

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Museum Mandiri sebagai institusi budaya dan salah satu museum bersejarah yang menyimpan koleksi perjalanan perbankan Indonesia, saat ini menghadapi tantangan dalam membangun minat berkunjung ke Museum Mandiri melalui media Instagram. Letaknya yang strategis di kawasan Kota Tua Jakarta membuat museum ini memiliki potensi besar dalam membangun minat berkunjung ke Museum Mandiri, terutama dari kalangan pelajar dan mahasiswa. Namun, ketertarikan masyarakat terhadap kunjungan ke Museum Mandiri tampak masih relatif rendah dibandingkan dengan museum lainnya yang berada di kawasan Kota Tua Jakarta.



Sumber: Dinas Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta

Gambar 1. 1 Data Pengunjung Museum Tahun 2024

Berdasarkan observasi peneliti selama magang di Museum Mandiri bagian divisi media sosial pada bulan Maret – Juli 2025, saya melihat kondisi bertolak belakang dengan meningkatnya aktivitas pengguna di ruang digital. Fenomena ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara potensi publik yang aktif secara digital dan ketertarikan masyarakat untuk berkunjung secara

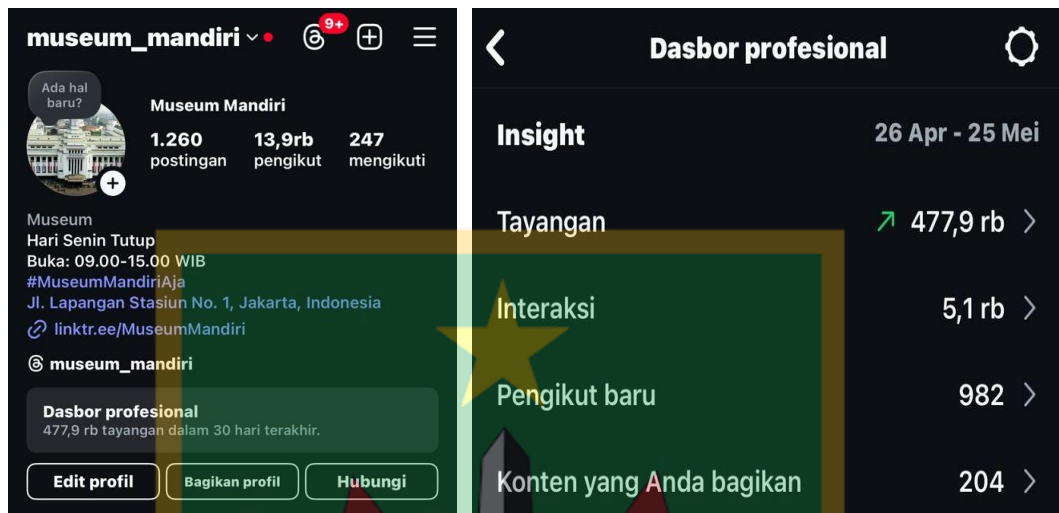
langsung ke Museum Mandiri. Sebagai respons terhadap perubahan perilaku audiens tersebut, Museum Mandiri telah memanfaatkan Instagram sebagai sarana komunikasi digital. Platform ini dipilih karena karakter visualnya yang kuat, kemampuannya menjangkau audiens generasi Z dan Milenial, serta fitur-fiturnya seperti *Feed*, *Story*, dan *Reels* juga memungkinkan dalam membangun minat berkunjung ke Museum Mandiri.

Melalui akun resmi Instagram @museum_mandiri, berbagai informasi melalui konten visual seperti dokumentasi kegiatan, koleksi museum, informasi edukatif dan promosi acara telah dipublikasikan secara rutin. Namun penggunaan Instagram oleh Museum Mandiri masih menimbulkan pertanyaan mengenai strategi konten yang diterapkan dalam membangun minat berkunjung. Aktivitas unggahan memang sudah aktif berjalan, tetapi belum dapat diketahui bagaimana strategi konten yang sudah disusun. Dengan demikian, dibutuhkan kajian yang lebih mendalam untuk memahami kontribusi strategi konten Instagram dapat membangun minat kunjungan ke Museum Mandiri.

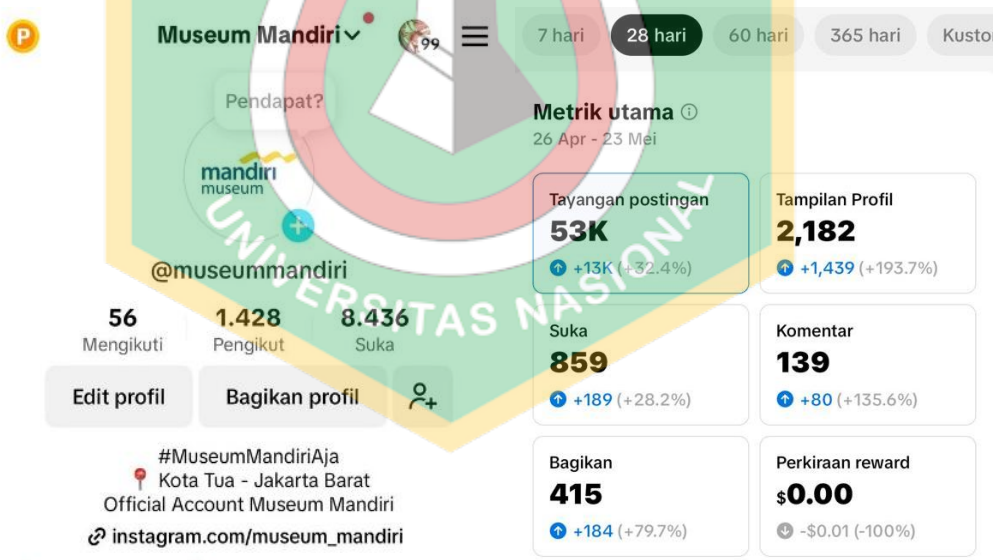
Parameter keberhasilan Instagram dapat dilihat melalui indikator keterlibatan audiens (*engagement*) seperti jumlah interaksi, komentar, dan *share*, serta persepsi positif terhadap konten yang dibagikan. Selain itu, persepsi positif dan munculnya intensi berkunjung setelah audiens terpapar konten museum juga menjadi indikator penting dalam menilai sejauh mana strategi konten tersebut berjalan secara optimal. Dengan demikian, media sosial seperti Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi, tetapi juga sebagai wadah membangun interaksi dan kedekatan antara museum dan publik.

Media sosial lain seperti TikTok atau X memang memiliki peran tersendiri dalam membangun minat berkunjung. Namun, fokus penelitian ini diletakkan secara spesifik pada platform Instagram, karena Instagram merupakan platform media sosial yang paling banyak pengikut atau paling aktif digunakan oleh akun resmi Museum Mandiri dibandingkan media sosial

lainnya. Frekuensi unggahan, jenis konten, tayangan postingan, dan interaksi pengguna juga lebih dominan di Instagram.



Gambar 1. 2 Akun Instagram @museum_mandiri

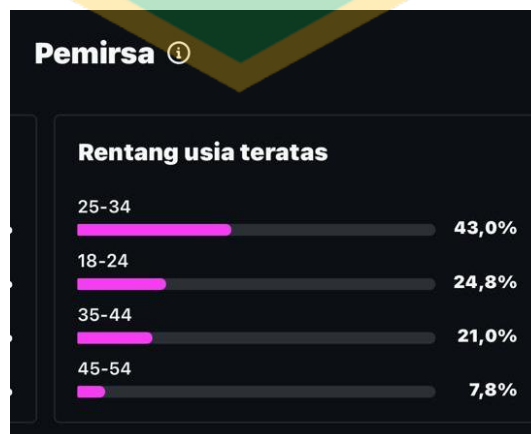


Gambar 1. 3 Akun Tiktok @museummandiri



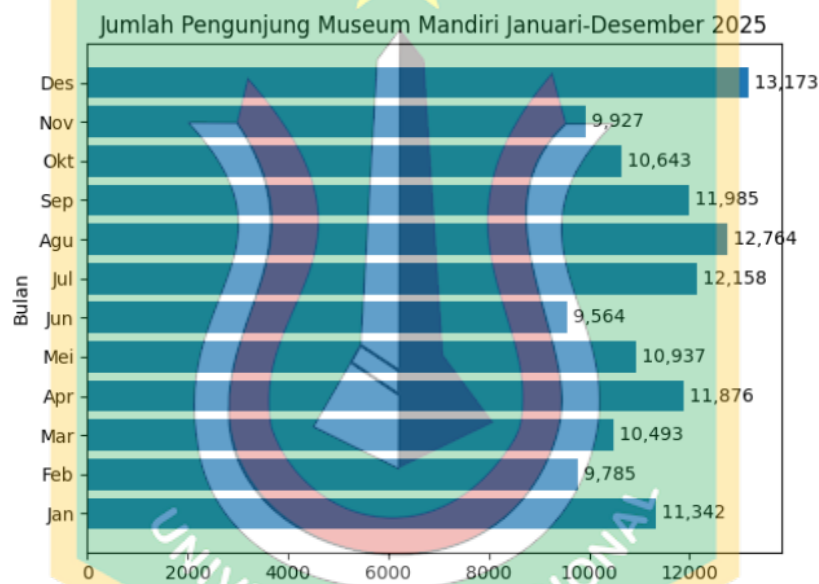
Gambar 1. 4 Akun X @museum_mandiri

Platform ini menjadi pilihan utama banyak institusi budaya karena karakter visualnya yang kuat, sehingga cocok untuk menampilkan koleksi museum, aktivitas edukatif, dan promosi event secara estetik dan menarik. Secara demografis, Instagram juga digunakan secara luas oleh segmen usia muda (generasi Z dan milenial), yang merupakan sasaran utama yang ingin dijangkau oleh akun Instagram Museum Mandiri melalui konten sehingga dapat menarik minat berkunjung ke Museum Mandiri. Oleh karena itu, penelitian ini memilih Instagram sebagai fokus karena potensinya yang besar untuk dioptimalkan lebih lanjut.



Gambar 1. 5 Usia Penonton Akun Instagram @museum_mandiri

Selanjutnya berdasarkan data kunjungan Museum Mandiri terdapat peningkatan jumlah pengunjung pada tahun 2025 yaitu dengan total pengunjung 134.647 dibandingkan dengan tahun 2024 yaitu dengan total pengunjung 79.969. Peningkatan ini mengindikasikan adanya pertumbuhan minat masyarakat untuk berkunjung ke museum. Peningkatan jumlah kunjungan masyarakat tidak dapat disimpulkan menjadi salah satu dampak langsung dari aktivitas Instagram, intensifikasi strategi konten digital yang dilakukan secara lebih konsisten pada periode tersebut menunjukkan adanya keterkaitan yang relevan untuk diteliti lebih lanjut.



Gambar 1. 6 Data Pengunjung Museum Tahun 2025

Penelitian oleh (Wiky Hasra, 2023) menunjukkan peran penting Instagram sebagai alat promosi museum, namun strategi kontennya dinilai masih lemah dalam hal konsistensi dan interaksi audiens. Sementara, (Saptiyono dan Eb, 2024) mengenai akun Instagram @museumrangawarsita menunjukkan bahwa strategi konten promosi telah mengikuti model 4C Heuer, namun penerapannya belum optimal karena kurangnya perencanaan strategis, konsistensi unggahan, serta rendahnya interaksi dengan audiens.

Fenomena ini menunjukkan adanya ruang yang perlu dikaji lebih dalam mengenai bagaimana strategi konten Instagram @museum_mandiri dalam membangun minat berkunjung ke Museum Mandiri. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana strategi konten Instagram @museum_mandiri dalam membangun minat berkunjung ke Museum Mandiri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan masalah yang akan dibahas yaitu: “bagaimana strategi konten Instagram @museum_mandiri dalam membangun minat berkunjung ke Museum Mandiri?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana strategi konten Instagram @museum_mandiri dalam membangun minat berkunjung ke Museum Mandiri.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang strategi konten media sosial pada institusi kebudayaan. Penelitian ini memperluas pemahaman tentang bagaimana strategi konten yang dirancang melalui Instagram dapat membentuk komunikasi yang efektif antara lembaga budaya dan publik serta dapat membangun minat berkunjung.

Penelitian ini diharapkan juga dapat memperkaya literatur ilmiah mengenai penerapan strategi konten visual pada platform Instagram sebagai sarana penyampaian informasi sejarah dan budaya secara lebih menarik dan mudah diakses. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi rujukan teoritis bagi

studi selanjutnya yang menelaah perencanaan dan implementasi strategi konten dalam membangun ketertarikan publik terhadap lembaga budaya di era digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat bagi pengelola Museum Mandiri dalam memahami strategi konten Instagram yang telah diterapkan dan sejauh mana strategi tersebut dapat membangun minat berkunjung ke Museum. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam menyusun perencanaan konten yang lebih terarah, konsisten, dan sesuai dengan kebutuhan audiens, sehingga komunikasi digital museum menjadi lebih menarik dan berdampak.

Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi mengenai bagaimana media sosial melalui Instagram dapat dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran dan pengenalan Sejarah secara digital. Bagi mahasiswa, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan serta pengembangan untuk penelitian selanjutnya.

Bagi pemerintah dan lembaga kebudayaan lainnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam merancang strategi konten media sosial yang efektif. Temuan ini juga memberikan contoh praktik yang dapat diadaptasi dalam upaya mempromosikan pelestarian budaya melalui media digital.

1.5 Sistematika Penulisan

Guna mempermudah pembaca dalam mengetahui pembahasan yang terdapat dalam penelitian ini secara menyeluruh, sistematika penulisan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

BAB I :PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta

sistematika penulisan skripsi. Bab ini berfungsi sebagai dasar pemahaman atas konteks dan arah penelitian.

BAB II :TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kajian teori-teori yang relevan dengan fokus penelitian. Bab ini juga memuat hasil-hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan kerangka konsep yang menjadi landasan analisis.

BAB III :METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, informan peneliti, teknik analisis data, teknik keabsahan data, lokasi dan jadwal penelitian. Bab ini menunjukkan bagaimana proses penelitian dilakukan secara sistematis dan ilmiah.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi analisis hasil penelitian dan pembahasan terkait strategi konten Instagram yang dilakukan Museum Mandiri dalam membangun minat berkunjung.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi uraian mengenai kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian.