



Eksplorasi Pengalaman Wisatawan Pada Tahapan *Visitor Journey* Di Monumen Nasional, Jakarta

Cheryl Jesslyn Waisa¹, Wiwik Nirmala Sari^{2*}

^{1,2}Pradita University

*Penulis Korespondensi: wiwik.nirmala@pradita.ac.id

Received: 21/07/2026 | Accepted: 24/08/2026 | Publication: 05/09/2026

Abstract: The development of digital technology has transformed the way tourists obtain information and shape their expectations before undertaking a trip. Tourist experiences are not only formed while visitors are at the destination but also begin before the visit and continue after the trip has ended. As one of Indonesia's leading historical tourism destinations, the National Monument (Monas) still faces challenges in delivering visitor experiences that meet tourists' expectations. Therefore, this study aims to explore tourists' experiences at the National Monument, Jakarta, by adopting the *visitor journey* approach, which consists of the *pre-visit*, *during visit*, and *post-visit* stages. This study employed a qualitative approach using purposive sampling to select participants. The informants consisted of 30 tourists who had visited or were visiting the National Monument. Data were collected through semi-structured interviews, observations, and documentation, and were analyzed using the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that tourists' experiences at the National Monument are formed throughout the three stages of the *visitor journey*. During the *pre-visit* stage, experiences begin with information searching and trip planning. During the *during visit* stage, tourists gain positive experiences through the destination's attractions, facilities, and overall atmosphere, although several challenges remain, such as long queues and limited supporting facilities. In the *post-visit* stage, most tourists expressed their intention to revisit the destination and share their experiences through social media or online review platforms.

Keywords : *Tourist Experience, Visitor Journey, Monumen Nasional, Qualitative Research.*



Copyright © 2026, The Author(s).

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Waisa, C. J., & Sari, W. N. (2026). Eksplorasi pengalaman wisatawan pada tahapan *visitor journey* di Monumen Nasional, Jakarta. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 6(4). <https://doi.org/10.53625/jirk.v6i4.13236>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara wisatawan merencanakan dan menjalani perjalanan wisata. Sebelum mengunjungi suatu destinasi, wisatawan umumnya telah memperoleh berbagai informasi melalui mesin pencari, media sosial, platform ulasan, maupun konten digital lainnya. Informasi tersebut menjadi dasar dalam membentuk ekspektasi mengenai atraksi, fasilitas, layanan, dan pengalaman yang akan diperoleh selama berkunjung (Khadijah, 2026). Dengan demikian, pengalaman wisata tidak lagi dimulai ketika wisatawan tiba di destinasi, melainkan telah terbentuk sejak tahap pencarian informasi (*pre-visit*). Kondisi ini menunjukkan bahwa pengalaman wisata merupakan suatu proses yang berlangsung secara berkelanjutan, mulai dari sebelum kunjungan, selama berada di

destinasi, hingga setelah kunjungan berakhir (Padila, 2026).

Sebagai salah satu destinasi wisata sejarah ikonik di Indonesia, Monumen Nasional (Monas) merupakan salah satu destinasi wisata sejarah ikonik di Indonesia yang tidak hanya berfungsi sebagai simbol perjuangan bangsa, tetapi juga sebagai ruang edukasi, rekreasi, dan representasi identitas nasional (Purwantari, 2021). Sebagai destinasi yang menerima kunjungan wisatawan dalam jumlah besar (Fakhri, 2026), Monas dituntut untuk mampu menghadirkan pengalaman wisata yang berkualitas serta sesuai dengan kebutuhan dan harapan wisatawan. Di era digital, ketika wisatawan semakin mengandalkan berbagai platform daring untuk mencari informasi sebelum melakukan perjalanan, pengelola destinasi juga perlu memastikan bahwa pengalaman yang diperoleh selama kunjungan selaras dengan ekspektasi yang telah terbentuk pada tahap pra-kunjungan (Agastya dan Ni, 2025).

Kesesuaian antara informasi yang diterima sebelum berkunjung dengan pengalaman yang dirasakan selama berada di destinasi menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi wisatawan terhadap kualitas destinasi (Sihotang dan Kustoro, 2025). Pengalaman yang positif tidak hanya berkontribusi terhadap tingkat kepuasan wisatawan, tetapi juga memengaruhi niat untuk melakukan kunjungan kembali serta merekomendasikan Monas kepada orang lain (Ardanasti, Puspita, dan Slamet, 2025). Oleh karena itu, pemahaman mengenai bagaimana pengalaman wisatawan terbentuk di setiap tahapan perjalanan menjadi aspek yang penting untuk mendukung pengelolaan destinasi yang lebih efektif dan berorientasi pada pengalaman pengunjung.

Namun demikian, penelitian Hadiputra et al. (2026) menunjukkan bahwa Monas masih menghadapi tantangan dalam penyampaian informasi dan penyediaan pengalaman wisata yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung masa kini. Penelitian tersebut menemukan adanya ketidaksesuaian antara informasi digital yang tersebar luas dengan kondisi aktual di lapangan sehingga membentuk ekspektasi wisatawan yang tidak sejalan dengan pengalaman yang mereka peroleh saat berkunjung. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas pengalaman wisata di Monumen Nasional belum sepenuhnya memenuhi harapan pengunjung. Sebagai solusi, penelitian tersebut mengusulkan konsep Monas Historical Immersion melalui pemanfaatan teknologi seperti augmented reality, audio *storytelling*, dan jalur wisata tematik untuk meningkatkan pengalaman wisata sejarah.

Meskipun demikian, penelitian Hadiputra et al. (2026) belum menjelaskan secara rinci bagaimana pengalaman wisatawan terbentuk selama proses kunjungan berlangsung. Penelitian tersebut lebih berfokus pada identifikasi kesenjangan antara informasi digital dan kondisi aktual serta menawarkan alternatif solusi, tanpa mengeksplorasi pengalaman wisatawan pada setiap tahapan perjalanan kunjungan. Padahal, ketidaksesuaian antara ekspektasi dan pengalaman dapat terjadi pada berbagai titik interaksi (touchpoints), mulai dari proses pencarian informasi sebelum berkunjung, kedatangan di destinasi, aktivitas selama menikmati atraksi, hingga pengalaman setelah kunjungan berakhir. Dengan

demikian, masih terdapat kebutuhan untuk memahami pengalaman wisatawan secara lebih mendalam dan menyeluruh.

Kebutuhan tersebut juga diperkuat oleh penelitian Najiurrahman, Syifa, dan Tiara (2026) yang menyatakan bahwa pengukuran kepuasan wisatawan melalui pendekatan kuantitatif hanya mampu menunjukkan tingkat kepuasan dalam bentuk angka, namun belum dapat mengungkap momen-momen spesifik maupun pengalaman emosional yang dialami wisatawan ketika berinteraksi dengan layanan di destinasi. Penelitian tersebut menegaskan bahwa aspek-aspek pengalaman yang bersifat subjektif dan kontekstual lebih tepat digali melalui wawancara mendalam dengan pendekatan kualitatif. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman mengenai pengalaman wisatawan tidak cukup hanya didasarkan pada tingkat kepuasan, tetapi juga memerlukan eksplorasi terhadap proses, makna, dan emosi yang muncul selama perjalanan wisata.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menggunakan konsep *visitor journey* untuk menganalisis pengalaman wisatawan di Monumen Nasional secara komprehensif. Konsep *visitor journey* memungkinkan pengalaman wisatawan dipahami sebagai rangkaian perjalanan yang terdiri atas tahap *pre-visit*, *during visit*, dan *post-visit*, sehingga dapat mengidentifikasi berbagai touchpoint yang membentuk pengalaman positif maupun negatif. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana pengalaman wisatawan terbentuk, pada tahapan mana kesenjangan antara ekspektasi dan pengalaman muncul, serta menghasilkan rekomendasi pengelolaan destinasi yang lebih berorientasi pada pengalaman wisatawan. Urgensi penelitian ini didasarkan pada posisi Monumen Nasional sebagai ikon wisata sejarah nasional yang terus melakukan pengembangan layanan dan interpretasi sejarah. Tanpa pemahaman mengenai pengalaman wisatawan pada setiap touchpoint, pengembangan fasilitas maupun inovasi digital berpotensi tidak menjawab kebutuhan nyata pengunjung sehingga kurang efektif dalam meningkatkan kualitas pengalaman wisata.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan konsep *visitor journey* untuk menganalisis pengalaman wisatawan di Monumen Nasional secara menyeluruh melalui tahapan *pre-visit*, *during visit*, dan *post-visit*. Berbeda dengan penelitian Hadiputra et al. (2026) yang berfokus pada kesenjangan informasi digital dan pengalaman aktual, serta penelitian Najiurrahman, Syifa, dan Tiara (2026) yang mengukur kepuasan wisatawan melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini mengeksplorasi pengalaman wisatawan secara kualitatif untuk mengidentifikasi touchpoints, pengalaman emosional, serta momen penting yang membentuk pengalaman wisata. Dengan demikian, penelitian ini menghasilkan pemahaman yang membentuk pengalaman yang lebih komprehensif mengenai proses terbentuknya pengalaman wisatawan pada setiap tahapan perjalanan kunjungan wisatawan serta dapat menyediakan dasar empiris bagi pengelolaan pengalaman pengunjung di Monumen Nasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman wisatawan saat berkunjung ke Monumen Nasional, Jakarta (Subhaktiyasa, 2024; Audrey & Sri, 2025). Informan penelitian merupakan wisatawan yang dipilih sebagai sumber utama data berdasarkan pengalaman yang mereka miliki selama melakukan kunjungan. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja dengan mempertimbangkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Lepar & Wiwik, 2024; Costa & Wiwik, 2024; Subhaktiyasa, 2024). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga data yang diperoleh dapat saling melengkapi dan memberikan gambaran yang komprehensif. Wawancara dilakukan terhadap 30 orang wisatawan sebagai informan penelitian. Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung kondisi lapangan, aktivitas wisatawan, serta berbagai situasi yang berkaitan dengan objek penelitian (Priatna et al., 2025). Sementara itu, wawancara bertujuan menggali informasi secara mendalam melalui interaksi langsung antara peneliti dan informan sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya, teknik dokumentasi dimanfaatkan sebagai data pendukung untuk memperkuat temuan yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara (Abrar, 2024; Wahyu & Wiwik, 2025; Wijaya & Roels, 2025). Analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model analisis Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (Qomaruddin & Halimah, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Monumen Nasional atau Monas adalah salah satu destinasi wisata sejarah utama di Kota Jakarta yang berlokasi di kawasan Lapangan Merdeka, Kecamatan Gambri, Jakarta Pusat. Monas dibangun sebagai simbol perjuangan bangsa Indonesia dalam meraih kemerdekaan dan menjadi representasi semangat nasionalisme yang diwariskan kepada generasi berikutnya (Museum Kemendikbud, nd). Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai Monumen Nasional (Sekar, 24 tahun), kawasan Monas merupakan ruang publik sekaligus destinasi wisata sejarah yang memiliki luas sekitar 80 hektar. Kawasan ini memiliki beberapa pintu masuk, dengan empat pintu utama yang selalu dioperasikan, yaitu melalui sisi Istana Merdeka, Istiqlal, Gambir, serta area Lenggang Jakarta.



Gambar 1. Monumen Nasional (kiri) dan Patung Pahlawan (kanan)

Sumber: Peneliti, 2026

Berdasarkan Gambar 4.1, dapat dilihat penampakan Monumen Nasional (sebelah kiri) dan penampakan Patung Pahlawan (sebelah kanan) di sekitar kawasan Monas. Pembangunan Monas dimulai pada tanggal 17 Agustus 1961 pada masa pemerintahan Presiden Soekarno dan secara resmi dibuka untuk umum pada tanggal 12 Juli 1975. Monumen ini dirancang oleh arsitek R. M. Soedarsono dengan konsep yang menggambarkan semangat perjuangan bangsa Indonesia melalui bentuk tugu menjulang setinggi 132 meter yang berada tepat di tengah Lapangan Merdeka (Museum Kemendikbud, nd).

Menurut salah satu pegawai yang diwawancarai (Sekar, 24 tahun), Monas adalah salah satu bangunan cagar budaya nasional yang pengelolaannya dilakukan dengan mempertimbangkan aspek pelestarian bangunan. Akses menuju puncak Monas hanya menggunakan satu lift yang merupakan lift asli sejak Monas dibangun pada tahun 1964. Oleh karena itu, jumlah pengunjung yang dapat naik ke pelataran puncak dibatasi melalui sistem sesi keberangkatan setiap satu jam dengan kapasitas sekitar 200 orang per sesi. Pada hari kerja, layanan berlangsung selama sembilan jam sehingga kuota kunjungan ke puncak mencapai sekitar 1.800 orang per hari, sedangkan pada akhir pekan ditambah sesi malam untuk mengakomodasi tingginya jumlah pengunjung.

Monas sebagai destinasi wisata sejarah tidak hanya menjadi monumen peringatan kemerdekaan, tetapi Monas juga menyediakan berbagai atraksi wisata yang mendukung aktivitas untuk edukasi dan rekreasi. Di bagian dasar monument terdapat Museum Sejarah Nasional yang menampilkan diorama perjalanan sejarah Indonesia, mulai dari masa kerajaan hingga perjuangan kemerdekaan. Selain museum, terdapat Ruang Kemerdekaan yang menyimpan naskah Proklamasi, lambang negara Garuda Pancasila, serta berbagai simbol kenegaraan lainnya.



Gambar 2. Lapangan Monas (atas) dan Area Pelataran (bawah)

Sumber: Peneliti, 2026

Berdasarkan Gambar 4.2, dapat dilihat hamparan lapangan Monas (atas) serta area pelataran Monas (bawah) yang biasa dimanfaatkan pengunjung sebagai tempat beristirahat dan berkumpul selama melakukan kunjungan wisata. Pengunjung juga dapat menikmati pelataran puncak Monas untuk melihat panorama Kota Jakarta dari ketinggian. Keberadaan ruang terbuka hijau, taman kota, area olahraga, dan kawasan kuliner Lenggang Jakarta turut melengkapi fungsi Monas sebagai ruang publik yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat.

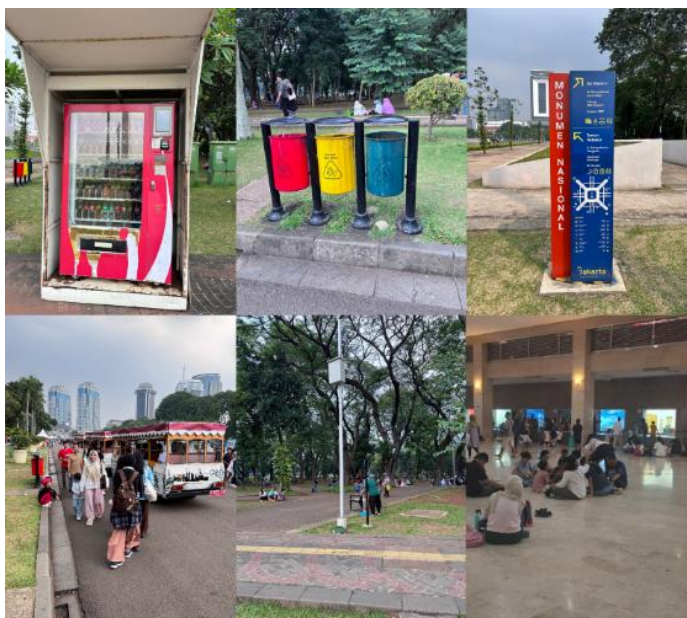
Dalam perkembangannya, Monas tidak hanya memiliki nilai historis, tetapi juga memiliki nilai monumental sebagai identitas Kota Jakarta. Monas sebagai atraksi wisata memenuhi indikator monumentality karena memiliki makna sejarah yang kuat, bentuk arsitektur yang ikonik, serta mampu membentuk persepsi masyarakat terhadap identitas kota.



Gambar 3. Fasilitas Interpretasi Sejarah di Monas

Sumber: Peneliti, 2026

Pada Gambar 4.3, dapat dilihat berbagai fasilitas interpretasi sejarah yang terdapat di dalam Monumen Nasional (Monas). Kedua foto yang ada pada Gambar 4.3 memperlihatkan media edukasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi sejarah perjuangan bangsa kepada pengunjung monumen. Foto kiri menunjukkan miniature Monumen Nasional yang menjadi media informasi terkait bentuk dan struktur monumen, sedangkan foto sebelah kanan memperlihatkan salah satu peristiwa penting dalam sejarah Indonesia dengan latar Monas sebagai simbol perjuangan bangsa. Sehingga dapat dikatakan bahwa Monas tidak hanya berperan sebagai objek wisata, namun juga sebagai simbol yang dapat memperkuat citra Jakarta sekaligus memperkuat memori kolektif masyarakat mengenai sejarah perjuangan bangsa Indonesia (Wiyoso et al., 2022). Selain nilai sejarah dan monumentalitasnya, Monas juga didukung oleh berbagai aspek destinasi wisata seperti atraksi, aksesibilitas, dan amenitas yang menjadi faktor penting dalam menarik kunjungan wisatawan.

**Gambar 3. Fasilitas Pendukung di Monas**

Sumber: Peneliti, 2026

Pada Gambar 4.4, dapat dilihat bahwa pengelola Monas sudah menyiapkan berbagai fasilitas wisata untuk mendukung kebutuhan dan kenyamanan wisatawan selama berkunjung di Monas. Fasilitas wisata yang terdapat pada gambar tersebut meliputi vending machine, tempat sampah terpilah, papan petunjuk arah, kereta wisata, lampir penerangan kawasan, taman, dan area tunggu. Selain itu, menurut Sekar (pegawai Monas), di Monas sudah tersedia berbagai fasilitas pendukung seperti area ruang terbuka yang bisa dimanfaatkan untuk berolahraga, berjalan santai, hingga piknik. Dari sisi keamanan dan keselamatan, kawasan Monas dilengkapi dengan petugas keamanan, pos pertolongan pertama (P3K), serta ambulans yang selalu siaga untuk memberikan pelayanan apabila terjadi keadaan darurat. Pengelola juga sudah menyediakan saluran penyampaian kritik dan saran melalui surat elektronik (e-mail) yang dikelola oleh administrator sebagai bentuk evaluasi terhadap pelayanan wisata. Kualitas atraksi wisata, kemudahan akses menuju lokasi, serta ketersediaan amenities di Monas cukup mempengaruhi citra destinasi dan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Monas. Sehingga, Monas tidak hanya berperan sebagai objek wisata sejarah saja, namun juga sebagai destinasi wisata perkotaan yang mampu mengakomodasi kebutuhan wisata edukasi, rekreasi, maupun aktivitas sosial masyarakat (Rahmadanty & Surono, 2023).

b. Pembahasan

Pengalaman Wisatawan Sebelum Mengunjungi (*Pre-visit*) Monumen Nasional, Jakarta

Tahap *pre-visit* merupakan fase awal dalam *visitor journey* yang dimulai sejak wisatawan memperoleh informasi mengenai destinasi hingga melakukan persiapan sebelum berkunjung. Menurut Suryana et al. (2023), tahap ini meliputi *inspiration stage*, *planning stage*, *booking stage*, dan *pre-arrival stage*. Pada penelitian ini, seluruh informan telah melalui

tahapan tersebut meskipun dengan bentuk yang berbeda-beda. Sebagian besar informan memperoleh inspirasi melalui media sosial, sementara sebagian lainnya mengenal Monas dari teman, lingkungan sekitar, buku panduan wisata, atau karena memang mereka sudah mengetahui Monas sebagai ikon Kota Jakarta sejak kecil. Informasi tersebut kemudian menjadi dasar bagi wisatawan dalam menentukan tujuan kunjungan serta merencanakan cara menuju destinasi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial menjadi sumber inspirasi utama bagi sebagian besar informan sebelum berkunjung ke Monas. Kondisi ini menggambarkan berlangsungnya inspiration stage, yaitu ketika wisatawan mulai mengenal dan tertarik terhadap suatu destinasi melalui berbagai media informasi (Suryana et al., 2023). Berbagai konten yang menampilkan keindahan Monas, aktivitas wisata, maupun nilai sejarah yang dimiliki mampu membentuk ketertarikan wisatawan untuk melakukan kunjungan. Sementara itu, informan yang memperoleh informasi dari keluarga, teman, atau pengalaman tinggal di Jakarta menunjukkan bahwa pengalaman awal wisatawan tidak selalu dibentuk oleh media digital, tetapi juga dapat berasal dari lingkungan sosial maupun pengalaman sebelumnya.

Hal ini sejalan juga dengan informasi dari Sekar (pegawai Monas) yang mengatakan bahwa promosi Monas dilakukan melalui akun Instagram resmi @monumen.nasional serta kanal YouTube Monumen Nasional. Media tersebut digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi mengenai kegiatan, fasilitas, maupun kondisi terkini di kawasan monas sehingga dapat menjadi sumber informasi bagi calon wisatawan sebelum melakukan kunjungan.

Setelah memperoleh informasi, wisatawan memasuki planning stage dengan menentukan tujuan kunjungan dan mempersiapkan perjalanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Monas dikenal sebagai destinasi wisata sejarah, tujuan kunjungan wisatawan tidak hanya berorientasi pada aspek edukasi. Beberapa informan datang untuk menikmati suasana taman, berolahraga, berburu kuliner, berfoto, maupun sekadar menghabiskan waktu bersama keluarga atau teman. Keragaman tujuan tersebut menunjukkan bahwa setiap wisatawan memiliki harapan dan kebutuhan yang berbeda sebelum melakukan perjalanan. Perez dan Ismael (2024) menjelaskan bahwa pengalaman wisatawan bersifat subjektif, personal, dan multidimensional, karena dibentuk oleh persepsi, emosi, dan proses kognitif masing-masing individu. Oleh karena itu, pengalaman wisata yang nantinya diperoleh di Monas telah dipengaruhi oleh motivasi dan ekspektasi yang dimiliki wisatawan sejak sebelum kunjungan dilakukan.

Tahap berikutnya adalah pre-arrival stage, yaitu ketika wisatawan mulai melakukan perjalanan menuju destinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan menggunakan Google Maps sebagai alat navigasi, sedangkan moda transportasi yang digunakan cukup beragam, mulai dari TransJakarta, MRT, kendaraan pribadi, ojek online, hingga berjalan kaki dari stasiun terdekat. Kemudahan akses menuju Monas menunjukkan bahwa wisatawan memiliki banyak alternatif untuk mencapai destinasi sesuai dengan

preferensi masing-masing. Meskipun demikian, menurut pegawai Monas (Sekar, 24 tahun), sampai saat ini masih terdapat beberapa keluhan wisatawan sebelum memasuki kawasan Monas, hal tersebut berkaitan dengan kemudahan orientasi lokasi. Contoh keluhannya adalah ukuran papan petunjuk arah (signage) dinilai kurang besar sehingga menyulitkan wisatawan dalam menemukan pintu masuk maupun lokasi tertentu di kawasan Monas. Namun, menurut Sekar, hal tersebut memang masih didiskusikan untuk dikembangkan di masa yang akan datang.

Selanjutnya, berkaitan dengan booking stage, pada penelitian ini tidak ditemukan proses tersebut (booking stage) yang dominan karena sebagian besar informan membeli tiket secara langsung di lokasi. Meskipun demikian, proses perencanaan perjalanan tetap berlangsung melalui pemilihan moda transportasi, penentuan rute perjalanan, serta aktivitas yang akan dilakukan selama berada di Monas.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat dipahami bahwa pengalaman wisatawan tidak dimulai ketika mereka memasuki kawasan Monas, melainkan telah terbentuk sejak tahap *pre-visit*. Proses memperoleh informasi, munculnya ketertarikan terhadap destinasi, penyusunan rencana perjalanan, hingga perjalanan menuju lokasi merupakan rangkaian pengalaman awal yang membentuk ekspektasi wisatawan. Temuan ini memperkuat konsep *visitor journey* yang dikemukakan oleh Suryana et al. (2023), bahwa pengalaman wisata berkembang secara berkesinambungan sejak sebelum kunjungan berlangsung. Selain itu, hasil penelitian juga mendukung pandangan Perez dan Ismael (2024) bahwa pengalaman wisata merupakan pengalaman yang bersifat personal dan multidimensional, karena dipengaruhi oleh latar belakang, tujuan, persepsi, dan cara setiap wisatawan memaknai perjalanan yang akan mereka lakukan.

Pengalaman Wisatawan Selama Berada (*During-Visit*) Di Monumen Nasional, Jakarta

Tahap *during visit* merupakan fase ketika wisatawan berada secara langsung di destinasi dan berinteraksi dengan berbagai elemen yang tersedia. Menurut Suryana et al. (2023), pada tahap ini wisatawan memasuki on-site stage, yaitu ketika pengalaman terbentuk melalui interaksi dengan atraksi wisata, fasilitas, lingkungan, masyarakat, maupun layanan yang disediakan oleh pengelola. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama berada di Monas, informan memperoleh pengalaman yang beragam. Pengalaman tersebut muncul ketika mengunjungi museum dan Ruang Kemerdekaan, menikmati panorama dari puncak Monas, melihat kemegahan arsitektur tugu, bersantai di taman, hingga menikmati kawasan kuliner Lenggeng Jakarta. Keragaman pengalaman tersebut menunjukkan bahwa wisatawan tidak hanya berinteraksi dengan satu atraksi utama, tetapi juga dengan berbagai komponen destinasi yang saling melengkapi.

Selain memperoleh pengalaman yang berkesan, sebagian besar informan juga menyampaikan tingkat kepuasan terhadap berbagai aspek destinasi. Kepuasan tersebut muncul karena kebersihan kawasan yang terjaga, suasana taman yang nyaman, harga tiket yang terjangkau, keamanan yang baik, serta kualitas museum yang dinilai informatif dan

nyaman untuk dikunjungi. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan selama berada di Monas dipengaruhi oleh kualitas lingkungan fisik maupun fasilitas yang mereka gunakan. Temuan ini sejalan dengan pendapat Perez dan Ismael (2024) yang menyatakan bahwa pengalaman wisatawan terbentuk melalui interaksi dengan berbagai komponen destinasi, seperti lingkungan fisik, atraksi wisata, budaya, serta layanan yang diterima selama perjalanan. Dengan demikian, kualitas fasilitas dan pelayanan menjadi bagian yang turut membentuk persepsi positif wisatawan terhadap pengalaman berkunjung.

Meskipun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa wisatawan masih menghadapi berbagai hambatan selama melakukan kunjungan. Kendala yang paling sering diungkapkan adalah antrean panjang untuk membeli tiket maupun menuju puncak Monas, cuaca yang panas, minimnya area teduh, jauhnya jarak tempuh dari pintu masuk menuju tugu utama, serta keterbatasan fasilitas pendukung seperti tempat minum, papan informasi, maupun kendaraan antar-jemput. Hasil wawancara dengan Sekar (pegawai Monas) juga menunjukkan fakta bahwa keterbatasan akses menuju puncak Monas merupakan salah satu penyebab utama terjadinya antrean panjang yang sering dikeluhkan wisatawan. Sekar menjelaskan bahwa kondisi tersebut bukan disebabkan oleh kurangnya pelayanan, melainkan karena Monas merupakan bangunan cagar budaya yang tidak memungkinkan dilakukan renovasi besar, termasuk penambahan lift menuju pelataran puncak. Sehingga, pengelola menerapkan sistem pembagian sesi kunjungan untuk menjaga keselamatan sekaligus melindungi keaslian bangunan.

Berbagai kendala tersebut menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan tidak hanya dipengaruhi oleh daya tarik destinasi, tetapi juga oleh kemudahan akses dan kenyamanan selama menikmati kawasan wisata. Oleh karena itu, sebagian besar informan memberikan usulan perbaikan sistem tiket yang lebih efisien, penambahan fasilitas peneduh, peningkatan informasi, serta penyediaan fasilitas pendukung lainnya agar pengalaman berkunjung menjadi lebih nyaman. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa pengalaman wisatawan selama berada di Monas merupakan pengalaman yang bersifat subjektif dan multidimensional. Wisatawan memberikan penilaian yang berbeda terhadap pengalaman yang mereka rasakan, meskipun berada pada destinasi yang sama. Sebagian informan menganggap museum sebagai bagian yang paling menarik, sementara informan lain lebih menikmati suasana taman, panorama kota, maupun aktivitas fotografi. Kondisi tersebut sesuai dengan pendapat Perez dan Ismael (2024) yang menjelaskan bahwa pengalaman wisata dipengaruhi oleh persepsi, emosi, dan proses kognitif setiap individu dalam menginterpretasikan pengalaman yang dialaminya. Dengan demikian, pengalaman selama *during visit* tidak hanya dibentuk oleh atraksi yang tersedia, tetapi juga oleh bagaimana setiap wisatawan memaknai interaksi yang terjadi selama berada di Monas.

Berdasarkan temuan tersebut, tahap *during visit* menjadi inti dari keseluruhan *visitor journey*, karena pada fase inilah wisatawan mengalami interaksi secara langsung dengan seluruh elemen destinasi. Pengalaman positif yang diperoleh dari atraksi, fasilitas, dan suasana kawasan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan, sedangkan hambatan yang

ditemui selama kunjungan berpotensi mengurangi kualitas pengalaman yang dirasakan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini mendukung konsep *visitor journey* yang dikemukakan oleh Suryana et al. (2023), bahwa tahap *during visit* merupakan proses pembentukan pengalaman melalui interaksi langsung dengan destinasi, yang selanjutnya akan memengaruhi pengalaman wisatawan pada tahap *post-visit*.

Pengalaman Wisatawan Setelah Mengunjungi (*Post-visit*) Monumen Nasional, Jakarta

Tahap *post-visit* merupakan fase setelah wisatawan menyelesaikan kunjungannya dan mulai melakukan evaluasi terhadap pengalaman yang telah diperoleh. Menurut Suryana et al. (2023), pada tahap ini wisatawan akan merefleksikan keseluruhan perjalanan melalui berbagai bentuk perilaku, seperti munculnya niat untuk berkunjung kembali, memberikan rekomendasi kepada orang lain, maupun membagikan pengalaman melalui media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan memiliki keinginan untuk kembali berkunjung ke Monas. Keinginan tersebut didasari oleh berbagai alasan, seperti ingin kembali menikmati suasana kawasan, mengunjungi area yang belum sempat didatangi, maupun mengajak keluarga, pasangan, atau teman untuk merasakan pengalaman yang sama.

Selain munculnya niat untuk melakukan kunjungan ulang, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian informan memilih untuk membagikan pengalaman mereka melalui media sosial. Platform yang digunakan cukup beragam, seperti Instagram, TikTok, Google Maps, Twitter/X, atau LinkedIn. Bentuk konten yang dibagikan pun berbeda-beda, mulai dari foto, video, ulasan singkat, hingga tulisan yang berisi pengalaman, tips berkunjung, dan informasi mengenai sejarah Monas.

Informasi terkait ulasan pengunjung menjadi satu hal perhatian pengelola, menurut Sekar (pegawai Monas), meskipun wisatawan banyak membagikan pengalaman melalui media sosial, pengelola tetap menyediakan saluran resmi (*direct message* Instagram) yang dapat digunakan sebagai media penyampaian masukan secara langsung untuk mendukung proses evaluasi dan perbaikan layanan di masa mendatang. Sementara itu, beberapa informan memilih untuk tidak membuat ulasan karena merasa cukup menikmati pengalaman tersebut secara pribadi. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap wisatawan memiliki cara yang berbeda dalam mengekspresikan pengalaman setelah kunjungan berakhir. Perbedaan perilaku tersebut sejalan dengan pendapat Perez dan Ismael (2024) yang menyatakan bahwa pengalaman wisata merupakan pengalaman yang subjektif, personal, dan multidimensional.

Pengalaman yang sama tidak selalu menghasilkan respons yang sama pula. Wisatawan yang merasa memperoleh pengalaman berkesan cenderung terdorong untuk membagikan pengalamannya kepada orang lain sebagai bentuk rekomendasi atau dokumentasi pribadi. Sebaliknya, terdapat pula wisatawan yang merasa cukup puas tanpa perlu mengunggah pengalaman tersebut ke media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa evaluasi akhir terhadap pengalaman wisata dipengaruhi oleh persepsi dan cara masing-masing individu memaknai perjalanan yang telah dilakukan.

Hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa ulasan yang dibuat oleh informan tidak hanya bertujuan untuk menceritakan pengalaman pribadi, tetapi juga memberikan manfaat bagi wisatawan lain. Beberapa informan berharap ulasan mereka dapat menjadi sumber informasi mengenai kondisi Monas, memberikan rekomendasi spot foto, mengenalkan nilai sejarah, hingga mempromosikan kawasan kuliner di sekitar Monas. Dengan demikian, pengalaman wisata tidak berhenti ketika kunjungan selesai, tetapi berlanjut melalui proses berbagi informasi yang berpotensi memengaruhi calon wisatawan pada tahap *pre-visit*. Kondisi ini menunjukkan adanya keterkaitan antartahap dalam *visitor journey*, di mana pengalaman wisatawan yang telah selesai melakukan perjalanan dapat menjadi sumber inspirasi bagi wisatawan lain sebelum mereka berkunjung.

Berdasarkan temuan tersebut, tahap *post-visit* menjadi fase yang penting dalam keseluruhan *visitor journey* karena mencerminkan penilaian akhir wisatawan terhadap pengalaman yang diperoleh selama berada di Monas. Niat untuk berkunjung kembali, kesediaan memberikan ulasan, serta keinginan merekomendasikan Monas kepada orang lain menunjukkan bahwa pengalaman yang terbentuk selama perjalanan akan memengaruhi perilaku wisatawan setelah kunjungan berakhir. Temuan ini mendukung konsep *visitor journey* yang dikemukakan oleh Suryana et al. (2023), bahwa tahap *post-visit* merupakan proses evaluasi yang tidak hanya menghasilkan kepuasan atau ketidakpuasan, tetapi juga membentuk perilaku wisatawan pada masa mendatang serta memengaruhi pengalaman calon wisatawan lainnya melalui rekomendasi dan media sosial.

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan di Monumen Nasional (Monas), Jakarta, terbentuk melalui tiga tahapan *visitor journey*, yaitu *pre-visit*, *during visit*, dan *post-visit*. Pengalaman wisatawan pada *pre-visit* diawali dengan proses pencarian informasi yang didominasi oleh media sosial, kemudian dilanjutkan dengan penentuan tujuan kunjungan serta perencanaan perjalanan menuju Monas. Motivasi wisatawan tidak hanya berorientasi pada wisata sejarah, tetapi juga untuk rekreasi, fotografi, olahraga, maupun menikmati kawasan kuliner. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengalaman wisata telah mulai terbentuk sejak sebelum wisatawan tiba di destinasi.

Pada tahap *during visit*, wisatawan memperoleh pengalaman melalui interaksi langsung dengan berbagai komponen destinasi, seperti museum, Ruang Kemerdekaan, kawasan taman, fasilitas, serta lingkungan Monas. Pengalaman positif didominasi oleh nilai sejarah, kebersihan kawasan, keamanan, dan suasana yang nyaman. Namun demikian, wisatawan juga masih menghadapi beberapa kendala, seperti antrean yang panjang, cuaca yang panas, keterbatasan fasilitas pendukung, serta kurangnya informasi di beberapa titik kawasan.

Sementara itu, pada tahap *post-visit*, sebagian besar wisatawan menunjukkan niat untuk berkunjung kembali dan sebagian memilih membagikan pengalaman mereka melalui media

sosial maupun platform ulasan sebagai bentuk rekomendasi kepada wisatawan lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan di Monas berkembang secara berkesinambungan sejak sebelum kunjungan hingga setelah perjalanan berakhir

b. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pengelola Monas disarankan untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan pada setiap tahapan *visitor journey*. Pada tahap *pre-visit*, pengelola dapat mengoptimalkan penyebaran informasi melalui media sosial dan kanal digital resmi agar wisatawan memperoleh informasi yang akurat mengenai fasilitas, jadwal operasional, harga tiket, serta aktivitas yang tersedia. Pada tahap *during visit*, pengelola perlu meningkatkan sistem pengelolaan antrean, menambah fasilitas pendukung seperti area teduh, tempat minum, papan informasi, serta memperbaiki sistem pembelian tiket agar lebih efisien. Sementara pada tahap *post-visit*, pengelola dapat mendorong wisatawan untuk memberikan ulasan dan berbagi pengalaman melalui media sosial sebagai bagian dari promosi destinasi yang berasal dari pengalaman langsung wisatawan.

Saran lainnya adalah penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian mengenai *visitor journey* pada destinasi wisata lainnya dengan karakteristik yang berbeda, seperti destinasi alam, budaya, maupun wisata buatan, sehingga dapat diperoleh perbandingan pengalaman wisatawan pada berbagai jenis destinasi. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kuantitatif mengukur hubungan antara setiap tahapan *visitor journey* dengan kepuasan, loyalitas, maupun niat berkunjung kembali. Penambahan jumlah informan serta variasi karakteristik responden juga dapat memberikan gambaran pengalaman wisatawan yang lebih komprehensif.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS (Cambria, size 12)

Penulis menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing yaitu Ibu Wiwik Nirmala Sari, SST.Par., M.Par. yang telah mendampingi, memberikan arahan, dan masukan selama proses penelitian hingga penyusunan artikel ini selesai. Selain itu, terima kasih juga kepada Universitas Pradita atas dukungan akademik dalam pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Mukhlash. (2024). Teknik Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif: Suatu Pengantar. UNJA PUBLISHER.
- Agastya, I. B. G. Yoga & Ni N. S. Wisudawati. (2025). Pengaruh Virtual Tour dan Interaktivitas Media Digital terhadap Minat Wisatawan Dengan Brand Image (Studi pada Destinasi Badung Selatan). MANABIS (Jurnal Manajemen dan Bisnis). 4(4). P. 466-477.
- Ardanasti, A. Z., Puspita L. Putri, & Slamet. (2025). Pengaruh Memorable Tourism Experience, Kepuasan Wisatawan, dan Aksesibilitas Pada Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Objek Wisata Baturraden. Jurnal Ekonomi & Bisnis Politeknik Piksi Ganesha. 13(1). p. 260-272.
- Audrey, Kent dan Sri P. (2025). Analisis Peran Pentahelix Dalam Pengembangan Kampung Ekowisata Keranggan. Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies (JoTIS). 5(2).

p.327-344.

- Costa, S. F. D. & Wiwik N.S. (2024). Modifikasi Jamu sebagai Potensi Wisata Gastronomi untuk Generasi Muda di Jakarta Pusat. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*. 2(1). P. 1-3.
- Fakhri, Fakhrizal. (2026). Belasan Ribu Wisatawan Berlibur di Monas. *Berita Jakarta*. <https://m.beritajakarta.id/read/151561/belasan-ribu-wisatawan-berlibur-di-monas> (diakses pada 27 Juni 2026).
- Hadiputra, A. Hafiz, Adinda A.P., Adrian N., & Aisyah Y. (2026). Pengembangan Atraksi “Monas Historical Immersion” dalam Inovasi Wisata dan Layanan Produk di Monumen Nasional. *Panorama: Jurnal Kajian Pariwisata*. 6(2). p. 1-4.
- Kemendikbud. (n.d). Monumen Nasional. Museum Kemenbud. Html. <https://museum.kemenbud.go.id/museum/profile/monumen%2Bnasional> (diakses pada 17 Juli 2026).
- Khadijah, S. a. Raif. (2024). Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Industri Perjalanan Wisata dan Dampaknya Kepada Solo Traveler Perempuan di Indonesia. *Journal of Research on Business and Tourism*. 4(2). p. 82-101.
- Lepar, Benjiro S. dan Wiwik N. Sari. (2024). Strategi Pengembangan SDM untuk Keberlanjutan Desa Wisata Cikolelet, di Banten. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*. 2(1). p.1-15.
- Marion, Grace dan Johann W. H. Prawiro. (2024). Pengembangan Atraksi Wisata Untuk Keberlanjutan Kampung Ekowisata Keranggan. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*. 2(1). p.1-14.
- Maspupah, Dini. (2023). The Analysis of *Visitor journey* of Tourists in Garut Regency. *Journal of Tourism Sustainability*. 3(2). p.139-149.
- Najiurrahman, S., Syifa A. W., & Tiara P. Salsabila. (2026). Pemberdayaan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Wisata di Monumen Nasional (Monas). *Journal of Innovative and Creativity*. 6(1). p. 4933-4938.
- Nugraha, R. Nurul & Cahya, G. A. K. Putra. (2023). Pengaruh Revitalisasi Monumen Nasional sebagai Penunjang Peningkatan Minat Berkunjung. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. 9(7). p. 371-380.
- Padila, Cisia. (2026). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*. 1(1). p. 15-21.
- Perez, Luis E.G. & Ismael C.O. (2024). Memorable Gastro-Tourism Experiences: A Systematic Literature Review. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*. 5(1). p. 1-22.
- Priatna, T., Bayu B. Nurfaulji, Dewi N., Eli S. M. Sari, Putri S. A., dan Rido R. Ulum. (2025). Teknik Pengumpulan Data dalam Pendekatan Kualitatif. *Merdeka Indonesia Journal International (MIJI)*. 5(2). p.707-713.
- Purwantari, Teguh. (2021). *Seri Bangunan Bersejarah Monumen*. Penerbit Kanak.
- Qomaruddin dan Halimah S. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting and Administration*. 1(2). p.77-84.
- Rahmadanty, Wafa & Surono. (2023). Achievement Of Monumentality Indicators And Preferences Of Two Generations Groups On Historical Monuments In Jakarta. *Jurnal Panorama Nusantara*. 18(1). p. 1-17.

- Sihotang, M. M. & Kustoro M. (2025). Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Preferensi Wisatawan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung di Istana Maimoon Medan. JUMMA'45: Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi. 4(1). p. 346-367.
- Subhaktiyasa, P. Gede. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan. 9(4). p.2721-2731.
- Suryana, M., Eko Susanto, Syifaa N., dan Chandra B. Septyandi. (2023). Empirical Study of Bandung Basin Tourist Behavior: *Visitor journey* Analysis. Journal of Business Management Education (JBME). 8(1). p.138-149.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.
- Wahyu, Yen Yen dan Wiwik N. Sari. (2025). Optimalisasi Fasilitas Wisata Demi Keberlanjutan Kampung Ekowisata Keranggan di Tangerang Selatan. Jurnal Pariwisata dan Perhotelan. 2(4). p.1-14.
- Wijaya, L. Cornelia dan Roels N. M. Puspawati. (2025). Strategi Pengembangan Pemasaran Media Sosial di Kampung Ekowisata Keranggan Tangerang Selatan. Jurnal Hospitality dan Pariwisata. 11(2). p.96-111.
- Wiyoso, Aghastya, W. Murwonugroho, & D. Wahjudi. (2022). Achievement Of Monumentality Indicators And Preferences Of Two Generations Groups On Historical Monuments In Jakarta. Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni. 6(2). p. 525-535.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN