

BAB I

PENDAHULUAN

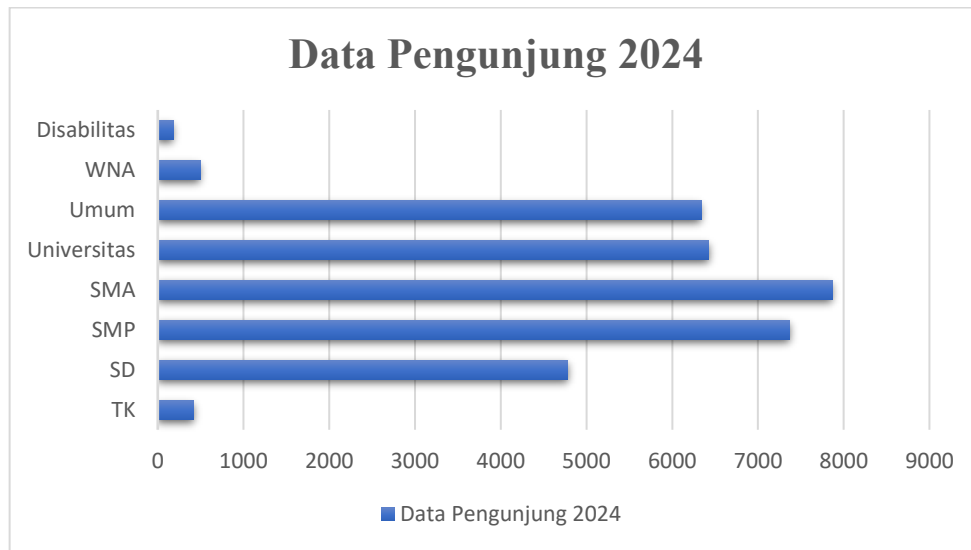
1.1 Latar Belakang

Perkembangan era globalisasi dan digitalisasi saat ini, membuat informasi bergerak sangat cepat dan dinamis. Saat ini, masyarakat mendapatkan informasi secara instan melalui media digital. Menurut Fitriyani & Oktaviani (2024), globalisasi membawa pengetahuan berisikan informasi yang tidak disaring, mengakibatkan nilai-nilai yang disampaikan tidak sesuai dengan identitas dan karakter bangsa. Memudarnya identitas bangsa, mengakibatkan kesadaran sejarah yang rendah. Hal ini juga disampaikan oleh Fitriyani & Oktaviani (2024), saat ini kesadaran sejarah bangsa Indonesia masih rendah secara umum dan mayoritas masyarakat Indonesia tidak tertarik pada sejarah bangsa mereka sendiri. Padahal, sejarah memiliki peran yang sangat penting karena dapat membentuk rasa kebangsaan yang tinggi bagi suatu individu atau masyarakat (Mulyawan et al., 2023). Kondisi ini menunjukkan adanya tantangan tersendiri dalam menumbuhkan kembali minat dan pemahaman sejarah kepada masyarakat melalui pendekatan yang sesuai dengan perkembangan saat ini yaitu dengan media digital.

Pemudaran identitas bangsa juga menjadi tantangan yang dirasakan oleh Generasi Z di era globalisasi ini. Berhate & Dirani dalam (Sawitri, 2021) menyebutkan bahwa Generasi Z lahir antara pertengahan pada tahun 1995 sampai dengan tahun 2012. Generasi Z merupakan generasi yang hidup berdampingan dengan teknologi informasi dan ketergantungan dengan media sosial. Berdasarkan Data Reportal, pengguna internet di Indonesia mencapai 221,5 juta jiwa pada awal 2024 dan Generasi Z menjadi kelompok usia yang mendominasi yakni sebanyak 34,40%. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku Gen Z terkait era digital, akan mempengaruhi pola komunikasi dan konsumsi informasi di Indonesia. Berdasarkan survei IDN Research Institue, menunjukkan bahwa Instagram, Youtube, dan Tiktok merupakan media sosial paling populer di kalangan Gen Z di Indonesia (Karo et al., 2024). Berdasarkan hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internnet (APJII) pada 2023 dalam (Karo et al., 2024) juga menyebutkan bahwa sebanyak 51,64% pengguna media sosial Gen Z di Indonesia lebih suka mengakses Instagram,

Facebook sebanyak 51,90%, Tiktok sebanyak 46,84%, Youtube 38, 63% dan sisanya diikuti oleh X sebanyak 1,98% dan LinkedIn sebanyak 0,08%. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung lebih suka berinteraksi secara online daripada secara langsung. Menurut Tjg et al. (2024) Generasi Z yang cenderung lebih suka berinteraksi secara online dapat berdampak pada kehilangan rasa kebangsaan dan kesadaran akan nilai-nilai identitas nasional seperti sejarah bangsa. Meskipun demikian, Generasi Z mulai melihat museum sebagai sarana pendidikan yang dapat memberikan wadah bagi mereka untuk mengasah keterampilan dan pengetahuan (Istina, 2022). Hal ini membuka peluang besar bagi Museum untuk dapat menjadi ruang dan sarana edukasi yang sesuai dengan yang dibutuhkan oleh Generasi Z.

Museum sebagai sarana edukasi berisikan informasi mengenai peristiwa lampau, memiliki fungsi sebagai sumber belajar dalam pembelajaran sejarah. Menurut peraturan pemerintah No. 66 Tahun 2015 tentang Museum, Museum merupakan lembaga yang berfungsi untuk melindungi, mengembangkan, memberikan manfaat koleksi, dan menghubungkannya kepada masyarakat. Museum berperan sebagai sarana edukasi nonformal yang dapat memperkuat pemahaman sejarah, salah satunya adalah Museum DPR RI. Museum DPR RI merupakan tempat pengelolaan informasi sejarah dan pengumpulan koleksi yang berkaitan dengan keparlemenan di Indonesia. Museum DPR RI menampilkan informasi mengenai perkembangan sistem demokrasi dan legislatif, sejarah DPR RI, serta koleksi yang meliputi perangkat sidang, memorabilia, dokumen, foto, peta, lukisan, pakaian, dan pameran temporer. Museum DPR RI juga memiliki beberapa fitur digital, antara lain *wall projection mapping*, *augmented reality (AR)*, dan *mic multimedia panel*, berbentuk konten audio visual. Keberagaman informasi materi dan koleksi serta pemanfaatan teknologi digital ini menjadikan Museum DPR RI semakin relevan dan menarik bagi masyarakat luas. Hal ini ditunjukkan dari data jumlah kunjungan Museum DPR pada setiap tahunnya.



Grafik 1.1 Data Pengunjung Museum DPR RI Tahun 2024

(Sumber: Bagian Humas dan Pengelolaan Museum Sekretariat Jenderal DPR RI)

Berdasarkan Laporan Kinerja Biro Protokol dan Humas Sekretariat Jenderal DPR RI, kunjungan Museum DPR RI terus meningkat dari tahun 2022 hingga 2024, yakni pada tahun 2022 terdapat 13.742 pengunjung, kemudian meningkat pada tahun 2023 terdapat 32.578 pengunjung, dan terus meningkat pada tahun 2024 dengan total 33.673 pengunjung. Pada tahun 2024, pengunjung Museum DPR RI didominasi oleh pelajar SMA/ sederajat, pelajar SMP/ sederajat, mahasiswa/i, yang kemudian diikuti oleh masyarakat umum, SD/ Sederajat, TK/ Sederajat, WNA, dan penyandang disabilitas. Dalam hal ini, mayoritas pengunjung Museum DPR RI termasuk ke dalam Generasi Z. Sebagai tempat edukasi sejarah dan politik bagi masyarakat, Museum DPR RI juga dapat dikunjungi secara daring melalui website museum.dpr.go.id/tour tanpa dipungut biaya. Namun, peningkatan kunjungan ini tidak serta-merta mencerminkan tingginya tingkat pemahaman masyarakat mengenai fungsi Museum DPR RI. Untuk melihat tingkat pemahaman masyarakat, dilakukan survei masyarakat mengenai tujuan utama Museum DPR RI yang ditunjukkan oleh Gambar 1.1.



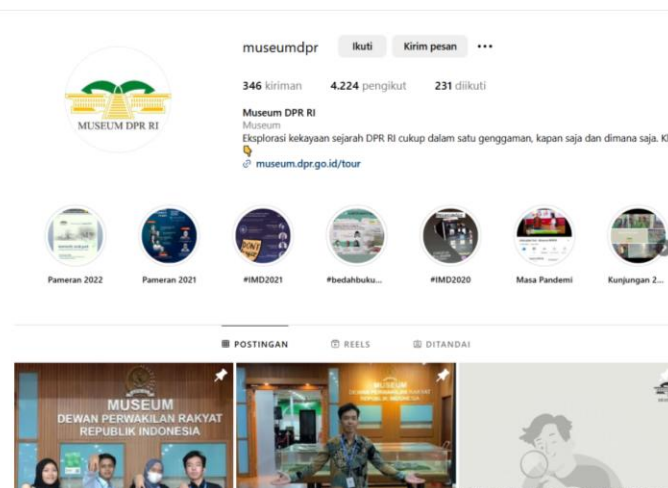
Gambar 1.1 Hasil Survei Pemahaman Masyarakat Mengenai Museum DPR RI

Berdasarkan hasil survei kuesioner pada Gambar 1.1, hanya sebanyak 40,2% dari 169 responden, yakni 68 responden yang menjawab benar, yaitu tujuan utama pendirian Museum DPR RI adalah untuk menyebarkan edukasi mengenai sistem dan sejarah legislatif di Indonesia. Sisanya, sebanyak 59,8% dari 169 responden, yakni sebanyak 101 responden—baik yang belum mengetahui maupun telah mengetahui adanya Museum DPR RI—memberikan jawaban yang keliru. Hal ini menunjukkan kurangnya pemahaman mengenai fungsi Museum DPR RI. Pada kenyataannya, Museum DPR RI telah melakukan beberapa upaya untuk mendorong dan meningkatkan pemahaman mengenai Museum DPR RI, yaitu melalui media informasi konvensional seperti *leaflet*, dan media digital, yaitu media sosial yang meliputi Instagram, Tiktok, dan Youtube Museum DPR RI.

Tabel 1.1 Data Analitik Media Sosial Museum DPR RI

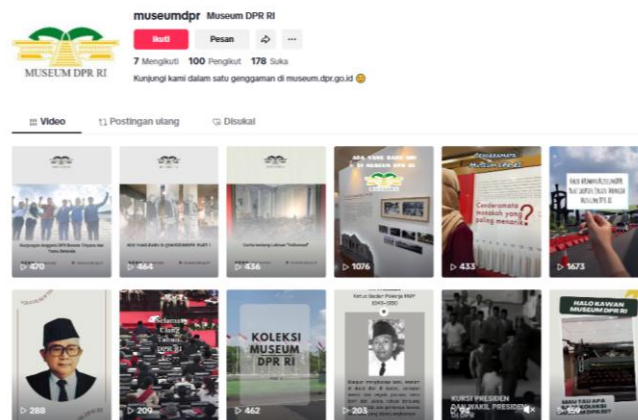
Media Sosial	<i>Engagement Rate</i>	Estimasi <i>Reach</i>	Rata-rata Ideal ER
Instagram	1,73%	4.454 akun	1% – 6%
Tiktok	13,82%	94 akun	4,5 % - 18%
Youtube	125,58%	6 akun	8,78% - 32,52%

Museum DPR RI melakukan pendekatan edukasi dan informasi melalui media digital, yakni media sosial *multiplatform* Instagram, Tiktok, dan Youtube. Berdasarkan Tabel 1.1, media sosial Instagram @museumdpr memiliki *engagement rate* sebesar 1,73% dan jangkauan akun sebanyak 4.454 per postingan. Menurut Soraya (2021) dalam (Istifaroh & Rachmawati, 2022) *engagement rate* rendah apabila kurang dari 1%, sedang jika berada di angka 1% hingga 3,5% dan *engagement rate* tinggi berada di angka 3,5% - 6%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa Instagram @museumdpr termasuk dalam kategori sedang, dimana akun Instagram @museumdpr telah memiliki interaksi yang cukup, namun belum cukup maksimal dalam membangun keterlibatan audiens secara aktif.



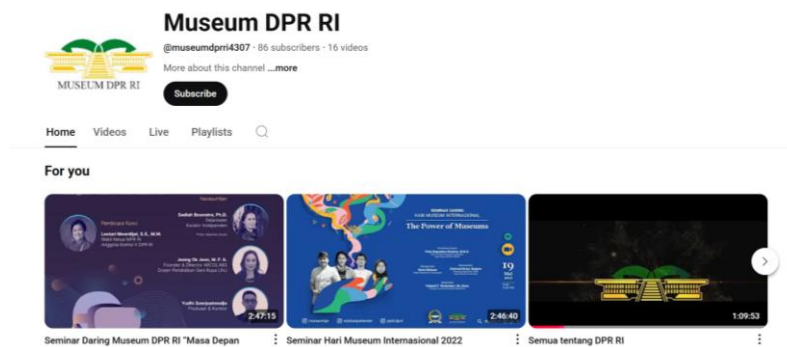
Gambar 1.2 Akun Instagram @museumdpr

Berdasarkan hasil analisis, Instagram @museumdpr digunakan untuk menyampaikan informasi maupun edukasi mengenai sejarah dan koleksi yang terdapat di Museum DPR RI dalam bentuk infografis visual dan video *reels* dengan durasi sekitar satu hingga dua menit. Instagram @museumdpr menampilkan banyak informasi melalui *feeds*, sehingga menghasilkan jangkauan (*reach*) yang cukup luas. Instagram Museum DPR RI aktif sejak 2018 dan saat ini memiliki 4.157 pengikut. Selain Instagram, Museum DPR RI juga memanfaatkan Tiktok sebagai *platform* untuk menyampaikan informasi, meskipun pengelolaannya masih cukup terbatas.



Gambar 1.3 Akun Tiktok @museumdpr

Akun Tiktok Museum DPR RI, @museumdpr, juga digunakan sebagai media strategis untuk menyajikan konten mengenai informasi kunjungan ke Museum DPR RI dan promosi Museum DPR RI, dengan durasi video yang relatif lebih pendek dibandingkan *reels*. Akun Tiktok @museumdpr memiliki *engagement rate* sebesar 13,82% dan jangkauan akun sebanyak 94 per postingan. Artinya, interaksi yang dihasilkan cukup tinggi, namun cakupan audiensnya masih kecil. Tidak seperti Instagram, akun Tiktok @museumdpr hanya memiliki pengikut sebanyak 92 dan kurang aktif serta konsisten dalam pengelolaan dan pengunggahan konten. Akun Tiktok Museum DPR RI dibentuk pada tahun 2022 dan hingga saat ini hanya memiliki total jumlah konten sebanyak 14. Di samping itu, Museum DPR RI juga memiliki kanal Youtube yang digunakan sebagai *platform* untuk menyebarkan informasi dengan karakteristik dan pola pengelolaan yang berbeda dibandingkan Instagram maupun Tiktok.



Gambar 1.4 Akun Youtube Museum DPR RI

Akun Youtube Museum DPR RI memiliki *engagement rate* sebesar 125,58% dan jangkauan akun sebanyak 6 akun per postingan. Artinya, Akun Youtube Museum DPR RI memiliki keterlibatan dan interaksi audiens yang sangat tinggi, namun cakupan audiens yang sangat rendah. Sama halnya dengan akun Tiktok Museum DPR RI, Youtube Museum DPR RI juga kurang aktif dalam mengunggah konten. Youtube Museum DPR RI lebih sering digunakan untuk *live streaming* webinar, sementara unggahan konten edukasi dan informasi yang diunggah juga masih terbatas. Akun Youtube ini dibentuk pada 2019 dan hingga saat ini hanya memiliki total 16 video dengan 86 *subscribers*. Jika dibandingkan dengan performa konten pada *platform* akun *official* media sosial Museum DPR RI lainnya, terlihat adanya perbedaan dalam pola interaksi audiens. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.2 yang memuat *insight* konten informasi pada media sosial Instagram, Tiktok, dan Youtube Museum DPR RI.

Tabel 1.2 *Insight* Konten Informasi pada Media Sosial Museum DPR RI

(Sumber: Media Sosial Museum DPR RI)

No	Konten	Tanggal Posting	Like	Comment	Share	Views	Media Sosial
1	Wajah Baru Museum DPR RI	18 Desember 2024	59	3	8	1.200	<i>Reels Instagram</i>
2	Museum DPR RI pada Pameran Pelantikan Presiden dan Wakil Presiden	18 Oktober 2024	48	7	3	936	<i>Reels Instagram</i>
3	Museum DPR RI Hadir di Malang	18 Oktober 2024	102	-	17	-	<i>Feeds Instagram</i>
4	Museum DPR RI pada Pameran	3 Oktober 2024	43	-	1	1058	<i>Reels Instagram</i>

No	Konten	Tanggal Posting	Like	Comment	Share	Views	Media Sosial
	Pelantikan Presiden dan Wakil Presiden						
5	Museum DPR RI pada Pameran Pelantikan Presiden dan Wakil Presiden	2 Oktober 2024	83	1	8	1.843	<i>Reels Instagram</i>
6	Museum DPR RI pada Pameran Pelantikan Presiden dan Wakil Presiden	30 September 2024	65	3	7	1.686	<i>Reels Instagram</i>
7	<i>Tour Virtual Museum DPR RI</i>	5 Desember 2023	44	2	2	864	<i>Reels Instagram</i>
8	Pameran Temporer di Museum DPR RI	23 November 2023	78	3	2	1.178	<i>Reels Instagram</i>
9	<i>Frequently Ask Question Kunjungan ke Museum DPR RI</i>	12 Juli 2023	130	6	16	-	<i>Feeds Instagram</i>
10	POV Berkunjung ke Museum DPR RI	12 Juli 2023	140	-	11	2.552	<i>Reels Instagram</i>
11	Cara Berkunjung ke Museum DPR RI	30 Maret 2023	120	4	18	2.920	<i>Reels Instagram</i>

No	Konten	Tanggal Posting	Like	Comment	Share	Views	Media Sosial
12	Zona di Museum DPR RI	10 Februari 2023	118	9	3	2.608	<i>Reels Instagram</i>
13	Harapan untuk DPR RI DI Museum DPR RI	7 Februari 2023	40	-	-	1.415	<i>Reels Instagram</i>
14	Ada yang Baru di Museum DPR RI	30 Desember 2024	5	-	-	450	Tiktok
15	Pameran Temporer di Museum DPR RI	2 November 2023	28	2	-	1.013	Tiktok
16	<i>Introducing Museum DPR RI on Tiktok</i> (Sekilas Mengenai Museum DPR RI)	21 Juli 2022	7	-	-	109	Tiktok
17	Tutorial Tur Virtual Museum DPR RI	24 November 2021	1	-	-	82	Youtube

Berdasarkan Tabel 1.2 *Insight* Konten Informasi Museum DPR RI, diantara beberapa konten informasi, *reels* dan *feeds* Instagram memiliki interaksi yang paling tinggi. Berdasarkan hasil analisis yang ada pada Tabel 1.2, interaksi tertinggi terdapat pada baris pada Tabel 1.2 yang ditandai dengan *highlight* berwarna kuning yaitu video pendek informatif bertemakan *Cara Berkunjung ke Museum DPR RI* yang mencapai 2.920 *views*, 120 *likes*, 4 komentar, dan 18 *shares* serta *feeds* informatif yang memuat tentang *Frequently Ask Questions* Kunjungan ke Museum

DPR RI dengan *likes* mencapai 130, 6 komentar, dan 16 *shares*. Hal ini menunjukkan masyarakat memiliki respons yang cukup baik terhadap konten informatif yang disajikan dalam bentuk visual dan secara ringkas. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan Firamadhina & Krisnani (2021) dalam (Rokhmah, 2024) yang menyebutkan bahwa video dengan durasi singkat pada *platform* seperti Instagram merupakan salah satu bentuk konten populer karena sesuai dengan karakteristik masyarakat yang menyukai konten informasi secara instan, singkat, dan mudah diakses. Berdasarkan analisis pada Tabel 1.2, diketahui juga bahwa minat masyarakat tinggi terhadap informasi mengenai kunjungan ke Museum DPR RI.

Namun, berdasarkan hasil analisis konten informasi Museum DPR RI pada Tabel 1.2, konten informasi yang tersedia mengenai Museum DPR RI belum memberikan gambaran mengenai fungsi Museum DPR RI sebagai sarana edukasi sejarah parlemen (DPR RI) di Indonesia. Sebagian besar informasi yang disampaikan masih bersifat kurang menyeluruh, seperti cuplikan visual Museum DPR RI, koleksi tertentu, tata cara kunjungan, pemberitahuan terkait pameran maupun pemberitahuan perubahan tata letak Museum, dan lainnya. Hal ini berdampak pada pemahaman masyarakat, khususnya Generasi Z, mengenai fungsi Museum DPR RI yang masih cukup rendah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa informasi yang tersedia masih terbatas dan belum sepenuhnya menggambarkan fungsi Museum DPR RI sebagai sarana edukasi sejarah parlemen. Hal ini menunjukkan perlunya informasi yang lebih menyeluruh agar dapat meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai Museum DPR RI.

Maka dari itu, dibutuhkan konten yang dapat menyampaikan informasi secara lengkap mengenai Museum DPR RI disertai dengan tampilan visual yang menarik. Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan Pamong Budaya Ahli Pertama Bagian Humas dan Pengelolaan Museum Sekretariat Jenderal DPR RI, Bima Widiatiaga, S.Hum., dalam wawancara yang dilakukan pada 7 Februari 2025, yang menyebutkan bahwa Museum DPR RI telah memiliki video profil yang ditayangkan di zona beranda Museum. Namun, video profil tersebut perlu diperbarui seiring adanya perubahan dan perkembangan informasi mengenai

Museum. Selain itu, disampaikan pula bahwa Museum DPR RI terbuka terhadap kontribusi dari pihak eksternal mengenai pengembangan media informasi Museum DPR RI.

Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai fungsi Museum DPR RI, serta belum adanya informasi yang diunggah yang memuat secara detail mengenai hal tersebut, menunjukkan bahwa Museum DPR RI belum memanfaatkan media komunikasi secara optimal. Untuk mengatasi masalah tersebut, diperlukan sebuah konten informasi yang dikemas dalam bentuk video profil untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, khususnya Generasi Z, mengenai fungsi Museum DPR RI sebagai sarana edukasi sejarah parlemen (DPR RI) di Indonesia. Dalam hal ini, video profil akan mempermudah masyarakat untuk lebih mengenal Museum serta informasi didalamnya, sehingga rasa keingintahuan masyarakat akan bertambah (Agnes Naomi & Anthony Y.M. Tumimomor, 2024). Selaras dengan pernyataan tersebut, Setiawan (2018) dalam (Wibowo & Febriany, 2021) juga mengungkapkan bahwa *company profile* berbentuk audio visual juga lebih disukai oleh masyarakat karena lebih menarik dan mudah dipahami serta penggunaan media informasi seperti video *company profile* lebih efektif, efisien dan menjadikan media penyampaian informasi secara visual. Dengan demikian, penulis melihat bahwa video profil dapat menjadi konten strategis untuk menyampaikan informasi mengenai isi dan fungsi Museum DPR RI untuk dapat meningkatkan pemahaman masyarakat khususnya Generasi Z.

Berdasarkan Tabel 1.2 *Insight* Konten Informasi pada Media Sosial Museum DPR RI, kanal Youtube Museum DPR RI hingga saat ini belum memiliki video profil yang menyampaikan informasi mengenai fungsi Museum DPR RI. Maka dari itu, video profil Museum DPR RI yang berisikan informasi mengenai fungsi Museum DPR RI akan diunggah pada kanal Youtube Museum DPR RI sebagai konten informasi dengan durasi yang lebih panjang dan penyampaian informasi yang lebih lengkap. Berdasarkan Tabel 1.1, Youtube Museum DPR RI memiliki *engagement rate* yang tinggi yaitu mencapai 125,58%, sehingga dapat menjangkau keterlibatan dan interaksi audiens secara luas. Selain itu, Faiqah et al. (2020) menyebutkan bahwa karakteristik Youtube tidak memiliki batasan durasi untuk

pengunggahan video. Sehingga, hal ini membuat mengunggah atau menampilkan video pada Youtube dapat mudah diakses oleh pengguna dan khalayak ramai.

Video profil juga akan dipublikasikan melalui Instagram @museumdpr dengan durasi yang lebih pendek. Hal ini dilakukan karena berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1.2, *platform* Instagram menunjukkan tingkat interaksi tertinggi dan memiliki jumlah pengikut aktif. Secara keseluruhan, berdasarkan Tabel 1.2, rata-rata *views* per bulan dari konten informasi yang diunggah melalui Instagram *reels* mencapai 2.282 *views*. Dengan demikian, *platform* Instagram *reels* dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Sementara itu, Tiktok tidak digunakan sebagai *platform* untuk menyebarkan video profil ini, dikarenakan berdasarkan Tabel 1.2, konten informasi yang diunggah melalui Tiktok Museum DPR RI menunjukkan interaksi yang cukup rendah. Sehingga, *platform* Tiktok dianggap kurang dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Publikasi video profil pada dua *platform* berbeda dilakukan dengan menyesuaikan durasi video berdasarkan karakteristik masing-masing pengguna, yakni pengguna Instagram yang cenderung lebih menyukai konten singkat dan visual, sedangkan, *platform* Youtube yang mendukung penyajian informasi yang lebih lengkap dan informatif dengan durasi yang lebih panjang. Selain dipublikasikan melalui dua *platform*, video profil Museum DPR RI juga akan ditampilkan pada layar di depan Museum DPR RI sebagai konten informasi dengan memberikan gambaran singkat, sehingga dapat memberikan pemahaman awal bagi para pengunjung Museum DPR RI.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia khususnya Generasi Z masih memiliki pemahaman yang rendah mengenai fungsi Museum DPR RI sebagai sarana edukasi sejarah parlemen (DPR RI) di Indonesia. Konten informasi yang tersedia pada media sosial Museum DPR RI juga belum memberikan gambaran mengenai fungsi Museum DPR RI sebagai sarana edukasi sejarah parlemen (DPR RI) di Indonesia. Hal ini menunjukkan perlu adanya konten informasi yang lebih menyeluruh agar dapat

meningkatkan pemahaman mengenai fungsi Museum DPR RI.

1.3 Tujuan

Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah untuk memberikan informasi mengenai fungsi Museum DPR RI sebagai sarana edukasi sejarah parlemen (DPR RI) di Indonesia kepada Generasi Z, sehingga dapat meningkatkan pemahaman mengenai fungsi Museum DPR RI.

1.4 Manfaat

Manfaat pembuatan Project Tugas Akhir yang diharapkan adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Project Tugas Akhir ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan komunikasi dan pengetahuan mengenai video profil sebagai konten informasi untuk meningkatkan pemahaman mengenai fungsi suatu lembaga.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari Tugas akhir ini adalah untuk memberikan informasi dan meningkatkan pemahaman mengenai fungsi Museum DPR RI sebagai sarana edukasi sejarah parlemen kepada masyarakat khususnya Generasi Z. *Project* Tugas Akhir ini juga diharapkan dapat menjadi sarana informasi dan media publikasi bagi Museum DPR RI yang dapat digunakan untuk memperluas jangkauan informasi.

1.5 Luaran

Luaran tugas akhir ini berupa dua video profil Museum DPR RI yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman Generasi Z mengenai fungsi Museum DPR RI sebagai sarana edukasi sejarah parlemen (DPR RI) di Indonesia. Satu video profil berdurasi 6 – 7 menit akan diunggah melalui Youtube, sedangkan satu video profil yang berdurasi 2 – 3 menit akan diunggah melalui Instagram *reels*. Selain itu, video profil ini juga akan ditayangkan secara luring di Museum DPR RI.