

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Museum merupakan lembaga nirlaba, yang melayani masyarakat, terbuka untuk publik, yang mengumpulkan, mengkonservasi, meneliti, mengkomunikasikan, dan memamerkan bukti material manusia dan lingkungannya untuk tujuan pembelajaran dan kesenangan atau hiburan (ICOM, 2007). Museum juga memiliki beberapa fungsi seperti yang tertuang dalam UU no. 66 tahun 2015 tentang museum, dijelaskan bahwa museum adalah lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengomunikasikannya kepada masyarakat. Oleh karena itu hampir di setiap kota terdapat museum seperti yang tertera pada data Statistik Kebudayaan tahun 2021 dalam Pusat Data dan Teknologi Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan bahwa di Indonesia terdapat 439 museum.

Namun, adanya fungsi dan banyaknya jumlah museum yang terdapat di Indonesia ini tidak diiringi dengan adanya minat masyarakat untuk berkunjung ke museum. Hal tersebut merupakan salah satu permasalahan yang dialami dalam dunia permuseuman. Pada dasarnya Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) juga merupakan salah satu daerah yang terkenal dengan kota budaya, akan tetapi julukan tersebut masih belum menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke museum yang ada di DIY. Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan DIY menyebutkan bahwa museum yang berada di DIY berjumlah 42 museum, banyaknya jumlah museum yang juga sudah terfasilitasi tidak mempengaruhi minat masyarakat di DIY untuk berkunjung ke museum. Hal ini menyebabkan masyarakat memiliki sikap yang kurang tertarik dalam mengunjungi dan melestarikan peninggalan situs maupun benda bersejarah.

Kini permuseuman telah memiliki satu Peraturan Pemerintah yang merupakan amanat Undang-Undang No. 11 tahun 2010 tentang Cagar Budaya. Dalam UU no.66 tahun 2015 pasal 35 menjelaskan tentang pengembangan museum

bisa dilakukan melalui pengkajian koleksi. Pengkajian koleksi dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan potensi nilai dan informasi koleksi untuk dikomunikasikan kepada masyarakat, pengembangan ilmu pengetahuan, pengembangan kebudayaan dan menjaga kelestarian koleksi. Pengkajian koleksi bermanfaat untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang potensi nilai dan informasi mengenai koleksi museum.

Yogyakarta sebagai kota budaya dan juga kota pendidikan memiliki 15 museum berdasarkan data yang dimuat dalam web Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta. Salah satu museum yang berada di Kota Yogyakarta adalah Museum Kotagede Intro Living Museum. Museum Kotagede ini merupakan salah satu warisan budaya yang istimewa di Kotagede. Seperti sejarah Kotagede sendiri tentunya tak bisa melepaskan keberadaan Kerajaan Mataram Islam sebagai kerajaan agraris maju yang berdiri pada sekitar abad ke-16. Kotagede juga merupakan ibukota dari kerajaan Islam lain yang mengambil sebutan Mataram untuk meneruskan kebudayaan pemerintahan di wilayah Jawa bagian tengah.

Selain itu, Kotagede merupakan salah satu bekas kota tua yang ada di Yogyakarta dan ditetapkan sebagai Kawasan Cagar Budaya (KCB) sesuai dengan UU No. 11 Tahun 2011 tentang Cagar Budaya. Konsekuensi dari dijadikannya Kawasan Cagar Budaya yaitu adanya pengendalian pembangunan dan modernitas, dimana rumah tradisional harus dilestarikan dan pembangunan gedung atau rumah baru harus turut sesuai dengan nafas ruang budaya Kotagede. Museum Kotagede Intro Living Museum merupakan salah satu dasar narasi dari nafas kawasan Cagar Budaya.

Museum Kotagede mengusung konsep Living Museum yang tak tersekat ruang bangunan gedung. Museum Kotagede Intro Living Museum memiliki narasi kisah mengenai empat aspek yang membentuk identitas dari Kotagede. Keempat aspek tersebut diantaranya situs arkeologi dan lanskap sejarah, kemahiran teknologi tradisional, Seni pertunjukkan dan adat tradisi, dan pergerakan sosial kemasyarakatan.

Saat ini, Museum Kotagede Intro Living Museum terbilang museum yang masih baru akan tetapi promosi yang dilakukan sudah bagus dan banyak. Museum Kotagede menjadi salah satu destinasi wisata sejarah yang memiliki daya tarik kunjungan para wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Hal ini terbukti dengan adanya peningkatan jumlah kunjungan ke Museum Kotagede setiap bulannya. Dibandingkan dengan Museum Affandi Yogyakarta terbilang sebagai museum yang sudah berdiri lebih dulu dari Museum Kotagede. Berdasarkan rekap data pengunjung tahun 2021 dari bulan Januari hingga bulan Desember Museum Affandi Yogyakarta tidak mengalami kenaikan jumlah kunjungan ke museum. Pernyataan ini sesuai dengan rekap data dari Buku Statistik Pariwisata DIY tahun 2021.

Demi meningkatkan jumlah kunjungan ke Museum Kotagede Intro Living Museum, pihak pengelola melakukan langkah strategi promosi yang bertujuan untuk meningkatkan lebih banyak lagi jumlah kunjungan museum setiap bulannya. Tujuan lain dari strategi promosi yang dilakukan Museum Kotagede Intro Living Museum yaitu untuk menyampaikan informasi maupun pesan tentang keberadaan Museum Kotagede secara efektif dan jelas. Langkah-langkah strategi promosi ini dapat memberikan informasi yang segera diterima oleh masyarakat maupun target audience yang dituju. Strategi promosi ini menjadi langkah dari pengelola Museum Kotagede agar lebih tepat dalam melakukan promosi Museum Kotagede Intro Living Museum agar dapat menjadi salah satu alternatif wisata yang dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini ditunjukkan dengan adanya data pengunjung Museum Kotagede Intro Living Museum.

Tabel 1.1

Data Informasi Pengunjung Museum Kotagede Tahun 2022

Bulan	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara	Jumlah
Januari	172	1	173
Februari	269	1	270
Maret	467	1	468
April	146	0	146
Mel	351	0	351
Juni	407	3	410
Juli	573	1	574
Agustus	339	0	339
September	454	0	454
Oktober	353	4	357
Jumlah	3178	11	3542

Sumber: Arsip dan Dokumen Museum Kotagede, 2022

Pada tabel di atas dapat digambarkan bahwa jumlah kunjungan Museum Kotagede Intro Living Museum mengalami peningkatan setiap bulannya. Akan tetapi dengan adanya peningkatan jumlah kunjungan tersebut terdapat penurunan dari beberapa bulan setelah adanya peningkatan. Pada bulan Januari 2022 hanya terdapat

173 pengunjung dengan kriteria wisatawan nusantara 172 orang dan wisatawan mancanegara 1 orang. Kondisi jumlah pengunjung pada Museum Kotagede ini masih naik turun. Pengunjung pada Museum Kotagede Intro Living Museum sempat naik pada bulan Juli, dimana jumlah pengunjung mencapai 574 namun pada bulan berikutnya yaitu pada bulan Agustus menurun menjadi 339. Kemudian pada bulan September jumlah pengunjung meningkat kembali mencapai 454 dan pada bulan Oktober mengalami penurunan jumlah pengunjung menjadi 353. Hal ini menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian di Museum kotagede Intro Living Museum.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian tentang pentingnya strategi promosi dalam meningkatkan kunjungan pada Museum Kotagede Intro Living Museum. Peneliti mengambil pembahasan strategi promosi sebagai salah satu langkah yang di nilai tepat untuk diterapkan oleh Museum Kotagede Intro Living Museum dalam meningkatkan kunjungan museum. Penelitian ini mengkaji tentang strategi promosi dengan beberapa elemen dari *promotion mix* yang meliputi *advertising, sales promotion, public relations, personal selling dan direct dan online marketing*. Penelitian terdahulu banyak yang membahas mengenai strategi promosi dalam meningkatkan kunjungan, namun belum banyak penelitian yang membahas mengenai Museum Kotagede Intro Living Museum sebagai objek penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan yang dikaji yaitu bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan kunjungan Museum Kotagede Intro Living Museum?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan kunjungan Museum Kotagede Intro Living Museum.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari adanya penelitian ini terbagi menjadi 2 kategori, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang didapatkan dari adanya penelitian ini adalah untuk memberikan informasi serta memberikan kontribusi positif sebagai bahan masukan atau referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang studi ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan strategi promosi.

2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi para pengelola museum untuk dapat menerapkan strategi promosi agar jumlah kunjungan museum dapat meningkat.
2. Penelitian ini juga diharapkan berguna bagi masyarakat, untuk meningkatkan minat masyarakat dalam berkunjung ke museum.

