

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara lembaga budaya dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Museum tidak lagi hanya diposisikan sebagai ruang penyimpanan dan pameran koleksi, tetapi juga sebagai lembaga informasi publik yang perlu mengomunikasikan nilai sejarah, budaya, dan edukasi melalui media digital (Aisya & Muslim, 2025). Kondisi ini sejalan dengan meningkatnya penggunaan internet dan media sosial di Indonesia. DataReportal mencatat bahwa pada tahun 2026 terdapat 230 juta pengguna internet di Indonesia dengan tingkat penetrasi sebesar 80,5% dari total populasi, serta 180 juta identitas pengguna media sosial aktif yang setara dengan 62,9% dari total populasi.

Angka tersebut menunjukkan bahwa media digital telah menjadi ruang strategis bagi lembaga publik, termasuk museum, untuk memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat (DataReportal, 2026). Museum sebagai lembaga budaya memiliki fungsi penting dalam kegiatan penelitian, pengumpulan, konservasi, interpretasi, dan pameran warisan budaya yang bersifat benda maupun takbenda (Amalia et al., 2024). *International Council of Museums* menjelaskan bahwa museum merupakan lembaga nirlaba permanen yang melayani masyarakat melalui kegiatan penelitian, pengumpulan, konservasi, interpretasi, dan pameran warisan budaya, serta terbuka untuk publik sebagai ruang pendidikan, refleksi, dan berbagi pengetahuan (*International Council of Museums*, 2022). Dalam konteks tersebut, publikasi digital menjadi bagian penting dari fungsi komunikasi museum karena dapat membantu menyampaikan informasi koleksi secara lebih luas, cepat, dan sesuai dengan pola konsumsi informasi masyarakat masa kini.

Museum Jawa Tengah Ranggawarsita merupakan salah satu museum umum bertipe A yang berlokasi di Kota Semarang dan dikelola oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata, dan Ekonomi Kreatif Provinsi Jawa Tengah. Museum ini dirintis melalui proyek rehabilitasi dan permuseuman Jawa Tengah pada tahun 1975, kemudian diresmikan pada 5 Juli 1989. Museum Ranggawarsita memiliki peran sebagai aset pelayanan publik di bidang pelestarian kebudayaan, wahana

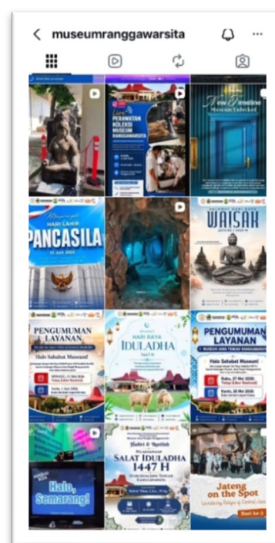
pendidikan, dan sarana rekreasi. Selain itu, museum ini memiliki misi untuk melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, serta mengomunikasikannya kepada masyarakat sebagai sumber belajar yang menyenangkan bagi generasi penerus bangsa (Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia, n.d.).

Salah satu sumber informasi penting yang dimiliki Museum Ranggawarsita adalah arsip foto. Berdasarkan hasil wawancara dengan Laela Nurhayati Dewi selaku Pamong Budaya Ahli Muda Museum Ranggawarsita Semarang, arsip foto di museum termasuk bagian dari koleksi yang dikelola melalui kegiatan Arsip Benda Cagar Budaya. Kegiatan tersebut dilakukan dengan mendokumentasikan artefak atau koleksi museum dalam bentuk foto. Proses pengelolaan arsip foto telah dimulai sejak tahun 2003 dan jumlah arsip foto dokumen koleksi yang dimiliki museum mencapai kurang lebih 13.000 foto. Arsip tersebut berasal dari berbagai periode sejarah karena cakupan koleksi museum berkaitan dengan peninggalan sejak masa prasejarah. Dengan demikian, arsip foto Museum Ranggawarsita tidak hanya memiliki fungsi dokumentasi internal, tetapi juga memiliki potensi sebagai sumber informasi visual yang dapat dikembangkan menjadi materi publikasi digital (wawancara dengan Laela Nurhayati Dewi, 2026). Meskipun arsip foto memiliki potensi besar sebagai bahan publikasi, pemanfaatannya sebagai konten digital masih belum dilakukan secara optimal.

Berdasarkan hasil wawancara tanggal 25 Mei 2026 dengan Yanuar Pradhipta selaku Humas yang merangkap sebagai arsiparis, arsip foto memang telah digunakan untuk keperluan informasi museum, pameran, dan sebagian publikasi di *Instagram*. Namun, pemanfaatan arsip foto sebagai konten edukasi di *Instagram* masih tergolong jarang. Pihak museum juga menyampaikan bahwa apabila informasi koleksi telah dipublikasikan, museum memperoleh respons dan manfaat karena masyarakat menjadi lebih mengenal museum serta tertarik untuk mengetahui koleksi yang dimiliki. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi arsip foto sebagai sumber informasi visual dengan intensitas pemanfaatannya sebagai konten publikasi digital yang terstruktur dan berkelanjutan (wawancara dengan Laela Nurhayati Dewi dan Yanuar Pradhipta, 2026).



Gambar 1. 2 Instagram Museum Ranggawarsita @museumranggawarsita
(<https://www.instagram.com/museumranggawarsita>)



Gambar 1. 1 Feeds Instagram Museum Ranggawarsita
(<https://www.instagram.com/museumranggawarsita>)

Tampilan profil dan unggahan akun *Instagram* resmi @museumranggawarsita pada Gambar 1.1 dan Gambar 1.2 tersebut menjadi titik awal untuk melihat sejauh mana kondisi publikasi digital Museum Ranggawarsita berlangsung selama ini. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada tanggal 6 Maret 2026, akun tersebut memiliki 1.026 unggahan dan 11,2 ribu pengikut. Mengacu pada tinjauan literatur, efektivitas publikasi digital sebuah lembaga pengelola informasi sangat bergantung pada optimalisasi konten visual. Desari dan Husna (2024) menegaskan bahwa *Instagram* memiliki keunggulan sebagai media publikasi karena fitur visualnya mampu menjangkau audiens secara luas dan cepat. Dalam pengelolaannya, Husna (2019) menggarisbawahi bahwa pengelola informasi kini bertransformasi menjadi kreator konten digital (*digital content creator*) yang

dituntut untuk merancang pesan secara strategis. Untuk mengukur efektivitas penyampaian pesan tersebut, Ambaroh (2025) mengklasifikasikan strategi konten *Instagram* ke dalam empat tolok ukur (*benchmark*) kategori utama: informatif, edukatif, persuasif, dan interaktif.

Namun, pencapaian *benchmark* edukatif pada publikasi digital Museum Ranggawarsita masih memerlukan eskalasi. Berdasarkan hasil observasi terhadap rekapitulasi unggahan di *feeds Instagram @museumranggawarsita* selama kurun waktu tiga bulan terakhir, konten yang mendominasi sebagian besar masih berpusat pada pengumuman layanan, ucapan hari besar, dokumentasi kegiatan, dan promosi pameran. Rincian pemetaan konten tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Rekapitulasi Jenis Unggahan *Instagram @museumranggawarsita*
(Periode Mei–Juli 2026)
(Sumber: Hasil observasi penulis, 2026)

Jenis Konten	Jumlah Unggahan	Persentase
Dokumen Kegiatan	28	46,7%
Pengumuman Layanan & Promosi Acara	17	28,3%
Ucapan Hari Besar	12	20,0%
Edukasi Berbasis Arsip Foto/Koleksi	3	5,0%
Total Unggahan	60	100%

Tabel di atas memperlihatkan adanya kesenjangan (*research gap*) antara besarnya potensi arsip foto yang dimiliki museum dengan minimnya pemanfaatannya sebagai materi edukasi publik. Konten yang secara khusus mengolah arsip foto menjadi narasi video pendek edukatif masih belum terlihat dominan di antara unggahan tersebut. Padahal, karakter *Instagram* sebagai media sosial berbasis visual sangat relevan untuk mengemas arsip foto menjadi konten yang lebih komunikatif, terutama melalui fitur *Reels* yang memadukan gambar, teks, audio, narasi, dan penyuntingan visual dalam durasi singkat. Untuk memperkuat gambaran mengenai sejauh mana masyarakat mengenal dan terhubung

dengan Museum Ranggawarsita, baik secara langsung maupun melalui media digital, penulis melakukan survei pendahuluan yang hasilnya disajikan pada Gambar 1.3 dan Gambar 1.4 berikut.



Gambar 1.3 Diagram Survei Kunjungan Museum Ranggawarsita
(Sumber: Hasil pengolahan data survei oleh penulis, 2026)

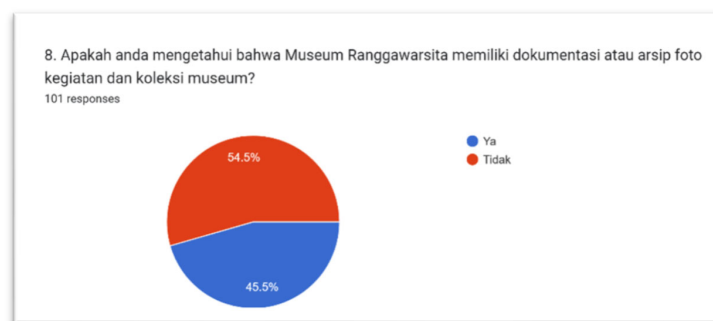
Gambar 1.3 memperlihatkan bahwa dari 101 responden yang mengisi survei pendahuluan, 57,4% di antaranya pernah mengunjungi Museum Ranggawarsita, sedangkan 42,6% belum pernah mengunjungi museum tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian audiens yang belum menjangkau museum secara langsung, sehingga publikasi digital berbasis arsip foto berpotensi menjadi jembatan informasi bagi kelompok tersebut.



Gambar 1. 4 Diagram Survei Pengikut *Instagram* Museum Ranggawarsita
(Sumber: Hasil pengolahan data survei oleh penulis, 2026)

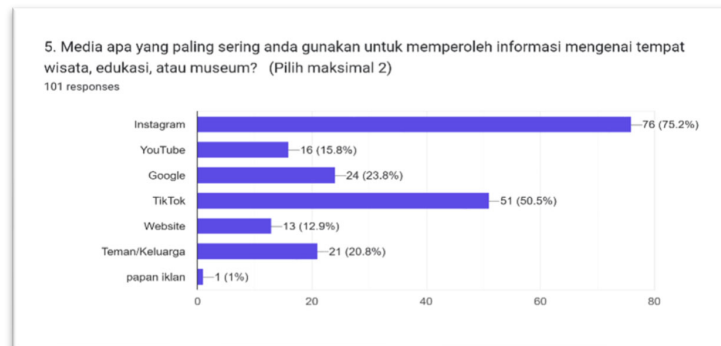
Sementara itu, Gambar 1.4 menunjukkan bahwa sebanyak 63,4% responden menyatakan tidak mengikuti akun *Instagram* Museum Ranggawarsita. Data ini menunjukkan bahwa meskipun museum telah dikenal sebagai destinasi edukasi dan budaya, keterjangkauan publikasi digital melalui *Instagram* masih perlu diperkuat.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya peluang bagi konten *Instagram Reels* berbasis arsip foto untuk menjangkau audiens yang belum terhubung dengan akun *Instagram* museum, sekaligus memperluas jangkauan publikasi digital. Selain aspek keterhubungan digital tersebut, survei pendahuluan ini juga menelusuri sejauh mana masyarakat mengetahui keberadaan arsip foto yang dimiliki museum, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.5 berikut.



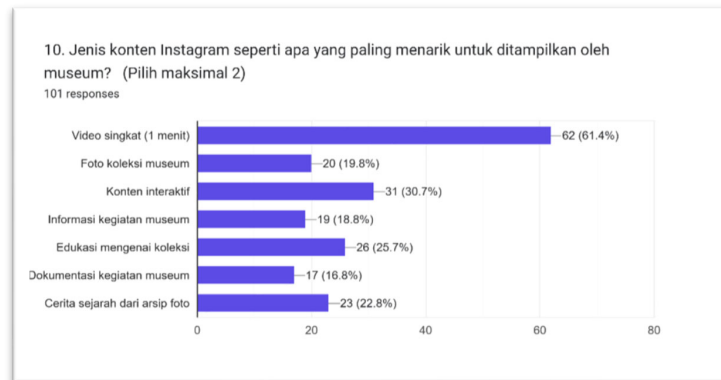
Gambar 1. 5 Diagram Survei Pengetahuan Museum Rangawarsita memiliki Dokumentasi atau Arsip Foto Kegiatan dan Koleksi Museum
(Sumber: Hasil pengolahan data survei oleh penulis, 2026)

Gambar 1.5 menunjukkan bahwa sebanyak 54,5% responden belum mengetahui bahwa Museum Rangawarsita memiliki dokumentasi atau arsip foto kegiatan dan koleksi museum. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya pemanfaatan arsip foto sebagai konten *Instagram Reels* agar keberadaannya lebih dikenal dan dapat diakses secara luas oleh audiens digital. Temuan ini turut menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan kanal digital yang paling tepat digunakan untuk publikasi arsip foto, sebagaimana ditelaah melalui hasil survei pada Gambar 1.6 berikut.



Gambar 1. 6 Diagram Media yang Paling Sering Digunakan untuk Memperoleh Informasi Wisata, Edukasi, atau Museum
(Sumber: Hasil pengolahan data survei oleh penulis, 2026)

Pemilihan *Instagram* sebagai media utama dalam tugas akhir ini didasarkan pada Gambar 1.6. Dalam survei pendahuluan, *Instagram* menjadi media yang paling sering digunakan untuk memperoleh informasi mengenai tempat wisata, edukasi, atau museum, yaitu dipilih oleh 76 responden atau 75,2%. Posisi tersebut berada di atas *TikTok* yang dipilih oleh 51 responden atau 50,5%, *Google* 24 responden atau 23,8%, teman atau keluarga 21 responden atau 20,8%, *YouTube* 16 responden atau 15,8%, *website* 13 responden atau 12,9%, dan papan iklan 1 responden atau 1%. Selain itu, ketika responden diminta memilih media sosial yang paling sesuai digunakan museum untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, *Instagram* kembali menjadi pilihan tertinggi dengan persentase 55,4%. Data tersebut menunjukkan bahwa *Instagram* merupakan kanal yang paling relevan untuk menjangkau audiens dalam konteks penyebaran informasi museum (Survei Pendahuluan, 2026). Selanjutnya, untuk melihat format konten seperti apa yang paling diminati audiens, survei pendahuluan ini juga menanyakan ketertarikan responden terhadap video singkat berbasis arsip foto, sebagaimana disajikan pada Gambar 1.7 berikut.



Gambar 1. 7 Diagram Ketertarikan Responden terhadap Video Singkat Berbasis Arsip Foto

(Sumber: Hasil pengolahan data survei oleh penulis, 2026)

Gambar 1.7 menunjukkan bahwa preferensi audiens terhadap konten video singkat berdurasi 1 menit tergolong tinggi, yaitu ditunjukkan oleh 61,4% responden dalam survei pendahuluan. Temuan ini menegaskan perlunya transformasi format penyajian arsip museum. Secara teoretis, konversi arsip foto yang statis menjadi konten audiovisual dinamis melalui *Instagram Reels* sejalan dengan konsep digital *storytelling*. Emilia dan Sumarlan (2025) menegaskan bahwa elemen visual, narasi, dan interaksi digital pada *Instagram* museum berfungsi sebagai simbol komunikasi strategis yang mampu mengonstruksi makna kolektif bagi audiens. Optimalisasi fitur audio dan visual pada *Reels* terbukti jauh lebih efektif dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat dibandingkan unggahan media statis konvensional (Zingone, 2024). Lebih lanjut, penggunaan *rich media* seperti video pendek dinilai mampu mengubah informasi historis yang mentah menjadi pemahaman mendalam yang pada akhirnya memicu niat audiens untuk melakukan kunjungan fisik ke museum (Setyaningsih dkk., 2024). Oleh karena itu, pengemasan arsip foto menjadi narasi *Reels* diproyeksikan tidak hanya sekadar menjawab preferensi audiens masa kini, tetapi juga menjadi instrumen inklusif untuk mengoptimalkan fungsi edukasi kultural Museum Ranggawarsita.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, Museum Ranggawarsita memiliki arsip foto yang bernilai historis, dokumenter, dan edukatif sebagai bagian dari pengelolaan koleksi museum. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dikembangkan sebagai materi publikasi digital yang terstruktur, khususnya dalam format konten *Instagram Reels*. Di sisi lain, hasil observasi dan survei pendahuluan menunjukkan bahwa *Instagram* merupakan salah satu media yang relevan untuk menjangkau audiens museum, sementara video singkat menjadi bentuk konten yang diminati oleh responden. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengemas arsip foto museum ke dalam bentuk konten digital yang lebih komunikatif, ringkas, dan sesuai dengan karakter media sosial. Dengan demikian, rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah bagaimana strategi pengemasan arsip foto sejarah menjadi konten edukatif interaktif berbasis fitur *Instagram Reels* pada akun @museumranggawarsita?

1.3 Tujuan

Tujuan dari tugas akhir ini adalah mendeskripsikan dan menganalisis strategi pengemasan arsip foto sejarah menjadi narasi konten edukatif interaktif melalui fitur *Instagram Reels* pada akun @museumranggawarsita guna meningkatkan diseminasi informasi budaya. Melalui tugas akhir ini, penulis merancang dan memproduksi konten video singkat yang mengolah arsip foto menjadi materi informasi visual yang lebih komunikatif, edukatif, dan sesuai dengan karakter media sosial *Instagram*.

1.4 Manfaat

1.4.1 Bagi Penulis

Tugas akhir ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang informasi dan humas, khususnya pada pengelolaan arsip foto, perancangan pesan visual, serta produksi konten digital berbasis media sosial. Melalui proses ini, penulis dapat mengembangkan kemampuan dalam mengolah arsip foto

menjadi konten *Instagram Reels* yang informatif, komunikatif, dan sesuai dengan kebutuhan publikasi digital lembaga budaya.

1.4.2 Bagi Museum Ranggawarsita

Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan alternatif pengembangan konten publikasi digital bagi Museum Ranggawarsita melalui pemanfaatan arsip foto sebagai materi utama. Konten yang dihasilkan dapat membantu museum menyampaikan informasi sejarah, koleksi, dan nilai edukatif secara lebih ringkas dan menarik kepada masyarakat. Selain itu, proyek ini juga dapat menjadi contoh pengemasan arsip foto ke dalam format *Reels* yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan oleh pihak museum.

1.4.3 Bagi Program Studi

Tugas akhir ini dapat menjadi referensi bagi Program Studi Informasi dan Humas dalam pengembangan karya bidang yang berkaitan dengan publikasi digital, pengelolaan arsip visual, dan produksi konten media sosial. Proyek ini juga menunjukkan penerapan kompetensi keilmuan informasi, kearsipan, dan kehumasan dalam membantu lembaga budaya menyampaikan informasi kepada publik melalui media digital.

1.4.4 Bagi Masyarakat

Konten *Instagram Reels* berbasis arsip foto ini diharapkan dapat memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi mengenai Museum Ranggawarsita secara lebih menarik dan mudah dipahami. Melalui penyajian visual yang ringkas dan edukatif, masyarakat dapat lebih mengenal koleksi, sejarah, serta nilai budaya yang dimiliki museum. Dengan demikian, tugas akhir ini turut mendukung perluasan akses informasi budaya kepada publik, khususnya pengguna media sosial *Instagram*.

1.5 Luaran

Luaran dari Tugas Akhir ini berupa 10 video *Instagram Reels* berbasis arsip foto Museum Ranggawarsita Kota Semarang. Setiap video berdurasi 1 menit dan dirancang sebagai media publikasi digital yang memuat informasi mengenai sejarah, koleksi, serta nilai edukatif museum. Konten *Reels* tersebut disusun dengan memadukan arsip foto, narasi, teks visual, audio, dan penyuntingan video agar informasi museum dapat disampaikan secara lebih ringkas, menarik, dan komunikatif kepada audiens *Instagram*. Pemilihan format *Reels* didasarkan pada karakteristik *Instagram* sebagai media sosial berbasis visual yang memungkinkan penyajian informasi melalui video pendek.

Jumlah 10 video ditetapkan berdasarkan tiga pertimbangan. Pertama, prinsip *segmenting* dalam pembelajaran multimedia menyatakan bahwa penjelasan lebih mudah dipahami ketika disajikan dalam segmen-segmen yang dapat dikendalikan pembelajar, bukan sebagai satu penyajian yang terus berjalan (Mayer & Moreno, 2003). Prinsip ini menjadi dasar penyajian satu koleksi dalam satu video, sehingga 10 video mewakili 10 koleksi terpilih dari Pameran ABHIRAMA 2026 dalam dua format penyajian. Kedua, penelitian terhadap 1.073 unggahan *Instagram* museum sains menunjukkan bahwa museum cenderung menggunakan *Instagram* sebagai sarana promosi satu arah, dan menyarankan penambahan unggahan yang memuat informasi edukatif (Brown Jarreau et al., 2019). Rangkaian 10 video edukatif dalam Tugas Akhir ini menjadi upaya awal untuk menghadirkan konten semacam itu. Ketiga, jumlah 10 video sama dengan jumlah *Reels* pembandingan (*baseline*), sehingga perbandingan pada tahap evaluasi lebih sepadan. Jumlah 10 unggahan per akun juga pernah digunakan sebagai unit analisis pada penelitian konten *Instagram* museum (Brown Jarreau et al., 2019), dan jumlah ini masih dapat dikerjakan secara mandiri dalam jangka waktu Tugas Akhir. Literatur yang dirujuk tidak menetapkan jumlah unggahan ideal, sehingga angka 10 merupakan keputusan perancangan berdasarkan pertimbangan tersebut, bukan angka baku.

Durasi 1 menit dipilih dengan mempertimbangkan bahwa video yang lebih singkat cenderung lebih menarik perhatian penonton. Penelitian terhadap 6,9 juta sesi menonton video pada platform edX menemukan bahwa video yang lebih

singkat memiliki tingkat keterlibatan yang jauh lebih tinggi (Guo et al., 2014), meskipun konteks penelitian tersebut adalah video pembelajaran, bukan *Reels*. Di sisi lain, durasi yang terlalu singkat membatasi ruang untuk menyusun narasi. Oleh karena itu, 1 menit ditetapkan sebagai durasi singkat yang masih memberi ruang bagi struktur pembuka (*hook*), isi, dan penutup. Untuk mengantisipasi kemungkinan audiens tidak menonton hingga akhir, pertanyaan pemantik dan informasi utama ditempatkan pada bagian awal video, sedangkan bagian akhir digunakan untuk penjelasan tambahan dan penutup. Hubungan antara durasi dan keterlibatan audiens belum tentu bersifat langsung, sehingga durasi ini tidak diasumsikan sebagai durasi paling efektif, melainkan dicermati secara deskriptif melalui data *Instagram Insights* pada tahap evaluasi.

Format ini dinilai relevan dengan kebutuhan publikasi digital museum karena dapat mengolah arsip foto menjadi konten yang lebih dinamis tanpa menghilangkan nilai dokumenter dan edukatif dari arsip tersebut. Dengan demikian, arsip foto tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi internal, tetapi juga dapat dikembangkan sebagai materi komunikasi publik yang lebih mudah diakses oleh masyarakat. Selain menghasilkan konten *Reels*, Tugas Akhir ini juga dilengkapi dengan rancangan konsep konten, naskah atau narasi video, serta dokumentasi proses produksi. Luaran tersebut diharapkan dapat menjadi alternatif pengembangan publikasi digital Museum Ranggawarsita, khususnya dalam memanfaatkan arsip foto sebagai materi konten media sosial yang berkelanjutan.