

Pengaruh Elemen Visual pada Ruang Mini Museum Atsiri Sarinah Jakarta terhadap Pengalaman Pengunjung

Chintya Sagita Goestien¹, Dianing Ratri², Andriyanto Wibisono³

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung
chintyasagitagoestien@gmail.com

Abstrak

Museum berperan penting dalam memberikan edukasi serta mewariskan nilai-nilai kehidupan masa lampau dan memiliki manfaat tambahan untuk rekreasi, sosialisasi, dan relaksasi. Ruang museum dapat memberikan pengalaman ruang yang baru, pengalaman ini terbentuk dari tampilan visual dan unsur interaktif yang disajikan. Salah satunya di ruang mini museum Atsiri di Sarinah Jakarta yang menampilkan visualisasi beragam, menyajikan unsur interaktif seperti penerapan teknologi dan instalasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh elemen visual terhadap pengalaman pengunjung dan mengidentifikasi pengaruh faktor *engagement*, *transaction*, *excitement*, dan *positioning* terhadap pengalaman visual. Metode yang digunakan adalah kuantitatif menggunakan parameter *VISUALSCAPE*, dilakukan melalui kuesioner kepada pengunjung dengan total responden yaitu 40 orang. Hasil penelitian membuktikan bahwa elemen visual memiliki pengaruh terhadap pengalaman pengunjung dan faktor *engagement*, *transaction*, *excitement*, dan *positioning* memiliki pengaruh terhadap pengalaman visual.

Kata kunci: elemen visual, ruang museum, pengalaman pengunjung

Abstract

Museums play an important role in providing education and passing on the values of past lives and have additional benefits for recreation, socialization and relaxation. Museum space can provide a new space experience, this experience is formed from the visual appearance and interactive elements that are presented. One of them is in the mini museum Atsiri in Sarinah Jakarta which displays various visualizations, presents interactive elements such as the application of technology and installation. This study aims to identify the influence of visual elements on visitor experience and identify the influence of engagement, transaction, excitement, and positioning factors on the visual experience. The method used is quantitative using the VISUALSCAPE parameter, conducted through questionnaires to visitors with a total of 40 respondents. The results of the study prove that visual elements have an influence on visitor experience also engagement, transaction, excitement, and positioning factors have an influence on the visual experience.

Keywords: visual elements, museum space, visitor experience

Pendahuluan

Salah satu penghubung antara pengunjung dengan ruang museum yaitu melalui panca indra, hal ini penting karena indra memainkan peran dalam ingatan dan emosi yang melekat pada pengalaman pengunjung. Rangsangan sensorik dapat memotivasi pengunjung dengan memicu daya tarik, minat

untuk datang, dan memungkinkan respon emosional mendominasi pemikiran rasional (Wulandari, 2014). Tanpa indra seperti penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba, dan perasa maka hidup akan terasa kosong, tidak berasa, tidak berbau dan tidak berwarna (Riska, 2019). Panca indra terdiri dari penglihatan (mata), penciuman (hidung), pendengaran (telinga), peraba (kulit), dan perasa (lidah). Estetika disebut sebagai kesan pertama pengunjung pada ruang museum yang menurut Başyazıcı (2012) pengalaman estetika langsung melalui indra suara, sentuhan, dan lainnya sebagai pintu gerbang menuju proses emosional dan kognitif ketika mengenali ruang museum.

Manusia selalu mengalami ruang melalui seluruh tubuhnya tidak hanya melalui indra visual saja, hal ini seringkali tidak disadari ketika pengunjung berada di ruang museum. Ketika manusia bergerak lalu melihat, mengamati, dan merasakan ruang museum yang sama tetapi dengan posisi dan waktu berbeda maka pengalaman ruang yang dirasakan akan berbeda (Sari, 2005). Manusia memusatkan tubuhnya di dalam ruang museum dan mengalami lingkungan sekitarnya secara sensual melalui tubuh serta organ-organ indra sebagai perantara dari pengalaman ruang. Melalui persepektif ini jika ingin menggambarkan suasana ruang museum hubungannya dengan bagaimana lantai yang dipakai untuk berjalan, bagaimana langit-langit (plafon) dapat memengaruhi pengguna di dalamnya, dan efek psikologis dari elemen desain yang mendefinisikan ruang museum dengan pengalaman pribadi tiap pengunjung (Başyazıcı, 2012).

Indra tidak berfungsi secara terpisah tetapi merupakan sistem yang koheren dalam hal pengalaman ruang, bahwa semua memiliki kesadaran ruang melalui beberapa stimulus indra. Organ sensori manusia mendapatkan input sensori melalui ruang museum yang cukup dekat untuk dilihat, didengar, disentuh, dan dicium yang kemudian melibatkan persepsi (Başyazıcı, 2012). Pengalaman panca indra dapat dirasakan melalui batasan teori sensori berkaitan dengan penerapan elemen interior pada ruang seperti cahaya, warna, dan lainnya. Acuan dasar tersebut dapat mempermudah dalam mengidentifikasi elemen interior yang dirasakan melalui lima panca indra yaitu penglihatan, pendengaran, peraba, penciuman, dan perasa (Gunawan dkk., 2020).

Pengalaman sensori terbentuk di alam bawah sadar kecuali penglihatan, apabila manusia menyadari sensori ini secara sadar bahwa mata bukan satu-satunya yang menciptakan pengalaman ruang. Mata dan penglihatan adalah cara tercepat dan termudah untuk mengumpulkan informasi tentang ruang museum, pengalaman visual dibentuk oleh variabel-variabel kaitannya dengan fisik ruang. Penglihatan sebagai indra utama yang dominan dan merupakan sumber pertama sebelum indra lainnya. Melihat adalah proses kompleks yang berhubungan dengan jarak, warna, bentuk, gradien tekstur, kontras, dan lainnya. Dunia visual diperluas dalam jarak dan kedalaman, bertekstur, diwarnai, dibayangi, dan hal lainnya yang dipenuhi oleh sesuatu yang memiliki makna dan kualitas ini mengesankan bagaimana pengguna mengalami ruang visual (Başyazıcı, 2012). Mata terus berinteraksi dengan indra lainnya untuk menciptakan perasaan dan kenangan, indra penglihatan dipengaruhi oleh cara merasakan variabel melalui benda-benda di sekitarnya (Holz, 2011).

Selain bersaing dengan tempat wisata lain seperti bioskop dan *theme park*, museum juga bersaing dengan *in-house leisure activities* seperti menonton Netflix atau bermain *game*. Jika pengunjung bisa mendapatkan pengalaman unik dengan mengunjungi museum, itu akan menjadi nilai jual yang unik bagi museum untuk bersaing (Suroto dkk., 2020). Menurut Anderson (dalam Suroto dkk., 2020) fungsi museum adalah untuk mengumpulkan, melestarikan, dan menginterpretasikan objek dengan manfaat tambahan untuk rekreasi, sosialisasi, dan relaksasi. Laporan data Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2023) mengungkapkan bahwa provinsi DKI Jakarta sebagai salah satu provinsi terdepan yang memiliki total 63 museum. Salah satunya dengan keberadaan mini museum Atsiri di Sarinah Jakarta yang memiliki nilai sejarah, daya tarik dari kehadiran Atsiri di Sarinah Jakarta bahwa Indonesia memiliki perminyakan Atsiri yang perlu dipelajari.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah elemen visual berpengaruh terhadap pengalaman pengunjung dan apakah pengalaman visual memberikan pengaruh terhadap faktor *engagement*, *transaction*, *excitement*, dan *positioning*. Batasan masalah pada penelitian ini yaitu objek penelitian ruang mini museum Atsiri di Sarinah Jakarta, subjek penelitian pengunjung yang memiliki pengalaman langsung dengan rentang usia 17 hingga 35 tahun serta dalam keadaan normal dan tidak memiliki riwayat cacat fisik (penglihatan, pendengaran, perasa, dan peraba). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh elemen visual terhadap pengalaman pengunjung dan mengidentifikasi pengaruh faktor *engagement*, *transaction*, *excitement*, dan *positioning* terhadap pengalaman visual.

Hipotesis Penelitian

H1 : Elemen visual memiliki pengaruh terhadap pengalaman pengunjung.

H2: Faktor *engagement*, *transaction*, *excitement*, dan *positioning* memiliki pengaruh terhadap terhadap pengalaman visual.

Metode

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif, analisisnya didasarkan pada data numerikal (angka) dan diolah menggunakan uji statistika. Pendekatan ini dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian, data yang didapatkan akan diolah dengan uji statistik menggunakan program SPSS. Populasi yang diteliti adalah pengunjung mini museum Atsiri Sarinah di Jakarta yang baru pertama kali datang, menggunakan metode *Non-Probability Sampling* kategori *Purposive Sampling* sehingga tidak terdapat kesempatan yang sama pada anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel (Sinaga, 2014). Pengumpulan data penelitian ini yaitu berupa data primer dan data sekunder. Data primer dengan penelitian survei (*survey research*) atau kuesioner, berupa data dokumentasi fisik yang didapatkan di lapangan pada objek penelitian mini museum Atsiri yang telah diisi oleh 40 responden melalui media *google form* secara online untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Data sekunder melalui kumpulan literatur dari buku, jurnal ilmiah, dan tesis yang dijadikan acuan sebagai teori untuk meneliti variabel penelitian.

Tabel 1 Skoring Kuesioner (Sumber: Dokumen Pribadi, 2023)

Bagian	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Penting (SP)	5
	Penting (P)	4
	Cukup Penting (CP)	3
	Tidak Penting (TP)	2
	Sangat Tidak Penting (STP)	1
2	Sangat Setuju (SS)	5
	Setuju (S)	4
	Netral (N)	3
	Tidak Setuju (TS)	2
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Parameter

Pengguna merasakan suasana ruang museum melalui kombinasi berbagai elemen sensori melalui visual seperti warna dan lainnya, pendengaran seperti instrumen musik, penciuman seperti aroma, dan sentuhan seperti tekstur. Pengalaman visual memainkan peran penting dalam ruang museum sebagai dimensi atmosfer ruang (*atmoscape*), pengaturan langkah dan sirkulasi (*pacescape*), dan tata pajang atau teknik presentasi (*displayscape*). Dimensi tersebut sesuai dengan literatur menurut Wulandari (2014) yang didukung oleh penelitian Bagdare dan Roy (2016), serta disesuaikan dengan objek penelitian ini yaitu ruang mini museum Atsiri Sarinah. Pengalaman visual pengguna

terhadap ruang museum memberikan pengaruh terhadap faktor *engagement*, *transaction*, *excitement*, dan *positioning* (Bagdare, 2016)

VISUALSCAPE digunakan untuk memvalidasi ukuran pengalaman visual ruang museum secara terorganisir mengikuti pedoman yang diberikan oleh Churchill (dalam Bagdare dan Roy, 2016), selain itu untuk mengetahui pengaruh pengalaman visual terhadap pengunjung menggunakan kuesioner yang diberikan setelah masuk ruang museum. Parameter ini memiliki pengaruh yang besar terhadap pengunjung jika pengalaman visual berada di tingkat optimal, tentu akan memotivasi pengunjung untuk menghabiskan lebih banyak waktu di ruang museum. Pengukuran kualitas akan dapat mengidentifikasi secara spesifik dalam dimensi apa ruang museum tersebut unggul atau kurang, hal ini memungkinkan apakah pengunjung memiliki persepsi yang benar terkait pengalaman visual. Pada penelitian Bagdare dan Roy (2016) *VISUALSCAPE* digunakan pada ruang ritel karena memiliki beberapa kesamaan dengan ruang museum sehingga dapat dijadikan acuan pada penelitian ini, selain itu belum ada literatur mengenai pengukuran elemen visual pada ruang museum.

Tabel 2 Variabel yang Memengaruhi Pengalaman Visual (Sumber: Dokumen Pribadi, 2023)

Dimensi	Variabel Pengalaman Visual
<i>Atmoscape</i>	Jenis material dinding
	Jenis material lantai
<i>Pacescape</i>	Tinggi laingit-langit
	Permukaan lantai
	Pencahayaan ruang
	Warna keseluruhan ruang
<i>Displayscape</i>	Alur dan sirkulasi pengunjung
	<i>Video mapping</i>
	AR (<i>Augmented Reality</i>)
	Instalasi tanaman

Metode Analisis Data

Pengujian instrumen penelitian sebagai berikut:

1. Uji Validitas
Menguji apakah pernyataan yang disusun pada penelitian ini sudah akurat. Interpretasi uji validitas kuesioner menggunakan nilai signifikansi (*P-Value*), apabila nilai signifikansi < 0.05 berkesimpulan valid dan nilai signifikansi > 0.05 berkesimpulan tidak valid (Janna dan Herianto, 2021). Validitas dapat dilakukan melalui poin-poin pernyataan yang membentuk dimensi tertentu, dilakukan dengan mengkorelasikan skor dari setiap pernyataan dengan skor setiap variabelnya (Monica dkk., 2022).
2. Uji Reliabilitas
Menguji konsistensi jawaban responden dari pernyataan kuesioner, mengetahui apakah pernyataan kuesioner tersebut tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran berkali-kali (Janna dan Herianto, 2021). Analisis ini menggunakan metode Alpha, variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,70 menurut Ghazali (dalam Monica dkk., 2022).

Analisis data penelitian menggunakan koefisien determinasi (R^2). Uji *R-Square* (R^2) Mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen, ditunjukkan dengan besarnya R^2 antara 0 dan 1 (Monica dkk., 2022).

Pengujian hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Uji t (Uji Parsial)
Menguji tingkat signifikan pengaruh dari variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen menurut Santoso (dalam Lestari dkk., 2019). Pengujian ini menggunakan t-tabel, apabila nilai t-hitung > t-tabel maka terdapat pengaruh secara parsial.

2. Uji F (Uji Simultan)

Menguji tingkat signifikan pengaruh dari variabel independen secara serentak (simultan) terhadap variabel dependen menurut Santoso (dalam Lestari dkk., 2019). Pengujian ini menggunakan F-tabel, apabila nilai F-hitung > F-tabel maka terdapat pengaruh secara simultan.

Pembahasan

Karakteristik Responden

Tabel 3 Kategori Jenis Kelamin Responden (Sumber: Dokumen Pribadi, 2023)

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	28 orang	70%
Laki-laki	12 orang	30%
Total	40 orang	100%

Berdasarkan pada Tabel 3 diketahui bahwa total responden yaitu 40 orang. Total responden jenis kelamin perempuan sebanyak 28 orang (70%), sedangkan total responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 12 orang (30%).

Tabel 4 Kategori Usia Responden (Sumber: Dokumen Pribadi, 2023)

Usia	Jumlah	Persentase
17-20 tahun	5 orang	12.5%
21-25 tahun	20 orang	50%
26-30 tahun	15 orang	37.5%
31-35 tahun	0 orang	0%
Total	40 orang	100%

Berdasarkan pada Tabel 4 diketahui bahwa total responden dengan usia 17-20 tahun sebanyak 5 orang (12.5%), total responden usia 21-25 tahun sebanyak 20 orang (50%), sedangkan total responden dengan usia 26-30 tahun sebanyak 15 orang (37.5%). Dapat disimpulkan bahwa kategori responden mayoritas termasuk remaja akhir dengan rentang usia 17-25 tahun sebanyak 25 orang (62.5%) menurut Departemen Kesehatan Indonesia (2009).

Tabel 5 Kategori Profesi Responden (Sumber: Dokumen Pribadi, 2023)

Profesi	Jumlah	Persentase
Pegawai swasta	22 orang	55%
Pelajar/mahasiswa	13 orang	32.5%
Wirausaha	2 orang	5%
PNS	3 orang	7.5%
Total	40 orang	100%

Berdasarkan pada Tabel 5 diketahui bahwa total responden dengan profesi pegawai swasta sebanyak 22 orang (55%), total responden dengan profesi pelajar atau mahasiswa sebanyak 13 orang (32.5%), total responden dengan profesi PNS sebanyak 3 orang (7.5%), sedangkan total responden dengan profesi wirausaha sebanyak 2 orang (5%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas profesi responden adalah pegawai swasta

Hasil Pengujian Instrumen

Tabel 6 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner (Sumber: Dokumen Pribadi, 2023)

Kuesioner	Poin Pernyataan	α	P-value	Keterangan
Bagian 1	10 poin	0.903	0.000	Semua poin
Bagian 2	13 poin	0.918	0.000	11 poin
			0.006	TS3
			0.030	EC3

Berdasarkan pada Tabel 6 menunjukkan bahwa uji validitas menggunakan nilai signifikansi (P-value) pada bagian 1 dikatakan valid karena memiliki nilai $0.00 < 0.05$. Pada bagian 2 dikatakan valid karena memiliki nilai $0.00 < 0.05$ di 11 poin pernyataan, poin *transaction* (TS3) dikatakan valid karena memiliki nilai $0.006 < 0.05$, dan poin *excitement* (EC3) dikatakan valid karena memiliki nilai $0.03 < 0.05$. Uji reliabilitas menggunakan metode Alpha (α) dikatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbanch Alpha pada bagian 1 memiliki nilai $0.903 > 0.70$ dan bagian 2 memiliki nilai $0.918 > 0.70$, maka setiap variabel poin pernyataan dapat digunakan dalam pengujian statistik.

Hasil Analisis R-Square (R^2)

Tabel 7 Uji R-Square (R^2) Kuesioner (Sumber: Dokumen Pribadi, 2023)

Kuesioner	Kategori	Poin Pernyataan	R^2
Bagian 1	<i>Atmoscape</i>	2 poin	0.617
	<i>Pacescape</i>	5 poin	0.910
	<i>Displayscape</i>	3 poin	0.759
Bagian 2	<i>Engagement</i>	2 poin	0.597
	<i>Transaction</i>	3 poin	0.728
	<i>Excitement</i>	5 poin	0.847
	<i>Positioning</i>	3 poin	0.686

Berdasarkan pada Tabel 7 pada kuesioner bagian 1 kategori pengalaman visual secara keseluruhan yang memiliki pengaruh paling besar dilihat dari nilai R-square (R^2) adalah *pacescape* sebesar 91%, *displayscape* sebesar 75.9%, dan *atmoscape* sebesar 61.7%. Pada kuesioner bagian 2 kategori faktor secara keseluruhan yang memiliki pengaruh paling besar dilihat dari nilai R-square (R^2) adalah *excitement* sebesar 84.7%, *transaction* sebesar 72.8% dan *positioning* sebesar 68.6%.

Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 8 Uji t (Parsial), dan Uji F (Simultan) Kuesioner (Sumber: Dokumen Pribadi, 2023)

Kuesioner	Kategori	Poin Pernyataan	F	t
Bagian 1	<i>Atmoscape</i>	2 poin	61.322	7.831
	<i>Pacescape</i>	5 poin	383.344	19.579

	<i>Displayscape</i>	3 poin	119.896	10.950
Bagian 2	<i>Engagement</i>	2 poin	56.200	7.497
	<i>Transaction</i>	3 poin	101.637	10.082
	<i>Excitement</i>	5 poin	210.571	14.511
	<i>Positioning</i>	3 poin	82.864	9.103

Berdasarkan pada Tabel 8 uji F pada poin *atmoscape* memiliki nilai F-hitung 61.322 > F-tabel 2.87 maka terdapat pengaruh secara simultan variabel *atmoscape* terhadap variabel elemen ruang, nilai t-hitung 7.831 > t-tabel 2.02809 maka terdapat pengaruh secara parsial variabel *atmoscape* terhadap variabel elemen ruang. Poin *pacescape* memiliki nilai F-hitung 383.344 > F-tabel 2.87 maka terdapat pengaruh secara simultan variabel *pacescape* terhadap variabel elemen ruang, nilai t-hitung 19.579 > t-tabel 2.02809 maka terdapat pengaruh secara parsial variabel *pacescape* terhadap variabel elemen ruang. Poin *displayscape* nilai F-hitung 119.896 > F-tabel 2.87 maka terdapat pengaruh secara simultan variabel *displayscape* terhadap variabel elemen ruang, nilai t-hitung 10.950 > t-tabel 2.02809 maka terdapat pengaruh secara parsial variabel *displayscape* terhadap variabel elemen ruang. Dapat disimpulkan bahwa ketiga kategori elemen visual memiliki pengaruh terhadap elemen ruang museum.

Pada poin *engagement* memiliki nilai F-hitung 56.200 > F-tabel 2.64 maka terdapat pengaruh secara simultan variabel *engagement* terhadap variabel elemen visual, nilai t-hitung 7.497 > t-tabel 2.02809 maka terdapat pengaruh secara parsial variabel *engagement* terhadap variabel elemen visual. Poin *transaction* memiliki nilai F-hitung 101.637 > F-tabel 2.64 maka terdapat pengaruh secara simultan variabel *transaction* terhadap variabel elemen visual, nilai t-hitung 10.082 > t-tabel 2.02809 maka terdapat pengaruh secara parsial variabel *transaction* terhadap variabel elemen visual. Poin *excitement* memiliki nilai F-hitung 210.571 > F-tabel 2.64 maka terdapat pengaruh secara simultan variabel *excitement* terhadap variabel elemen visual, nilai t-hitung 14.511 > t-tabel 2.02809 maka terdapat pengaruh secara parsial variabel *excitement* terhadap variabel elemen visual. Poin *positioning* memiliki nilai F-hitung 82.864 > F-tabel 2.64 maka terdapat pengaruh secara simultan variabel *positioning* terhadap variabel elemen visual, nilai t-hitung 9.103 > t-tabel 2.02809 maka terdapat pengaruh secara parsial variabel *positioning* terhadap variabel elemen visual. Dapat disimpulkan bahwa keempat kategori faktor memiliki pengaruh terhadap variabel elemen visual.

Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil pengujian instrumen diketahui bahwa pernyataan yang disusun pada penelitian ini sudah akurat, terbukti dari nilai signifikansi (*P-value*) seluruh poin pernyataan < 0.05 sehingga dikatakan valid. Pernyataan kuesioner juga konsisten apabila dilakukan pengukuran berkali-kali, terbukti dari nilai Alpha (α) seluruh poin pernyataan > 0.70 sehingga dikatakan reliabel dan dapat dilakukan pengujian statistik.

Berdasarkan hasil analisis R-Square (R^2) diketahui bahwa elemen visual memiliki pengaruh terhadap pengalaman pengunjung, elemen visual yang memiliki pengaruh paling besar adalah *pacescape* dengan nilai R-square (R^2) sebesar 91% dan *displayscape* nilai R-square (R^2) sebesar 75.9%. Didukung oleh hasil uji t dan F bahwa variabel *pacescape* dan *displayscape* memiliki pengaruh secara simultan dan parsial terhadap variabel elemen ruang, dengan nilai F-hitung > F-tabel dan nilai t-hitung > t-tabel. Variabel *pacescape* seperti pencahayaan ruang, warna keseluruhan ruang, alur dan sirkulasi pengunjung. Variabel *displayscape* seperti instalasi tanaman, *video mapping*, dan AR (*Augmented Reality*). Hasil pengujian ini sesuai dengan penelitian Başıyazıcı (2012) dan Holz (2011) bahwa pengalaman visual dibentuk dan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang berkaitan dengan fisik ruang.

Berdasarkan hasil analisis R-Square (R^2) diketahui bahwa faktor *engagement*, *transaction*, *excitement*, dan *positioning* memiliki pengaruh terhadap terhadap pengalaman visual. Faktor yang memiliki pengaruh paling besar adalah *excitement* dengan nilai R-square (R^2) sebesar 84.7% dan *transaction* nilai R-square (R^2) sebesar 72.8%. Didukung oleh hasil uji t dan F bahwa variabel *excitement* dan *transaction* memiliki pengaruh secara simultan dan parsial terhadap variabel elemen visual. Faktor *excitement* seperti menambah pengalaman baru dan meningkatkan kegembiraan, *mood*, serta energi untuk berbelanja. Faktor *transaction* seperti menghabiskan lebih banyak waktu di museum dan membeli produk lebih banyak. Hasil pengujian ini sesuai dengan penelitian Wulandari (2014) dan Suroto dkk. (2020) bahwa rangsangan sensoris (visual) dapat memotivasi pengunjung dengan memicu daya tarik sehingga mendapatkan pengalaman baru, hal ini akan menjadi nilai jual bagi museum untuk bersaing.

Simpulan

Pengunjung merasakan ruang museum melalui panca indra salah satunya secara visual melalui mata, rangsangan sensoris tersebut dapat membentuk sebuah pengalaman. Pengalaman pengunjung dibentuk oleh variabel-variabel yang berkaitan dengan fisik ruang, seperti elemen visual pada ruang mini museum Atsiri di Sarinah Jakarta. Elemen visual memiliki pengaruh terhadap pengalaman pengunjung dari segi pengaturan langkah dan sirkulasi (*pacescape*), tata pajang dan teknik presentasi (*displayscape*), dan atmosfer ruang (*atmoscape*). Rangsangan sensoris (visual) dapat memotivasi pengunjung dengan memicu kegembiraan (*excitement*), pembelian (*transaction*), daya tarik (*positioning*), dan keterlibatan (*engagement*). Faktor tersebut terbukti berpengaruh terhadap pengalaman visual, sehingga dapat menjadi nilai jual bagi mini museum Atsiri di Sarinah Jakarta untuk menarik pengunjung.

Daftar Pustaka

- Bagdare, S., & Roy, S. (2016). VISUALSCAPE: A Scale to Measure Visual Experience in Retailing. *Journal of Services Marketing Quarterly*, 272-287.
- Başyazıcı, B. (2012). *A Phenomenological Study of Sensual Space Experiences in Terms of Architectural Pleasurability: A Critique of Visual Dominance*. Tesis Program Magister: Yeditepe University.
- Gunawan, J. A., Yong, S., & Rakhmawati, A. (2020). Kajian Sensory/Panca Indra pada Interior Bangunan Heritage Kafe di Surabaya. *Jurnal Desain Interior*, 11-22.
- Holz, H. C. (2011). *Sensory Architecture: Redefining How One Interprets Space*. Tesis Program Magister: North Dakota State University.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021, January 22). Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. HYPERLINK "<https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>" <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- Lestari, J. S., Farida, U., & Chamidah, S. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, dan Lingkungan Kerja terhadap Prestasi Kerja Guru. *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 38-55.
- Monica, F., Tulistiantoro, L., & Mulyono, H. (2022). Analisa Peran Desain Interior Dalam Menunjang Minat Pengunjung Untuk Revisit Kafe Redback dan Common Grounds Surabaya. *Lintas Ruang*, 106-118.

- Riska, A. S. (2016). Peran Panca Indra dalam Pengalaman Ruang. *Prosiding Temu Ilmiah IPLBI*, 7-14.
- Sari, S. M. (2005). Implementasi Pengalaman Ruang dalam Desain Interior. *Dimensi Interior*, 165-176.
- Sinaga, D. (2014). *Statistik Dasar*. Jakarta: Uki Press.
- Suroto, P. Z., Dewantara, M. H., & Wiradarmo, A. A. (2020). The Application of Technology in Museums. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 170-181.
- Wulandari, A. A. A. (2014). Dasar-dasar Perencanaan Interior Museum. *Jurnal Humaniora*, 246-257.