

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital sekarang ini, dimana masyarakat dapat merasakan kemajuan teknologi yang begitu pesat membuat sebagian waktu mereka dihabiskan untuk menjelajah dunia secara digital melalui koneksi internet. Adanya koneksi internet yang semakin cepat membuat masyarakat dapat mencari tahu apapun yang diinginkan melalui sebuah tindakan menggunakan perangkat elektronik seperti *gadget* dengan sangat cepat. Kemajuan teknologi ini juga menjadi alasan sebagian aktivitas masyarakat beralih dari media konvensional menjadi media digital secara signifikan. Adapun beberapa media digital yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk membantu aktivitas dalam sehari-hari diantaranya aplikasi perangkat lunak media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Tiktok, Facebook maupun aplikasi penunjang lainnya. Perpindahan aktivitas ini membuat media sosial mengalami peningkatan penggunaan secara signifikan.



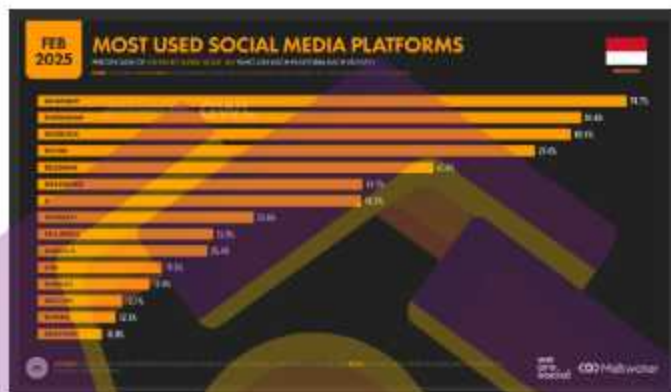
Gambar 1.1

Gambaran Umum Penggunaan Sosial Media di Indonesia

Sumber: *We Are Sosial* (2025)

Menurut laporan data dari We Are Sosial (2025) pengguna internet di Indonesia mencapai 143 juta dengan total waktu yang dihabiskan lebih dari tiga

jam. Adapun pengguna terbesar didominasi oleh laki-laki sebesar 54,0%, sedangkan perempuan sebesar 46,0%. Dari data tersebut dapat diartikan bahwa penggunaan media sosial di Indonesia begitu luas sehingga penyampaian informasi dapat dijangkau dari segala arah.



Gambar 1.2
Daftar Platform Sosial Media Paling Sering Digunakan
Sumber: *We Are Social* (2025)

Pada gambar 1.2 merupakan data yang diambil pada bulan Februari 2025 menunjukkan pengguna media sosial dengan presentase aplikasi Whatsapp 91,7%, Instagram 84,6%, Facebook 83,0% serta tiktok 77,4%. Media sosial Instagram menempati urutan ke-2 aplikasi paling banyak digunakan dengan presentase penggunaan 84,6% menjadi salah satu media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk beberapa kegiatan oleh masyarakat secara individu, instansi atau perusahaan dalam memberikan informasi terkait apa yang ingin disampaikan dan dibagikan. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan dengan media sosial Instagram diantaranya adalah pemasaran, pengenalan brand atau instansi, kegiatan yang dilakukan atau beberapa aktivitas lainnya yang bersifat publik, dengan tujuan untuk menarik audien, konsumen maupun masyarakat agar tertarik dengan apa yang disajikan oleh sebuah akun media sosial baik milik individu, kelompok, instansi maupun perusahaan. Dengan adanya Instagram semua kegiatan pemasaran ini bisa dilakukan dengan

jangkauan yang lebih luas dan menyeluruh. Penggunaan media sosial Instagram ini juga berpengaruh pada minat masyarakat terhadap sejarah dan budaya, yang biasanya dapat ditemui diberbagai tempat seperti museum.

Museum adalah tempat yang digunakan untuk melindungi, mengembangkan, serta mengkomunikasikan warisan budaya dan lingkungan kepada masyarakat. Definisi museum menurut ICOM (*International Council Of Museums*) tahun 2022, menjelaskan bahwa museum merupakan lembaga *non-profit* serta permanen yang melayani masyarakat dengan tujuan mengeksplorasi, mengumpulkan, konservasi, menafsirkan dan memamerkan warisan berupa material maupun *intangible*. Museum terbuka untuk umum, dapat diakses dan inklusif, didalamnya menampilkan keberagaman serta keberlanjutan. Museum beroperasi dan berkomunikasi secara etis, profesional serta melibatkan partisipasi masyarakat, yang menawarkan pengalaman berupa pendidikan, kesenangan, refleksi dan pengetahuan. Keberadaan museum menjadi salah satu tempat yang perlu dipertahankan, sebagai tempat bersejarah yang didalamnya menampilkan berbagai koleksi serta cerita masa lampau membuat museum menjadi tempat berkumpulnya pengetahuan mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi sebelumnya.

Menurut data dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, setidaknya terdapat 442 museum di Indonesia yang tercatat hingga tahun 2024. Meskipun memiliki banyak museum yang aktif di Indonesia, namun tingkat *awareness* masyarakat mengenai keberadaan museum ini perlu dipertanyakan, pasalnya tingkat berkunjung masyarakat terhadap museum semakin menurun sejak tahun 2020. Dilansir dari website CNBC Indonesia, dengan judul "Minat ke Museum Memprihatinkan, Ini Penyebabnya Kata Ahli" menjabarkan bahwa di provinsi DKI Jakarta juga mengalami penurunan jumlah kunjungan museum. Pada tahun 2021 jumlah kunjungan museum di DKI Jakarta menurut jenis museum hanya sebesar 119.657 kunjungan. Sedangkan pada tahun sebelumnya, yaitu 2020 dapat mencapai sekitar 2.056.897 kunjungan, jika dibandingkan dengan tahun 2019 yang pada saat itu dapat mencapai jumlah kunjungan mencapai 11.092.256 kunjungan, jumlah ini tentu sangat jauh apabila dibandingkan dengan

kunjungan pada tahun 2021. Fenomena ini dipengaruhi dengan adanya *pandemic* Covid-19 yang sempat melanda dunia awal tahun 2020 hingga awal tahun 2023. Selain itu stigma masyarakat yang mengarah bahwa museum hanya tempat untuk berrekreasinya anak sekolah atau museum hanya tempat untuk menyimpan benda-benda kuno dan bersejarah, tanpa tahu bahwa ada banyak hal yang tersimpan didalamnya seperti gudangnya pengetahuan maupun kreativitas. Fenomena ini tentu tidak bisa dibiarkan begitu saja, baik pemerintah, pihak instansi museum maupun aktivis-aktivis juga harus ikut andil dalam mengatasi fenomena ini. Tentu fenomena ini dapat merugikan banyak orang, instansi bahkan dapat merugikan negara, maka dari itu perlu adanya upaya agar masyarakat dapat kembali *aware* terhadap keberadaan museum-museum terkhusus yang ada disekitaran mereka.

Dari 442 museum yang tercatat setidaknya ada 35 museum diantaranya terletak di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini juga menjadikan Daerah Istimewa Yogyakarta menempati urutan ke-5 provinsi dengan jumlah museum terbanyak di Indonesia.

JUMLAH MUSEUM PER PROVINSI

Show 10 entries
Search

No.	Nama Provinsi	Total
1	D.A.I. Jakarta	63
3	Jawa Tengah	63
5	Jawa Timur	62
2	Jawa Barat	39
4	D.I. Yogyakarta	35
22	Bali	34
7	Sulawesi Utara	21
18	Sulawesi Selatan	17
6	Sulawesi Barat	13
9	Kali	9
TOTAL SEMUA		442

Showing 1 to 10 of 22 entries
Previous 1 2 3 4 Next

Gambar 1.3
Jumlah Museum Per Provinsi Hingga Tahun 2024 di Indonesia
Sumber : Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi
(2024)

Menjadi salah satu provinsi tujuan berwisata dan belajar di Indonesia membuat setiap tempat wisata maupun tempat bersejarah di Daerah Istimewa Yogyakarta berlomba-lomba untuk memperkenalkan keunggulan tempat masing-masing. Hal ini juga dilakukan oleh salah satu museum dari total 35 museum di Daerah Istimewa Yogyakarta, yaitu Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta untuk memperkenalkan setiap sudut, koleksi, serta cerita masa lampau kepada khalayak umum melalui media sosial Instagram. Hal ini juga sebagai upaya instansi untuk meningkatkan *awareness* masyarakat agar tetap menjadikan museum sebagai tempat untuk mengenang dan mempelajari sejarah-sejarah melalui akun media sosial Instagram milik Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta dengan *username* @museum.benteng.vredeburg. Menurut trendHERO (2026), pada bulan Desember 2023, jumlah *followers* museum mencapai 17.3 ribu, data yang sama ditahun 2024 pada bulan Januari, yaitu 17.3 ribu, kemudian pada November 2024 mengalami peningkatan mencapai 27.3 ribu *followers*.

Kemudian tercatat jumlah pengunjung museum pada tahun 2023 mencapai 509.125, jumlah kunjungan ini didominasi oleh pengunjung perorangan dengan usia dewasa sebanyak 230.847 kunjungan.

PENGUNJUNG MUSEUM BENTENG VREDEBURG YOGYAKARTA																	
DATA REKAPITULASI TAHUN 2023																	
NO	BULAN	JENIS PENGUNJUNG															
		WISATAMAN SULANTARA (BERUMI)															
		PENGUNJUNG		PERORANGAN				KORPORASI				KELOMPOK					
		BERUMI	BERUMI	SD	SL	SDP	SDP	SDP	SDP	SDP	SDP	SDP	SDP	SDP	SDP		
1	Januari	5.082	10.127	181	4.900	5.071	2.759	207	2.759	19	18					276	40.243
2	Februari	5.495	11.243	240	5.255	5.712	3.090	261	3.090	11	11					286	36.631
3	Maret	5.490	11.459	251	5.239	5.737	3.090	261	3.090	14	14					419	35.460
4	April	5.471	11.558	44	5.427	5.513	3.090	261	3.090	4	4					368	38.812
5	Mai	5.341	11.244	224	5.117	5.555	3.090	261	3.090	5	5					321	41.124
6	Juni	5.027	10.369	739	4.288	5.035	2.801	234	2.801	21	21					381	38.281
7	Juli	5.753	14.112	282	5.471	5.422	2.757	207	2.757	24	24					1.137	46.870
8	Agustus	5.755	12.911	334	5.421	5.751	3.090	261	3.090	48	48					1.284	38.499
9	September	5.397	11.872	712	4.685	5.583	3.090	261	3.090	38	38					1.249	44.812
10	Oktober	5.464	12.119	291	5.173	5.464	3.090	261	3.090	44	44					360	44.812
11	November	5.392	11.243	1.243	4.149	5.392	3.090	261	3.090	22	22					426	40.822
12	Desember	5.412	11.118	369	5.043	5.349	3.090	261	3.090	19	19					466	40.842
TOTAL		65.172	139.547	7.408	54.764	55.156	30.212	2.401	27.815	261	261					5.108	349.101

Gambar 1.4

Jumlah Kunjungan Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta Tahun 2023

Sumber : Pelayanan Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta (2025)

Sedangkan kunjungan pada tahun 2024 tercatat sebanyak 663.021 kunjungan. Sama dengan tahun sebelumnya, kunjungan terbanyak didominasi oleh kunjungan perorangan dengan usia dewasa, sebanyak 557.474 kunjungan. Pada gambar 1.4 Menampilkan table yang merangkum jumlah keseluruhan pengunjung Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta pada tahun 2024, pada bulan April, museum sepenuhnya ditutup untuk umum, hal ini berkaitan dengan proses revitalisasi museum yang berlangsung setidaknya satu bulan penuh. Meski begitu jumlah kunjungan pada tahun 2024 masih menjadi jumlah kunjungan terbanyak selama beberapa tahun kebelakang.

PENGUNJUNG MUSEUM BENTENG VREDEBURG YOGYAKARTA
DATA REKAPITULASI TAHUN 2024

JENIS PENGUNJUNG													
NO	BULAN	WISATAWAN KUNJUNGAN (WISKUN)											
		PERKAWINAN		KEMUNGKARAN		KEMUNGKARAN		KEMUNGKARAN		KEMUNGKARAN		PESANGGAM	JUMLAH
		ABANG	IBU	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI		
1	Januari	5.000	12.270	780	5.000	7.480	3.270	270	5.000	34	100	80	100
2	Februari	5.100	11.210	780	5.100	6.880	3.380	270	5.100	34	100	80	100
3	Maret	5.200	10.210	780	5.200	6.880	3.380	270	5.200	34	100	80	100
4	April	5.300	10.210	780	5.300	6.880	3.380	270	5.300	34	100	80	100
5	Mei	5.400	10.210	780	5.400	6.880	3.380	270	5.400	34	100	80	100
6	Juni	5.500	10.210	780	5.500	6.880	3.380	270	5.500	34	100	80	100
7	Juli	5.600	10.210	780	5.600	6.880	3.380	270	5.600	34	100	80	100
8	Agustus	5.700	10.210	780	5.700	6.880	3.380	270	5.700	34	100	80	100
9	September	5.800	10.210	780	5.800	6.880	3.380	270	5.800	34	100	80	100
10	Oktober	5.900	10.210	780	5.900	6.880	3.380	270	5.900	34	100	80	100
11	November	6.000	10.210	780	6.000	6.880	3.380	270	6.000	34	100	80	100
12	Desember	6.100	10.210	780	6.100	6.880	3.380	270	6.100	34	100	80	100
2024		61.000	142.710	9.480	61.000	74.880	40.380	3.270	61.000	404	1.200	960	1.200

Gambar 1.5

Jumlah Kunjungan Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta Tahun 2023

Sumber : Pelayanan Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta (2025)

Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta memikul beban berat sebagai sebuah museum yang berada ditengah pusat kota yang menjadi tempat tujuan pertama para wisatawan berkunjung. Terletak di pusat kota menjadikan Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta ini menjadi tujuan atau setidaknya tertulis dalam *wish list* kunjungan wisatawan. Untuk menjadikan Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta sebagai museum yang dapat menarik serta meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap sejarah, maka dari itu, perlu adanya strategi komunikasi pemasaran yang tepat agar instansi dapat mendulang ke popularitas dengan memanfaatkan media sosial serta letak strategis yang dimiliki. Adanya komunikasi pemasaran diharapkan Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta dapat menjadi tempat bersejarah sekaligus tempat edukasi masyarakat terhadap perjuangan bangsa Indonesia.

Adapun alasan penulis memilih Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta ini adalah karena, pertama museum ini terletak tepat dipusat kota Yogyakarta, kemudian museum ini merupakan salah satu instansi yang aktif dalam berkolaborasi dengan beragam komunitas untuk menciptakan pengalaman-pengalaman baru seperti acara *sharing knowledge*, unjuk kreativitas, dan berbagai kolaborasi menarik lainnya dengan macam-macam komunitas. Bahkan dalam acara Anugerah Purwakalagha Indonesia Museum Award (IMA) 2022, Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta menjadi pemenang dalam kategori "Museum

Kolaboratif". Selain itu museum juga aktif dalam sosial media Instagram sebagai media yang digunakan untuk berinteraksi dengan masyarakat seperti memberikan informasi berupa edukasi, *sharing* kegiatan dalam instansi maupun hiburan. Hal ini dapat menjadi salah satu upaya museum dalam meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap museum dan sejarah.

Adanya perkembangan zaman membuat beberapa aktivitas manusia menjadi lebih mudah, salah satunya dalam mempromosikan suatu *project*, brand, tempat, produk dan macam bisnis lainnya hanya melalui sebuah *smartphone* dengan bantuan aplikasi tambahan. Salah satunya adalah aplikasi sosial media Instagram yang dapat menjangkau hampir keseluruhan dunia dengan total unduhan mencapai lebih dari lima miliar. Hal ini tentu akan menjadi sebuah cara yang cukup efektif bagi perusahaan ataupun instansi dalam melakukan strategi pemasaran. Hal ini juga dilakukan oleh instansi pemerintah Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta dalam mengenalkan sejarah yang ada didalam bangunan benteng peninggalan Belanda itu. Dengan *username* @museum.benteng.vredeburg, Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta telah berhasil menarik sejumlah akun untuk mengikuti aktivitas mereka dalam Instagram.



Gambar 1.6

Grafik *Followers* Instagram Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta

Sumber: *SocialBlade.com* (2025)

Menurut gambar 1.6, sumber dari *SocialBlade.com* pada bulan Juli jumlah *followers* Instagram Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta mengalami peningkatan hingga 4k atau 4 ribu *followers*, jumlah paling besar jika dibandingkan dari data tahun 2023.

Dalam gambar 1.6 kenaikan aktifitas *followers* akun Instagram @museum.benteng.vredeburg terjadi mulai dari bulan Mei dan puncak kenaikan *followers* terjadi pada bulan Juni 2024. Ini membuktikan bahwa instansi konsisten dalam berinteraksi dengan masyarakat melalui sosial media Instagram, hal ini juga menjadi salah satu strategi instansi dalam meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap museum. Dalam penggunaannya, Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di aplikasi Instagram. Seperti *video reels*, *highlight*, *story*, *hashtag*, dan kalimat yang menunjukkan ajakan atau interaksi dengan *audien*. Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta juga menyediakan pameran virtual bagi wisatawan atau masyarakat yang ingin melihat lebih dalam mengenai museum namun tidak bisa datang secara langsung ke lokasi. Ini merupakan salah satu fasilitas yang disediakan instansi untuk memanjakan masyarakat agar tetap dapat mendapatkan pengalaman serta pengetahuan meski terhalang jarak atau permasalahan lainnya.

Maka dari itu fokus penelitian ini terletak pada bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta dalam meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap sejarah yang terdapat didalam museum dengan analisis model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*), dengan judul penelitian “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta dalam Meningkatkan *awareness* Masyarakat (Studi Kasus Konten Instagram @museum.benteng.vredeburg Pada Tahun 2024”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap sejarah atau peristiwa masa lampau yang terletak di dalam Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta melalui konten Instagram @museum.benteng.vredeburg pada tahun 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta dalam meningkatkan *awarenes* masyarakat terhadap sejarah melalui konten akun Instagram @museum.benteng.vredeburg.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, pemahaman serta menambah pengetahuan penelitian selanjutnya mengenai strategi komunikasi pemasaran di media sosial Instagram.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi oleh instansi Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta untuk menyusun strategi komunikasi pemasaran yang lebih efektif dimasa mendatang.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini berisi mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi mengenai landasan teoritis atau konseptual dan penelitian terdahulu.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini berisikan mengenai sistem penulisan penelitian berupa paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengambilan data, waktu penelitian, teknis analisis data dan teknik keabsahan penelitian.

BAB IV : Analisis dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan profil perusahaan, data penelitian, analisis data, temuan penelitian serta pembahasan

BAB V : Penutupan

Bab ini berisi kesimpulan hasil yang diperoleh dalam penelitian dan saran penelitian selanjutnya.

