalah kawasan yang terbuka. Untuk mengatasi

hal tersebut, pemerintah sedang membangun proyek MRT yang jalurnya akan sampai di daerah Kota Tua, sehingga nantinya akan mendatangkan wisatawan yang baru, salah satunya orang yang penasaran dan ingin mencoba rute baru MRT. Pihak pengelola museum dapat lebih aktif untuk mempromosikan Museum Wayang di media sosial seperti membuat konten mengenai fakta unik atau sejarah wayang, dan juga mengadakan pertunjukan wayang untuk menarik minat wisatawan.

Minat berkunjung merupakan perilaku konsumen dalam memutuskan untuk mengunjungi suatu objek wisata berdasarkan pengalamannya dalam perjalanan wisata (Kotler & Armstrong, 2014). Untuk mendatangkan minat berkunjung dari wisatawan, tentunya harus ada daya penarik untuk memotivasi wisatawan agar ingin berkunjung (Parhusip & Arida, 2018). Beberapa faktor yang memotivasi seseorang untuk berwisata yaitu iklim, jarak, sejarah, bentangan alam, biaya akomodasi, hiburan, makanan, minat pribadi, tren pariwisata, strategi pemasaran, harga barang dan jasa pada lokasi tujuan wisata, perjalanan bisnis, dan rekomendasi seseorang (Parhusip & Arida, 2018). Menurut Indriani (2022) citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada destinasi lokal. Selain itu, penataan benda koleksi museum berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Museum (Parwoto et al., 2020). Generasi Z melihat museum sebagai sarana pendidikan yang memberikan ruang bagi mereka untuk mengasah keterampilan dan pengetahuan (Istina, 2022). Semangat gen Z menjadi modal penting dalam mempromosikan wisata berbasis sejarah (Simanungkalit, 2022). Selaras dengan penelitian Effendy (2021) bahwa promosi berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan di museum.

Generasi Z sudah akrab dengan teknologi sejak kecil (Youarti & Hidayah, 2018), sehingga pengetahuan tentang eksistensi museum rendah dan minat mengunjungi museum kurang. Penelitian terkait minat mengunjungi objek wisata kota tua telah diteliti (Amelia & Patricia, 2021), namun diperlukan penelitian secara lebih spesifik pada museum wayang kota tua. Berdasarkan latar belakang tersebut rumusan masalah penelitian ini yaitu produk apa saja yang dipamerkan Museum Wayang Kota Tua untuk menarik wisatawan? Upaya apa saja yang dilakukan pengelola untuk mempromosikan Museum Wayang? Kendala apa saja yang

dihadapi oleh pihak pengelola museum dalam mengembangkan dan mempromosikan Museum Wayang Kota Tua?

Tujuan penelitian ini yaitu untuk melakukan analisa yang lebih detail mengenai minat berkunjung Gen Z ke Museum Wayang Kota Tua dan atraksi serta promosi apa saja yang nantinya harus dilakukan oleh pihak pengelola untuk dapat meningkatkan keinginan dan ketertarikan masyarakat terutama Gen Z karena pada saat ini mereka berada pada usia yang produktif untuk mengunjungi Museum Wayang Kota Tua. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk penelitian yang akan datang Selanjutnya, dapat berguna bagi pihak pengelola Museum untuk memaksimalkan potensi (benda yang dipamerkan, atraksi) yang dimiliki oleh Museum Wayang untuk dapat meningkatkan jumlah wisatawan.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif studi kasus. Menurut Corbin & Strauss (2008) penelitian kualitatif dapat digunakan untuk meneliti kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, gerakan sosial atau hubungan kekerabatan. Peneliti sebagai instrumen kunci dalam mengumpulkan data secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dokumentasi), sehingga data yang diperoleh bersifat kualitatif. Selaras dengan Murdiyanto (2020) juga mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif (tertulis) maupun lisan dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif berupaya memahami makna dan keunikan dengan mengkonstruksikan fenomena dan merumuskan hipotesis (Sugiyono, 2014). Metode ini dipilih karena dapat menyajikan sebuah program, kejadian, aktivitas, suatu proses, satu atau lebih individu secara lebih mendalam (Creswell, 2014), sehingga diharapkan dapat menjawab tujuan penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Museum Wayang Kota Tua Jakarta Barat. Berdasarkan wawancara terbatas pada beberapa narasumber usia 13-28 tahun, ditemukan kesimpulan bahwa narasumber kurang mengetahui beberapa museum di Jakarta salah satunya Museum Wayang. Sehingga, tempat tersebut dipilih sebagai objek penelitian. Teknik pengumpulan data penelitian melalui observasi secara langsung ke Museum Wayang Kota Tua. Observasi tidak hanya terbatas pada manusia saja, namun objek-objek alam lainnya

juga dapat menjadi objek observasi. Dan melalui kegiatan observasi ini peneliti dapat mempelajari perilaku dan maknanya. Kemudian melakukan wawancara tidak terstruktur untuk memperoleh hasil yang lebih kuat dan mendalam. Wawancara tidak terstruktur dilakukan dengan tidak menggunakan pedoman tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya (makbul 2021). Mendokumentasikan proses wawancara dan koleksi dalam museum sebagai bukti pendukung penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan UP Museum Wayang dan Gen Z. Sampel penelitian ini yaitu ketua pelaksana pelayanan museum, pengelola museum, pemandu wisata museum, dan tiga pengunjung museum dari generasi Z. Alasan peneliti memilih ketua pelaksana pelayanan museum karena memiliki pemahaman yang lebih mengenai Museum Wayang. Memilih pengelola museum dan pemandu wisata museum dengan pertimbangan mereka memiliki pengetahuan tentang isi museum daya tarik museum agar dapat menyampaikannya pada wisatawan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara narasumber 1 bahwa Museum Wayang ini diresmikan pada 13 Agustus 1975 oleh Walikota yang saat itu menjabat yaitu Ali Sadikin. Jadi saat ini Museum Wayang sudah berdiri selama 48 tahun lamanya. Sebelum menjadi museum, bangunan sebelumnya adalah gereja. Museum Wayang memiliki banyak sekali daya tarik mulai dari koleksi wayang yang cukup lengkap dibandingkan museum wayang lain, gedung wayang yang berdiri sejak abad 17, maupun lokasi yang strategis di kawasan kota tua. Pengelola museum aktif dalam mempromosikan museum terutama di media sosial. Jumlah pengunjung yang diterima oleh museum bervariasi. Saat ini museum masih menggunakan jam operasional yang diberlakukan ketika terjadi pembatasan pengunjung dan akan ada kemungkinan untuk berubah ke jadwal semula di kemudian hari. Pihak museum melakukan perawatan rutin oleh tenaga yang berasal dari museum dan pihak museum juga memanggil tenaga alih melakukan perawatannya tenaga ahli tersebut juga disebut oleh konservator. Kemudian, narasumber 2 menyebutkan bahwa Museum Wayang sudah tidak melakukan pembatasan pengunjung dari pemerintah, tetapi mereka tetap membatasi pengunjung agar tidak terlalu banyak untuk menjaga bangunan museum. Ada beberapa cara

yang dilakukan untuk menjaga museum seperti melakukan renovasi dan perbaikan kecil tetapi tidak merubah struktur bangunan. Selain pada bangunan pihak pengelola juga menambahkan beberapa fasilitas lainnya untuk pengunjung seperti akses untuk disabilitas di beberapa bagian dan permainan. Ada berbagai pengunjung yang datang ke museum sehingga bisa juga terjadi keributan di museum namun hal tersebut ditangani. Narasumber 3 menambahkan bahwa pengunjung yang datang satu tahun kebelakang lebih banyak pelajar dikarenakan mengunjungi museum masuk dalam kurikulum merdeka, dan keluarga dan manula biasanya mengunjungi museum pada akhir pekan apalagi saat ada pagelaran wayang.

Hasil wawancara dengan generasi Z yaitu narasumber 1 sebelumnya tidak mengetahui tentang Museum Wayang dan memutuskan untuk berkunjung setelah Melihat Museum Wayang di Kota Tua. Narasumber tidak mengetahui bila Museum Wayang memiliki akun media sosial yang lengkap. Narasumber menganggap kurangnya penjelasan wayang membuat wayangnya menjadi kurang menarik dan hal membuat menurut mereka menarik adalah keanekaragaman wayang yang ada didalam museum. Ada kemungkinan narasumber akan berkunjung lagi ke Museum Wayang. Sementara narasumber 2 tidak tertarik untuk mengunjungi museum dan tidak terlalu memperhatikan koleksi yang berada di dalam Museum, ia hanya berkunjung ke Museum karena ada teman yang mengajak. Walaupun tidak tertarik untuk mengunjungi Museum Wayang kembali tetapi bila ada orang yang mengajak dia pergi dia akan ikut. Narasumber 3 menyebutkan alasan mengunjungi museum karena ingin mempelajari hal baru. Narasumber dapat merasakan hawa yang berbeda ketika berada pada bagian tertentu. Menurut narasumber tidak ada yang kurang menarik pada museum karena ini pertama kalinya ia datang ke Museum Wayang dan juga tidak ada saran yang narasumber berikan untuk museum. Ada kemungkinan narasumber akan berkunjung kembali membawa temannya yang lain.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan 6 narasumber yang terdiri dari 3 pegawai museum dan 3 Gen Z, yang didapatkan adalah masih banyak anak muda, anak sekolah yang tertarik untuk mengunjungi Museum Wayang namun, kebanyakan dari mereka datang karena adanya pekerjaan sekolah apalagi pada saat

kurikulum merdeka yang baru mereka diwajibkan untuk mengunjungi museum. Dan beberapa lainnya baru tertarik mengunjungi Museum Wayang setelah sampai di Kota Tua karena belum mengetahui adanya Museum Wayang sebelumnya. Hasil yang didapatkan adalah walaupun Gen Z kurang memiliki minat terhadap Museum Wayang, tetapi mereka masih mau mengunjungi Museum Wayang. Salah satunya narasumber Gen Z yang penulis wawancara dia sama sekali merasa tidak tertarik dengan wayang tetapi ketika diajak oleh teman dan keluarnya dia masih mau berkunjung. Dan walaupun pihak museum mengembangkan media sosial mereka dengan baik, namun belum banyak tersampaikan pada kalangan, terutama Gen Z.

Dari kegiatan Observasi yang didapatkan yang diantaranya adalah data, dan pengalaman yang penulis alami ketika mengunjungi Museum Wayang dan melakukan kegiatan observasi yang dimulai pada tanggal 5 Februari 2023 hingga 1 April 2023 dengan total 6 kali kunjungan mendapatkan hasil banyak dari pengunjung yang memasuki Museum Wayang datang secara spontan yakni ketika mereka datang ke Kota Tua mereka melihat Museum Wayang dan memutuskan untuk masuk. Jumlah kunjungan yang diterima oleh Museum Wayang juga berbeda-beda sesuai dengan waktu, periode dan hari khusus. Seperti pada pagi hari belum banyak pengunjung apalagi anak muda dan ketika menjelang siang menuju sore pengunjung baru mulai banyak berdatangan. Dan pada hari spesial seperti bulan puasa jumlah pengunjung juga akan menurun.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Gen Z memang kurang tertarik untuk mengunjungi Museum Wayang secara khusus karena ingin tahu atau penasaran mengenai wayang-wayang atau benda yang dipamerkan di dalam museum. Tetapi, mereka masih berminat untuk mengunjungi museum dengan alasan apapun. Seperti memutuskan untuk mengunjungi museum ketika berkunjung ke Kota Tua, dan menemani teman.

Pihak Museum Wayang sudah melakukan promosi yang cukup baik dan beragam, bahkan mereka sering aktif di media sosial. Namun, sayangnya promosi yang mereka lakukan tidak sampai pada Gen Z maupun banyak kalangan. Bahkan pengunjung tidak

mengetahui bahwa mereka memiliki akun sosial media yang aktif dan resmi.

Kita tidak perlu khawatir bahwa museum tidak akan mendapatkan pengunjung Gen Z, karena saat ini Gen Z berumur kisaran 14–28 tahun yang kebanyakan dari mereka adalah anak sekolah. Selain itu, hasil wawancara menyebutkan bahwa dalam kurikulum merdeka ada program *outing class* ke museum–museum.

B. Saran

Berikut adalah beberapa saran yang penulis dapatkan berdasarkan penelitian ini untuk dapat membuat minat Gen Z untuk mengunjungi museum semakin meningkat.

1. Melakukan verifikasi akun pada media sosial milik museum agar mendapatkan centang biru sebagai tanda bahwa akun tersebut memang asli dikelola oleh museum wayang.
2. Meningkatkan *exposure* dengan menyarankan pengunjung untuk mengikuti akun media sosial museum, dan membuat perlombaan seperti lomba video tiktok, reels, dan foto Instagram yang berlatarkan museum dan memberikan hadiah yang menarik kepada pemenang.
3. Walaupun bangunan museum wayang sudah unik, namun kurang terlihat bangunan tersebut adalah museum wayang tanpa adanya papan yang bertuliskan museum. Sehingga, perlu ditambahkan beberapa ornamen wayang yang terbuat dari material yang tahan panas, serta hujan dengan ukuran yang cukup besar untuk menarik perhatian pengunjung untuk datang walau hanya untuk sekedar berfoto dengan ornamen yang terdapat di depan museum. Karena hal tersebut juga dapat menjadi promosi secara langsung maupun tidak langsung pada museum.

DAFTAR RUJUKAN

- Amelia, R., & Patricia, A. (2021). Analisis Pengaruh Faktor Interinsik dan Eksterinsik terhadap Minat Berkunjung Objek Wisata Kota Tua. *Journal of Tourism and Creativity*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.19184/jtc.v5i1.22098>
- Antara. (2017). *UNESCO: Indonesia Negara Super Power Bidang Budaya*. <https://www.unpicianjur.ac.id/berita-4425-unesco-->
- [indonesia-negara-super-power-bidang-budaya](https://doi.org/10.24821/jtks.v8i2.7096)
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Jumlah Pengunjung Museum Menurut Jenis Museum di Provinsi DKI Jakarta 2019-2021*. <https://jakarta.bps.go.id/indicator/16/651/1/jumlah-pengunjung-museum-menurut-jenis-museum-di-provinsi-dki-jakarta.html>
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory. *Organizational Research Methods*, 12(3), 376.
- Creswell, W. J. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publication.
- Effendy, Z. (2021). *Pengaruh Promosi terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Museum Adityawarman Kota Padang*.
- Elizabeth, T. S. (2015). *Raising children in digital era*. Elex Media Komputindo.
- Fakhrudin, M. (2021). *Wabup Sleman: Museum Didorong Tingkatkan Peran agar Dinamis*. <https://sindikasi.republika.co.id/berita/quhvta327/wabup-sleman-museum-didorong-tingkatkan-peran-agar-dinamis>
- Indriani, N. T. P. E. L. A. D. S. W. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Pada Destinasi Wisata Lokal (Studi Kasus Generasi Z Kabupaten Lampung Barat). *JMMS - Jurnal Manajemen Mandiri Saburai, Vol 6, No 3 (2022): Jmms-Jurnal Mananjemen Mandiri Saburai*, 217–224.
- Istina, D. (2022). Keberadaan dan Fungsi Museum Bagi Generasi Z. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 8(2), 95–104. <https://doi.org/10.24821/jtks.v8i2.7096>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip pemasaran* (12th ed.).
- Mansur, A., & Ridwan. (2022). Karakteristik Siswa Generasi Z dan Kebutuhan Akan Pengembangan Bidang Bimbingan dan Konseling. *Educatio*, 17(1), 120–130. <https://doi.org/10.29408/edc.v17i1.5922>
- Mardiya. (2019). *Memahami Label Generasi*.

- <https://pemberdayaan.kulonprogokab.go.id/detil/899/memahami-label-generasi>
- Murdiyanto, E. (2020). *Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)*.
- Oktaviani, T. (2022). *Museum Wayang Jakarta: Jadwal Buka, Tarif, Sejarah, dan Koleksi*. Kompas.Com.
<https://megapolitan.kompas.com/read/2022/03/19/00300011/museum-wayang-jakarta--jadwal-buka-tarif-sejarah-dan-koleksi?page=all>
- Parhusip, N. E., & Arida, I. N. S. (2018). Wisatawan Milenial di Bali (Karakteristik, Motivasi, dan Makna Berpariwisata). *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(2), 299–303.
https://ojs.unud.ac.id/index.php/destinasi_par/article/download/46235/27944
- Parwoto, D. B., Peja, E., & Setiawan, F. (2020). *Penataan Benda Koleksi Museum Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Wayang Dan Museum Sejarah Jakarta Kawasan Kota Tua Jakarta*. 4(2).
- Rachmayanie J., R., Sugianto, A., Andri Setiawan, M., & Jariah, A. (2020). Analisis Need Assesment Siswa Smp Generasi Z Terhadap Pelayanan Bk Di Sekolah Se-Kota Banjarmasin. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Ar-Rahman*, 6(1), 19.
<https://doi.org/10.31602/jbkr.v6i1.2892>
- Simanungkalit, R. E. (2022). *Peran Gen Z Dalam Pengembangan Wisata Berbasis Sejarah*. <http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/7089>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Youarti, I. E., & Hidayah, N. (2018). Perilaku Phubbing Sebagai Karakter Remaja Generasi Z. *Jurnal Fokus Konseling*, 4(1), 143.
<https://doi.org/10.26638/jfk.553.2099>