

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka digunakan untuk menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik tugas akhir penulis. Penelitian terdahulu diperlukan agar tugas akhir ini memiliki dasar akademik yang jelas, sekaligus menunjukkan posisi karya penulis dibandingkan dengan kajian yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam tugas akhir ini, tinjauan pustaka diarahkan pada tiga tema utama, yaitu strategi komunikasi konten *Instagram* pada lembaga bersejarah, pemanfaatan *Instagram* oleh lembaga kearsipan sebagai sumber informasi, serta peran komunikasi digital dalam membangun transparansi dan kepercayaan publik pada lembaga publik.

Penelitian pertama dilakukan oleh Ambaroh (2025) dengan judul "*Strategi Komunikasi Konten Instagram Museum Sumpah Pemuda dalam Meningkatkan Kunjungan*". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan dalam konten akun *Instagram* Museum Sumpah Pemuda dalam meningkatkan kunjungan, baik secara virtual maupun fisik. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan studi deskriptif, melalui observasi konten *Instagram*, wawancara dengan pengelola akun, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan mencakup penggunaan visual yang menarik, narasi historis yang dikemas secara populer, serta interaksi aktif dengan pengikut melalui fitur *Story*, *Reels*, dan kolom komentar, yang terbukti meningkatkan keterlibatan audiens dan minat masyarakat terhadap nilai historis yang diangkat. Persamaan penelitian tersebut dengan tugas akhir penulis terletak pada pemanfaatan *Instagram*, termasuk fitur *Reels*, sebagai media publikasi digital lembaga bersejarah untuk mendorong kunjungan dan pemahaman audiens. Perbedaannya, penelitian Ambaroh berfokus pada analisis strategi komunikasi terhadap konten yang sudah ada dan berjalan di akun resmi, sedangkan tugas akhir penulis berfokus pada perancangan dan produksi konten *Instagram Reels* baru yang

bersumber dari arsip foto Museum Ranggawarsita, sehingga luarannya berupa karya konkret, bukan hasil analisis atas konten yang telah dipublikasikan.

Penelitian kedua dilakukan oleh Desari dan Husna (2024) dengan judul "*Pemanfaatan Instagram sebagai Sumber Informasi Kegiatan untuk Pemustaka Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Daerah Kabupaten Wonosobo*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan *Instagram* sebagai sumber informasi kegiatan bagi pemustaka Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Daerah (ARPUSDA) Kabupaten Wonosobo. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi terhadap pengelolaan akun *Instagram* ARPUSDA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ARPUSDA memanfaatkan berbagai fitur *Instagram* seperti foto dan video, *Live*, *Direct Message*, *Story*, *Sorotan*, dan *Reels* untuk menyebarkan lima jenis konten, yaitu konten internal, *event*, ucapan, informasi, dan pengetahuan. Penelitian ini juga menemukan bahwa proses persetujuan narasi yang berjenjang menjadi kendala utama yang memperlambat penyebaran informasi kepada pemustaka. Persamaan penelitian tersebut dengan tugas akhir penulis terletak pada objek kajian yang sama-sama berkaitan dengan lembaga kearsipan yang memanfaatkan *Instagram* sebagai media publikasi digital. Perbedaannya, penelitian Desari dan Husna menganalisis pemanfaatan *Instagram* secara umum oleh lembaga kearsipan-perpustakaan yang telah berjalan, dengan arsip foto hanya menjadi salah satu jenis konten pendukung, sedangkan tugas akhir penulis menjadikan arsip foto sebagai sumber utama dan dasar produksi seluruh konten *Reels* yang dihasilkan, sehingga *research gap* yang diisi adalah belum adanya karya yang secara khusus mengembangkan arsip foto koleksi lembaga kearsipan menjadi konten video pendek yang terstruktur.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Dewi dan Nabila (2026) dengan judul "*Inovasi Digital Musrenbang Rukun Tetangga: Praktik Co-Creation Governance di Kota Magelang*". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *public relations* Pemerintah Kota Magelang dalam membangun kepercayaan publik melalui digitalisasi Musyawarah Perencanaan Pembangunan tingkat Rukun Tetangga menggunakan aplikasi *Ora Ribet*. Metode yang digunakan adalah metode

kualitatif dengan pendekatan naratif-deskriptif, melalui wawancara mendalam terhadap sepuluh informan serta dokumentasi platform digital, dianalisis menggunakan analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi digital tersebut meningkatkan transparansi informasi, mempercepat komunikasi lintas level pemerintahan, serta memperkuat akuntabilitas dan kepercayaan warga melalui praktik *co-creation governance*, di mana warga diposisikan sebagai mitra aktif, bukan sekadar objek kebijakan. Persamaan penelitian tersebut dengan tugas akhir penulis terletak pada peran teknologi digital sebagai *enabler* transparansi dan kepercayaan publik terhadap lembaga publik. Perbedaannya, penelitian Dewi dan Nabila berfokus pada aplikasi perencanaan pembangunan sebagai kanal komunikasi pemerintah-warga dalam konteks tata kelola daerah, sedangkan tugas akhir penulis berfokus pada *Instagram Reels* sebagai media publikasi digital museum berbasis arsip foto. Kesamaan konseptual keduanya menegaskan bahwa strategi komunikasi digital, apa pun kanalnya, berperan penting dalam membangun keterbukaan informasi dan kepercayaan publik terhadap institusi publik, termasuk museum.

Secara umum, ketiga penelitian terdahulu tersebut memiliki persamaan dengan tugas akhir penulis, yaitu sama-sama membahas pemanfaatan media digital sebagai sarana penyampaian informasi dan pembangunan kepercayaan publik pada lembaga bersejarah maupun pemerintahan. Selain itu, ketiga penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa penggunaan konten visual, narasi yang menarik, serta pengemasan informasi yang komunikatif dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memperluas jangkauan publik. Adapun perbedaan utama antara penelitian terdahulu dengan tugas akhir penulis terletak pada fokus dan luaran penelitian. Ambaroh (2025) berfokus pada analisis strategi komunikasi konten yang sudah berjalan, Desari dan Husna (2024) berfokus pada pemanfaatan *Instagram* secara umum oleh lembaga kearsipan tanpa produksi konten berbasis arsip foto secara khusus, sementara Dewi dan Nabila (2026) berfokus pada aplikasi perencanaan pembangunan di luar konteks media sosial dan museum. Sementara itu, tugas akhir penulis mengisi kekosongan tersebut dengan tidak hanya melakukan analisis, tetapi juga menghasilkan produk nyata berupa 10 video *Instagram Reels* yang secara

khusus bersumber dari arsip foto koleksi Museum Ranggawarsita Kota Semarang. Dengan demikian, tugas akhir ini memiliki kontribusi yang berorientasi pada produksi dan luaran karya, karena menggabungkan pemanfaatan arsip foto dengan produksi konten digital sebagai bentuk publikasi museum di era media sosial.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Publikasi Digital

Publikasi digital merupakan proses penyampaian dan penyebaran informasi melalui media berbasis teknologi digital (Sufa & Priatna, 2026). Dalam konteks lembaga informasi dan kebudayaan, publikasi digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran pesan, tetapi juga menjadi strategi komunikasi untuk membangun hubungan antara lembaga dengan publik. Melalui publikasi digital, informasi dapat disampaikan secara lebih cepat, luas, dan fleksibel karena tidak lagi terbatas pada ruang fisik maupun waktu kunjungan tertentu. Publikasi digital memiliki relevansi penting bagi museum karena pola akses informasi masyarakat semakin bergeser ke media daring. Museum sebagai lembaga pelestarian budaya perlu menyesuaikan cara komunikasinya agar informasi mengenai koleksi, sejarah, program edukasi, dan kegiatan museum dapat diterima oleh publik secara lebih mudah. Nurcahyani *et al.* (2026) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi komunikasi digital telah mengubah paradigma pengelolaan lembaga kebudayaan, termasuk museum, dari ruang fisik menuju ranah digital yang lebih interaktif. Perubahan tersebut menuntut museum untuk memiliki strategi komunikasi yang adaptif dan berkelanjutan agar tetap relevan serta mampu menjangkau publik yang lebih luas.

Dalam praktiknya, publikasi digital museum dapat dilakukan melalui berbagai kanal, seperti *website*, media sosial, video digital, *virtual tour*, dan konten audiovisual. Kanal-kanal tersebut memungkinkan museum menyajikan informasi secara lebih komunikatif, interaktif, dan sesuai dengan karakter audiens digital. Setiamihardja *et al.* (2025) menyatakan bahwa kemajuan teknologi informasi mendorong museum untuk

bertransformasi dari fungsi tradisional sebagai tempat penyimpanan artefak menjadi pusat penyebaran pengetahuan yang interaktif dan responsif terhadap perkembangan media. Dengan demikian, publikasi digital tidak hanya menjadi pelengkap kegiatan museum, tetapi juga menjadi bagian dari strategi komunikasi budaya yang diperlukan agar museum tetap memiliki keterhubungan dengan masyarakat.

Media sosial menjadi salah satu bentuk publikasi digital yang banyak digunakan oleh museum karena memiliki kemampuan menyebarkan informasi secara visual, cepat, dan interaktif. Rodríguez-Vera et al. (2024) menjelaskan bahwa Instagram dapat digunakan museum untuk membangun keterlibatan publik terhadap koleksi melalui kekuatan visual media sosial. Dalam konteks ini, *Instagram* tidak hanya menjadi ruang unggah dokumentasi, tetapi juga dapat berfungsi sebagai medium komunikasi yang mempertemukan museum dengan audiens digital melalui foto, video, teks, dan narasi visual.

Dalam tugas akhir ini, publikasi digital dipahami sebagai upaya penyebaran informasi Museum Ranggawarsita melalui konten *Instagram Reels* berbasis arsip foto. Arsip foto yang sebelumnya berfungsi sebagai dokumentasi internal dikembangkan menjadi materi komunikasi visual yang dapat diakses oleh masyarakat melalui media sosial. Dengan pengemasan dalam bentuk video pendek, publikasi digital diharapkan mampu menyampaikan informasi mengenai sejarah, koleksi, dan nilai edukatif Museum Ranggawarsita secara lebih ringkas, menarik, serta sesuai dengan pola konsumsi informasi audiens digital.

2.2.2 Museum sebagai Lembaga Informasi dan Edukasi Publik

Museum merupakan lembaga yang memiliki peran penting dalam pelestarian, pengelolaan, dan penyampaian informasi mengenai warisan budaya kepada masyarakat. *International Council of Museums* atau ICOM (2022) mendefinisikan museum sebagai lembaga permanen nirlaba yang melayani masyarakat melalui kegiatan penelitian, pengumpulan, pelestarian, penafsiran, dan pameran warisan budaya, baik yang berwujud

maupun tidak berwujud. Definisi tersebut menunjukkan bahwa museum tidak hanya berfungsi sebagai tempat penyimpanan benda bersejarah, tetapi juga sebagai lembaga yang memiliki tanggung jawab dalam mengomunikasikan pengetahuan kepada publik.

Sebagai lembaga informasi, museum berperan dalam menyediakan, mengelola, dan menyebarkan informasi yang berkaitan dengan koleksi, sejarah, kebudayaan, serta nilai edukatif yang terkandung di dalamnya (Perdana & Sinaga, 2024). Informasi yang dimiliki museum tidak hanya hadir dalam bentuk koleksi fisik, tetapi juga dalam bentuk dokumentasi, arsip, narasi sejarah, label koleksi, katalog, media audiovisual, dan publikasi digital. Oleh karena itu, museum dapat dipahami sebagai ruang informasi yang menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masyarakat melalui proses pengumpulan, penafsiran, serta penyampaian makna. Selain sebagai lembaga informasi, museum juga memiliki fungsi edukasi publik.

Museum memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memperoleh pengetahuan melalui pengalaman melihat, membaca, mendengar, dan memahami koleksi yang disajikan. Fungsi edukatif tersebut menjadi penting karena museum dapat membantu masyarakat mengenal sejarah, budaya, identitas lokal, serta nilai-nilai yang terkandung dalam suatu koleksi. Dalam konteks perkembangan digital, fungsi edukasi museum tidak hanya dilakukan melalui kunjungan langsung, tetapi juga dapat diperluas melalui media digital agar informasi museum dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas.

Museum Ranggawarsita merupakan salah satu lembaga budaya di Kota Semarang yang memiliki peran dalam pelestarian dan penyampaian informasi mengenai sejarah serta kebudayaan Jawa Tengah. Berdasarkan informasi pada *website* resmi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita, museum ini diresmikan sebagai Museum Provinsi pada 5 Juli 1989 oleh Prof. Dr. Fuad Hasan, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan pada masa itu. Museum Ranggawarsita memiliki berbagai koleksi yang berkaitan dengan sejarah, alam, arkeologi, kebudayaan, dan perkembangan masyarakat.

Keberadaan koleksi tersebut menunjukkan bahwa Museum Ranggawarsita tidak hanya berfungsi sebagai tempat penyimpanan benda budaya, tetapi juga sebagai sumber informasi dan edukasi bagi masyarakat.

Dalam tugas akhir ini, Museum Ranggawarsita diposisikan sebagai lembaga informasi dan edukasi publik yang memiliki potensi untuk mengembangkan publikasi digital melalui pemanfaatan arsip foto. Arsip foto museum dapat digunakan sebagai materi visual untuk menyampaikan informasi mengenai koleksi, sejarah, dan nilai budaya secara lebih mudah dipahami oleh audiens digital. Dengan demikian, pemanfaatan arsip foto sebagai konten *Instagram Reels* menjadi salah satu bentuk pengembangan fungsi museum dalam menyebarkan informasi dan edukasi kepada masyarakat melalui media sosial.

2.2.3 Arsip Foto

Arsip merupakan rekaman kegiatan atau peristiwa yang memiliki nilai informasi dan disimpan dalam berbagai bentuk serta media (Sutirman, 2015). Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2009 tentang Kearsipan, arsip dipahami sebagai rekaman kegiatan atau peristiwa dalam berbagai bentuk dan media sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Arsip dibuat dan diterima oleh lembaga negara, pemerintahan daerah, lembaga pendidikan, perusahaan, organisasi, maupun perseorangan dalam pelaksanaan kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

Definisi tersebut menunjukkan bahwa arsip tidak hanya berbentuk dokumen tertulis, tetapi juga dapat hadir dalam bentuk visual, audio, audiovisual, maupun media digital. Salah satu bentuk arsip visual adalah arsip foto. Foto memiliki kemampuan untuk merekam objek, kegiatan, peristiwa, dan suasana tertentu dalam bentuk visual. Saputro dan Fitri (2022) menjelaskan bahwa foto dapat dipahami sebagai citra yang dihasilkan melalui proses fotografi, sedangkan arsip merupakan catatan atau rekaman yang memiliki arti dan tujuan tertentu. Dalam konteks tersebut, arsip foto dapat dipahami sebagai kumpulan foto yang memiliki nilai

informasi, dokumentasi, dan bukti visual mengenai suatu peristiwa, kegiatan, objek, atau kondisi tertentu.

Sebagai sumber informasi, arsip foto memiliki sejumlah karakteristik yang perlu diperhatikan agar nilai informasinya tetap terjaga saat dimanfaatkan untuk publikasi digital. Karakteristik tersebut meliputi keaslian atau autentisitas foto sebagai rekaman peristiwa yang benar-benar terjadi, keutuhan informasi visual yang terkandung di dalamnya, serta konteks penciptaan yang menjelaskan latar belakang, waktu, dan tujuan foto tersebut dibuat (Sutirman, 2015; UU No. 43 Tahun 2009 tentang Kearsipan). Autentisitas arsip foto menjadi penting karena foto yang digunakan sebagai sumber informasi publik perlu dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, bukan hanya dari sisi visual, tetapi juga dari sisi riwayat penyimpanan dan pengelolaannya oleh museum. Nilai informasi arsip foto juga sangat bergantung pada kelengkapan metadata yang menyertainya, seperti keterangan objek, tanggal pengambilan, lokasi, serta pihak yang mengambil atau mengelola foto tersebut. Metadata inilah yang memungkinkan arsip foto tidak hanya dipahami sebagai gambar, tetapi juga sebagai dokumen yang memiliki konteks sejarah dan informasi yang dapat diverifikasi.

Dalam tugas akhir ini, penggunaan arsip foto Museum Ranggawarsita sebagai materi konten memperhatikan aspek autentisitas, konteks, dan metadata tersebut, sehingga informasi yang disampaikan kepada audiens melalui Instagram Reels tetap dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Arsip foto memiliki peran penting karena mampu menghadirkan informasi visual yang tidak selalu dapat dijelaskan secara lengkap melalui teks. Melalui foto, masyarakat dapat melihat bentuk, kondisi, suasana, dan konteks suatu objek atau peristiwa secara lebih konkret. Saputro dan Fitri (2022) menyatakan bahwa arsip tidak hanya digunakan sebagai sumber penelitian, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai sumber dan media pembelajaran sejarah. Hal ini menunjukkan bahwa arsip foto tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi juga memiliki nilai edukatif karena

dapat membantu masyarakat memahami peristiwa, tokoh, tempat, koleksi, dan perkembangan sejarah secara visual.

Dalam konteks museum, arsip foto dapat menjadi bagian penting dari pengelolaan informasi koleksi dan kegiatan kelembagaan. Arsip foto dapat digunakan untuk mendokumentasikan koleksi, proses pelestarian, kegiatan pameran, aktivitas edukasi, serta perkembangan museum dari waktu ke waktu. Selain itu, arsip foto juga dapat menjadi sumber pendukung dalam penyusunan narasi sejarah karena foto memiliki kemampuan untuk memperlihatkan bukti visual mengenai objek atau peristiwa tertentu. Dengan demikian, arsip foto dapat memperkuat fungsi museum sebagai lembaga informasi, pelestarian, dan edukasi publik. Pemanfaatan arsip foto dalam publikasi digital perlu dilakukan dengan memperhatikan ketepatan informasi, konteks sejarah, dan tujuan komunikasi (Force, 2024).

Arsip foto tidak seharusnya digunakan hanya sebagai elemen visual, tetapi juga perlu disertai dengan narasi yang menjelaskan makna, latar belakang, dan nilai informasi yang terkandung di dalamnya. Dengan pengemasan yang tepat, arsip foto dapat dikembangkan menjadi konten digital yang informatif, edukatif, dan komunikatif. Dalam tugas akhir ini, arsip foto diposisikan sebagai materi utama dalam pengembangan konten *Instagram Reels* Museum Ranggawarsita. Arsip foto yang dimiliki museum digunakan sebagai dasar visual untuk menyampaikan informasi mengenai sejarah, koleksi, dan nilai budaya museum kepada masyarakat. Melalui pengolahan ke dalam bentuk video pendek, arsip foto tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi internal, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai media publikasi digital yang lebih mudah diakses dan dipahami oleh audiens *Instagram*.

2.2.4 Media Sosial

Media sosial merupakan media berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk membuat, membagikan, dan bertukar informasi melalui ruang digital. Kaplan dan Haenlein (2010) menjelaskan bahwa media sosial merupakan kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar

teknologi Web 2.0 dan memungkinkan terciptanya pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna. Berdasarkan pengertian tersebut, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran penerima informasi, tetapi juga sebagai ruang partisipatif yang memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam proses produksi, penyebaran, dan respons terhadap pesan. Karakter utama media sosial terletak pada sifatnya yang interaktif, cepat, terbuka, dan berbasis jaringan. Melalui media sosial, informasi dapat disampaikan kepada audiens dalam waktu yang relatif singkat dan dapat memperoleh respons langsung melalui komentar, tanda suka, berbagi ulang, maupun pesan pribadi (Hakim et al., 2024).

Interaksi tersebut membedakan media sosial dari media konvensional karena komunikasi tidak hanya berlangsung satu arah, tetapi dapat berkembang menjadi komunikasi dua arah antara pengelola akun dan audiens. Dalam konteks lembaga informasi dan kebudayaan, media sosial dapat digunakan sebagai sarana komunikasi publik, promosi, edukasi, dan penyebaran informasi. Museum sebagai lembaga budaya dapat memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan koleksi, menyampaikan informasi kegiatan, membangun citra lembaga, serta menjangkau masyarakat yang lebih luas. Arininta dan Widiati (2023) menunjukkan bahwa penggunaan Instagram Museum Nasional Indonesia memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa media sosial dapat berperan dalam membangun ketertarikan publik terhadap museum.

Media sosial juga memiliki peran strategis dalam memperkuat pemasaran informasi museum. Nurcahyani et al. (2026) menjelaskan bahwa media sosial dapat menjadi strategi pemasaran informasi museum karena mampu memperluas jangkauan audiens, meningkatkan partisipasi publik, serta memperkuat citra museum sebagai lembaga edukatif dan pelestarian budaya yang dinamis. Dengan demikian, media sosial tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi praktis, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk membangun keterlibatan publik terhadap nilai sejarah,

budaya, dan edukasi yang dimiliki museum. Dalam tugas akhir ini, media sosial dipahami sebagai sarana publikasi digital yang digunakan untuk menyampaikan informasi Museum Ranggawarsita kepada masyarakat. Pemanfaatan media sosial diarahkan pada penggunaan *Instagram* sebagai platform utama karena karakter visualnya sesuai dengan pengembangan konten berbasis arsip foto. Melalui media sosial, arsip foto museum dapat dikemas menjadi konten yang lebih mudah diakses, lebih komunikatif, dan lebih sesuai dengan pola konsumsi informasi audiens digital.

2.2.5 *Instagram* sebagai Media Publikasi Digital

Instagram merupakan salah satu media sosial berbasis visual yang banyak digunakan untuk menyampaikan informasi melalui foto, video, teks singkat, dan elemen audiovisual. Karakter *Instagram* yang menonjolkan aspek visual menjadikan platform ini relevan untuk digunakan oleh lembaga informasi dan kebudayaan, termasuk museum. Melalui *Instagram*, museum dapat menyampaikan informasi mengenai koleksi, kegiatan, layanan, serta nilai edukatif kepada publik dalam bentuk yang lebih ringkas dan mudah diakses. Sebagai media publikasi digital, *Instagram* memungkinkan museum menyebarkan informasi secara lebih cepat dan komunikatif. Informasi yang sebelumnya hanya dapat diperoleh melalui kunjungan langsung dapat dikemas ke dalam unggahan visual sehingga dapat diakses oleh masyarakat melalui ruang digital.

Dalam konteks museum, *Instagram* tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai saluran komunikasi publik yang dapat memperkenalkan koleksi, menyampaikan narasi sejarah, membangun citra lembaga, dan meningkatkan keterlibatan audiens. Arininta dan Widiati (2023) menunjukkan bahwa penggunaan *Instagram* Museum Nasional Indonesia memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa *Instagram* dapat berperan dalam membangun ketertarikan publik terhadap museum melalui penyajian informasi dan konten visual. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *Instagram* oleh museum tidak hanya berkaitan dengan

penyebaran informasi, tetapi juga dapat mendukung upaya membangun hubungan antara museum dan audiens. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Ariyani et al. (2023), yang menunjukkan bahwa promosi Museum Benteng Vredeburg melalui Instagram terbukti efektif dalam menarik perhatian, minat, dan tindakan lanjutan audiens terhadap museum.

Pemanfaatan Instagram dalam komunikasi museum juga berkaitan dengan strategi penyampaian informasi budaya secara visual. Rodríguez-Vera et al. (2024) menjelaskan bahwa Instagram dapat digunakan museum untuk membangun keterlibatan publik terhadap koleksi melalui kekuatan visual media sosial. Dalam hal ini, konten *Instagram* museum perlu dirancang tidak hanya sebagai dokumentasi kegiatan, tetapi juga sebagai media interpretasi yang mampu menghadirkan makna, konteks, dan nilai informasi dari koleksi atau arsip yang ditampilkan. Selain itu, Nurcahyani et al. (2026) menunjukkan bahwa media sosial menjadi bagian dari strategi pemasaran informasi museum karena mampu memperluas jangkauan audiens, meningkatkan partisipasi publik, dan memperkuat citra museum sebagai lembaga edukatif serta pelestarian budaya.

Pandangan ini memperkuat posisi *Instagram* sebagai media publikasi digital yang dapat digunakan museum untuk menyampaikan informasi secara berkelanjutan kepada masyarakat. Dalam tugas akhir ini, *Instagram* dipilih sebagai media publikasi digital karena memiliki karakter visual yang sesuai dengan pengembangan konten berbasis arsip foto. Arsip foto Museum Ranggawarsita dapat dikemas menjadi konten Instagram yang tidak hanya menampilkan gambar, tetapi juga menyampaikan narasi sejarah dan informasi edukatif. Dengan demikian, *Instagram* menjadi media yang relevan untuk mendukung publikasi digital Museum Ranggawarsita melalui penyajian konten visual yang lebih komunikatif, ringkas, dan sesuai dengan karakter audiens digital.

2.2.6 Karakteristik *Instagram Reels*

McQuail (2011) mengemukakan bahwa media baru (*new media*) memiliki lima karakteristik utama, yaitu bersifat interaktif, hipertekstual,

berjejaring (*networking*), bersifat maya (*virtual*), dan mengandung unsur simulasi. Karakteristik tersebut membedakan media baru dari media konvensional karena pengguna tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga dapat terlibat aktif dalam proses produksi, penyebaran, dan pemaknaan konten. Sebagai salah satu bentuk media baru, *Instagram* dapat dianalisis melalui kelima karakteristik tersebut untuk memahami bagaimana platform ini bekerja sebagai sarana publikasi digital museum.

Karakter interaktif pada *Instagram* tampak dari fitur yang memungkinkan audiens memberikan respons langsung terhadap konten, seperti *like*, komentar, *share*, *save*, maupun pesan pribadi. Melalui fitur tersebut, komunikasi antara pengelola akun dan audiens tidak lagi berlangsung satu arah, melainkan dapat berkembang menjadi komunikasi dua arah yang memungkinkan audiens turut memberi umpan balik atas informasi yang disampaikan (Hakim et al., 2024). Karakter hipertekstual terlihat pada penggunaan *caption*, *hashtag*, dan penandaan (*tag*) yang menghubungkan satu unggahan dengan informasi, akun, atau topik lain di luar konten itu sendiri, sehingga audiens dapat menelusuri informasi tambahan mengenai museum maupun koleksi yang ditampilkan.

Karakter jaringan (*networking*) pada *Instagram* terbentuk melalui relasi antar pengguna, seperti *follow* dan interaksi berulang antara akun museum dengan audiensnya, yang memungkinkan konten tersebar lebih luas melampaui pengikut akun itu sendiri. Adapun karakter maya (*virtual*) menunjukkan bahwa keterlibatan audiens di *Instagram* tidak selalu mencerminkan keterlibatan nyata di dunia fisik. Jumlah *like*, *views*, atau komentar pada suatu unggahan dapat menggambarkan ketertarikan audiens terhadap konten, tetapi tidak dapat dijadikan bukti tunggal bahwa audiens tersebut akan berkunjung langsung ke museum. Oleh karena itu, data keterlibatan digital perlu dimaknai sebagai indikator ketertarikan awal, bukan sebagai kepastian tindakan kunjungan. Karakter simulasi tampak dari kecenderungan *Instagram* mengadaptasi format konten yang berkembang di platform media sosial lain ke dalam ekosistemnya sendiri, misalnya

format video pendek vertikal yang kemudian dihadirkan melalui fitur *Instagram Reels*.

Pengguna turut meniru pola penyajian konten yang dianggap efektif dari akun lain, sehingga format tertentu dapat berkembang menjadi kecenderungan bersama di antara pengguna. Dalam tugas akhir ini, kelima karakteristik *Instagram* tersebut menjadi dasar dalam merancang konten *Instagram Reels* berbasis arsip foto Museum Rangrawarsita. Karakter interaktif dan jaringan dimanfaatkan agar konten dapat menjangkau audiens secara luas dan memperoleh umpan balik melalui *like*, komentar, dan *share*. Karakter hipertekstual dimanfaatkan melalui penyusunan *caption* dan *hashtag* yang relevan dengan informasi museum, sementara karakter maya (*virtual*) menjadi dasar kehati-hatian dalam memaknai data *Instagram Insights* sebagai indikator ketertarikan, bukan sebagai bukti langsung keberhasilan publikasi digital dalam mendorong kunjungan fisik ke museum.

2.2.7 *Instagram Reels*

Instagram Reels merupakan salah satu fitur Instagram yang digunakan untuk membuat dan membagikan konten video pendek. Fitur ini memungkinkan pengguna menyajikan informasi melalui perpaduan unsur visual, teks, audio, filter, dan penyuntingan video. Dalam konteks publikasi digital, *Reels* dapat digunakan sebagai media penyampaian pesan yang ringkas, dinamis, dan sesuai dengan pola konsumsi informasi masyarakat di media sosial. Sebagai format video pendek, *Instagram Reels* memiliki karakter yang berbeda dari unggahan foto atau teks biasa. *Reels* memungkinkan informasi disampaikan secara lebih hidup karena memadukan gambar bergerak, teks visual, suara, musik, dan narasi. Perpaduan unsur tersebut menjadikan *Reels* relevan untuk digunakan dalam penyampaian informasi yang membutuhkan daya tarik visual dan kejelasan pesan. Dalam konteks museum, *Reels* dapat membantu mengemas informasi mengenai koleksi, sejarah, kegiatan, dan arsip visual menjadi konten yang lebih mudah dipahami oleh audiens digital.

Instagram Reels juga dapat digunakan sebagai sarana publikasi digital karena kontennya dapat disebarluaskan melalui ekosistem *Instagram* dan diakses oleh pengguna secara luas. Melalui *Reels*, museum memiliki peluang untuk menyampaikan informasi tidak hanya kepada pengikut akun, tetapi juga kepada audiens lain yang memiliki ketertarikan terhadap sejarah, budaya, edukasi, dan wisata museum. Oleh karena itu, *Reels* dapat dipahami sebagai salah satu bentuk pengembangan publikasi digital yang menyesuaikan karakter komunikasi visual di media sosial. Pemanfaatan *Reels* dalam publikasi museum perlu memperhatikan kesesuaian antara visual, narasi, teks, dan audio.

Konten *Reels* tidak cukup hanya menampilkan gambar, tetapi juga perlu memiliki alur pesan yang jelas agar informasi dapat dipahami secara utuh. Wulandari et al. (2026) menunjukkan bahwa *storytelling* dan penyuntingan video pendek dapat memperkuat promosi budaya karena membantu menyusun pesan menjadi narasi yang koheren, menarik, dan layak dipublikasikan di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa produksi video pendek perlu memperhatikan aspek isi pesan dan teknik penyajian agar konten tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga komunikatif.

Dalam tugas akhir ini, *Instagram Reels* digunakan sebagai format luaran untuk mengembangkan arsip foto Museum Ranggawarsita menjadi konten publikasi digital. Arsip foto yang bersifat statis diolah menjadi video pendek melalui penambahan narasi, teks visual, audio, dan penyuntingan video. Dengan format *Reels*, arsip foto museum dapat disajikan secara lebih dinamis tanpa menghilangkan nilai dokumenter dan edukatif yang terkandung di dalamnya. Oleh karena itu, *Instagram Reels* dipilih sebagai media yang relevan untuk mendukung publikasi digital Museum Ranggawarsita kepada audiens Instagram.

2.2.8 Konten Digital

Konten digital merupakan materi informasi yang dibuat, diolah, dan disebarluaskan melalui media berbasis teknologi digital. Konten digital dapat berbentuk teks, gambar, foto, audio, video, infografis, maupun

kombinasi dari beberapa unsur tersebut. Dalam konteks komunikasi digital, konten tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai bentuk pengemasan pesan agar dapat diterima, dipahami, dan direspons oleh audiens. Konten digital memiliki karakter yang berbeda dari informasi konvensional karena disampaikan melalui media yang bersifat cepat, visual, interaktif, dan mudah dibagikan.

Kaplan dan Haenlein (2010) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan terciptanya pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa konten digital dalam media sosial tidak hanya dikonsumsi secara pasif, tetapi juga dapat memunculkan interaksi, tanggapan, dan penyebaran ulang oleh audiens. Dalam konteks lembaga informasi dan kebudayaan, konten digital dapat digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai koleksi, kegiatan, layanan, sejarah, dan nilai edukatif lembaga kepada publik. Museum dapat memanfaatkan konten digital untuk mengemas informasi budaya agar lebih sesuai dengan pola akses informasi masyarakat.

Konten yang disusun secara visual dan naratif dapat membantu museum menyampaikan pesan yang sebelumnya hanya tersedia di ruang pameran fisik menjadi informasi yang dapat diakses melalui media digital. Konten digital yang baik perlu memperhatikan kejelasan pesan, ketepatan informasi, kesesuaian media, dan karakter audiens. Konten tidak hanya dituntut menarik secara visual, tetapi juga harus memiliki nilai informasi yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam konteks museum, hal ini menjadi penting karena informasi yang disampaikan berkaitan dengan sejarah, koleksi, dan nilai budaya. Oleh sebab itu, konten digital museum perlu disusun berdasarkan data yang valid, narasi yang jelas, serta pengemasan visual yang mendukung pemahaman audiens.

Wulandari et al. (2026) menunjukkan bahwa penyusunan konten promosi budaya melalui *storytelling* dan penyuntingan video pendek perlu memperhatikan narasi, skrip, *caption*, audio, visual, dan format media sosial. Temuan tersebut menunjukkan bahwa konten digital tidak hanya

bergantung pada materi visual, tetapi juga pada kemampuan mengolah pesan menjadi alur yang koheren dan komunikatif. Dengan demikian, proses produksi konten digital perlu memperhatikan hubungan antara isi pesan, bentuk visual, dan teknik penyajian.

Dalam tugas akhir ini, konten digital dipahami sebagai hasil pengemasan arsip foto Museum Ranggawarsita ke dalam bentuk *Instagram Reels*. Konten yang dihasilkan tidak hanya menampilkan arsip foto, tetapi juga memadukan narasi, teks visual, audio, dan penyuntingan video agar informasi museum dapat tersampaikan secara lebih ringkas dan menarik. Dengan demikian, konten digital menjadi sarana untuk mengubah arsip foto yang semula bersifat dokumenter menjadi materi publikasi digital yang memiliki nilai informatif, edukatif, dan komunikatif.

2.2.9 Storytelling Visual

Storytelling visual merupakan cara menyampaikan pesan melalui rangkaian visual yang disusun dengan alur naratif tertentu. Dalam *storytelling* visual, gambar, teks, suara, dan elemen visual lainnya tidak hanya berfungsi sebagai hiasan, tetapi digunakan untuk membangun cerita, menjelaskan konteks, dan memperkuat makna pesan. Melalui pendekatan ini, informasi dapat disampaikan secara lebih runtut, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens. *Storytelling* visual memiliki peran penting dalam penyampaian informasi budaya karena objek budaya, koleksi, dan arsip sering kali membutuhkan penjelasan agar maknanya dapat dipahami oleh publik. Foto atau arsip visual yang berdiri sendiri dapat memberikan informasi dasar, tetapi belum tentu mampu menjelaskan latar belakang, nilai sejarah, atau pesan edukatif yang terkandung di dalamnya. Oleh karena itu, *storytelling* visual dibutuhkan untuk menghubungkan unsur visual dengan narasi yang menjelaskan makna dari objek atau peristiwa yang ditampilkan.

Dalam konteks museum, *storytelling* visual dapat membantu mengubah penyajian informasi yang bersifat statis menjadi lebih komunikatif. Setiamihardja et al. (2025) menjelaskan bahwa media audiovisual dapat mengubah penyajian sejarah yang semula bersifat statis

menjadi pengalaman visual dan auditif yang lebih interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa penyampaian informasi museum melalui perpaduan visual, audio, dan narasi dapat membantu audiens memahami koleksi atau peristiwa sejarah secara lebih kontekstual. *Storytelling* visual juga berkaitan erat dengan pengemasan konten digital di media sosial. Wulandari et al. (2026) menunjukkan bahwa digital *storytelling* dapat digunakan untuk menyusun *micro-story*, dan *caption* agar pesan budaya dapat dikemas menjadi narasi yang menarik, dan etis.

Dalam produksi konten video pendek, *storytelling* membantu menentukan alur pesan, pembuka yang menarik, isi utama, dan penutup yang mengarahkan audiens pada pemahaman tertentu. Dengan demikian, *storytelling* visual tidak hanya berfungsi memperindah konten, tetapi juga mengatur struktur informasi agar pesan dapat diterima secara lebih jelas. Dalam tugas akhir ini, *storytelling* visual digunakan sebagai pendekatan untuk mengolah arsip foto Museum Ranggawarsita menjadi konten *Instagram Reels*. Arsip foto yang bersifat statis diberi narasi, teks visual, audio, dan alur penyajian agar informasi sejarah, koleksi, dan nilai edukatif museum dapat tersampaikan secara lebih utuh. Melalui *storytelling* visual, arsip foto tidak hanya ditampilkan sebagai gambar dokumentasi, tetapi juga dikembangkan menjadi cerita pendek yang informatif, komunikatif, dan sesuai dengan karakter media sosial *Instagram*.

2.2.10 Videografi dan Produksi Video Pendek

Videografi merupakan proses perekaman, pengolahan, dan penyajian informasi dalam bentuk gambar bergerak. Dalam konteks komunikasi digital, videografi tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis pengambilan gambar, tetapi juga mencakup bagaimana pesan disusun, divisualisasikan, disunting, dan disampaikan kepada audiens. Video menjadi salah satu bentuk media audiovisual karena menggabungkan unsur visual dan audio dalam satu kesatuan pesan. Produksi video pendek merupakan proses pembuatan video dengan durasi singkat yang dirancang untuk menyampaikan pesan secara ringkas dan langsung. Dalam media sosial,

video pendek perlu memiliki alur pesan yang jelas, visual yang sesuai, teks yang mendukung, audio yang relevan, serta penyuntingan yang rapi. Setiamihardja et al. (2025) menjelaskan bahwa media audiovisual mampu mengubah penyajian sejarah yang bersifat statis menjadi pengalaman visual dan auditif yang lebih interaktif. Hal tersebut menunjukkan bahwa video dapat membantu museum menyampaikan informasi sejarah dan budaya secara lebih komunikatif.

Dalam produksi video pendek, pesan tidak dapat disampaikan secara terlalu panjang karena durasi yang terbatas. Oleh sebab itu, perancangan konten perlu memperhatikan pemilihan materi, penyusunan narasi, dan penyajian visual agar informasi tetap dapat dipahami oleh audiens. Wulandari et al. (2026) menunjukkan bahwa produksi video pendek untuk media sosial perlu memperhatikan digital *storytelling*, *caption*, audio, rasio vertikal, dan penyuntingan agar konten siap dipublikasikan. Dengan demikian, produksi video pendek tidak hanya menuntut kemampuan teknis, tetapi juga kemampuan menyusun pesan secara efektif. Dalam tugas akhir ini, videografi dan produksi video pendek digunakan sebagai dasar dalam pembuatan 10 konten *Instagram Reels* berbasis arsip foto Museum Ranggawarsita. Proses produksi dilakukan dengan mengolah arsip foto, menyusun narasi, menambahkan teks visual, memilih audio, dan melakukan penyuntingan video agar konten dapat menyampaikan informasi museum secara ringkas, menarik, dan komunikatif.

1. Teknik Pengambilan Gambar

Teknik pengambilan gambar merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh tampilan visual sesuai dengan kebutuhan pesan. Dalam produksi video, teknik pengambilan gambar mencakup pemilihan sudut pandang, komposisi, fokus objek, pencahayaan, dan pergerakan gambar. Teknik tersebut diperlukan agar visual yang ditampilkan dapat mendukung pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Dalam konteks konten berbasis arsip foto, teknik pengambilan gambar tidak selalu dilakukan

melalui perekaman objek secara langsung, tetapi juga dapat dilakukan melalui pengolahan visual arsip.

Arsip foto dapat ditampilkan dengan teknik gerak sederhana, pembesaran gambar, pergeseran visual, atau pengaturan komposisi agar tampak lebih dinamis dalam format video. Teknik tersebut perlu digunakan secara proporsional agar arsip foto tetap terlihat jelas dan tidak kehilangan nilai dokumenternya. Pada tugas akhir ini, teknik pengambilan gambar digunakan untuk mendukung visualisasi arsip foto Museum Ranggawarsita. Apabila diperlukan, penulis dapat menambahkan gambar pendukung berupa dokumentasi museum, detail koleksi, atau elemen visual lain yang relevan. Pengambilan gambar dilakukan dengan memperhatikan kejelasan objek, kesesuaian visual dengan narasi, dan keterpaduan dengan format *Instagram Reels*.

2. Penyuntingan Video

Penyuntingan video merupakan proses menyusun, memotong, menggabungkan, dan memperbaiki materi visual serta audio menjadi satu kesatuan konten yang utuh. Dalam produksi video pendek, penyuntingan memiliki peran penting karena menentukan alur pesan, ritme visual, durasi, keterbacaan teks, serta kesesuaian antara gambar, narasi, dan audio. Penyuntingan yang baik dapat membantu informasi tersampaikan secara lebih runtut dan mudah dipahami. Wulandari et al. (2026) menjelaskan bahwa keterampilan penyuntingan video pendek mencakup kemampuan memulai proyek, memotong klip, menambahkan audio, memahami rasio vertikal 9:16, dan menggunakan template untuk produksi cepat.

Dalam konteks media sosial, aspek-aspek tersebut penting karena video pendek memiliki karakter penyajian yang cepat, visual, dan perlu menyesuaikan format platform yang digunakan. Pada tugas akhir ini, penyuntingan video dilakukan untuk mengolah arsip foto menjadi konten Instagram Reels berdurasi 1 menit. Proses penyuntingan mencakup penyusunan urutan visual, penambahan teks, pengaturan durasi, pemilihan transisi, penyesuaian audio, dan penyelarasan narasi. Penyuntingan

dilakukan agar arsip foto dapat tampil lebih dinamis tanpa menghilangkan informasi utama yang terkandung di dalamnya.

3. Narasi dan *Voice Over*

Narasi merupakan unsur penting dalam produksi video karena berfungsi menjelaskan pesan, konteks, dan makna visual yang ditampilkan. Dalam konten berbasis arsip foto, narasi diperlukan agar audiens tidak hanya melihat gambar, tetapi juga memahami informasi sejarah, koleksi, atau nilai edukatif yang berkaitan dengan arsip tersebut. Narasi membantu mengarahkan perhatian audiens dan menjembatani hubungan antara visual dengan pesan yang ingin disampaikan. *Voice over* merupakan bentuk penyampaian narasi melalui suara yang direkam dan dimasukkan ke dalam video.

Voice over dapat membantu memperjelas informasi, terutama ketika visual yang ditampilkan membutuhkan penjelasan tambahan. Dalam video pendek, *voice over* perlu disusun secara singkat, jelas, dan sesuai dengan durasi konten agar tidak membuat informasi terasa padat atau sulit dipahami. Dalam tugas akhir ini, narasi dan *voice over* digunakan untuk memperkuat penyampaian informasi pada konten *Instagram Reels* Museum Ranggawarsita. Narasi disusun berdasarkan informasi arsip foto, koleksi, dan konteks museum yang relevan. *Voice over* digunakan untuk menyampaikan pesan secara lebih komunikatif, sementara teks visual digunakan sebagai pendukung agar audiens tetap dapat memahami isi konten meskipun menonton tanpa suara.

4. Elemen Audio

Elemen audio merupakan unsur suara yang digunakan dalam video untuk mendukung suasana, memperjelas pesan, dan memperkuat pengalaman audiens. Audio dapat berbentuk *voice over*, musik latar, efek suara, atau suara asli dari objek dan lingkungan. Dalam produksi video pendek, audio perlu dipilih secara tepat agar tidak mengganggu narasi dan tetap mendukung karakter pesan yang disampaikan. Setiamihardja et al. (2025) menunjukkan bahwa media audiovisual menggabungkan

pengalaman visual dan auditif sehingga informasi dapat disampaikan secara lebih interaktif. Dalam konteks tersebut, audio memiliki fungsi penting karena dapat membantu membangun suasana, memberi tekanan pada bagian tertentu, dan membuat penyajian informasi terasa lebih hidup. Namun, penggunaan audio tetap perlu disesuaikan dengan isi konten agar tidak mengalihkan perhatian audiens dari informasi utama.

Pada tugas akhir ini, elemen audio digunakan untuk mendukung penyampaian informasi dalam konten *Instagram Reels* berbasis arsip foto. Audio dipilih dengan mempertimbangkan kesesuaian dengan tema museum, nilai sejarah, dan karakter visual arsip. Penggunaan musik latar, dan *voice over* dilakukan secara proporsional agar konten tetap informatif, edukatif, dan nyaman diikuti oleh audiens *Instagram*. Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan, pemanfaatan arsip foto sebagai konten *Instagram Reels* memiliki keterkaitan dengan publikasi digital, fungsi museum sebagai lembaga informasi dan edukasi publik, pengelolaan arsip foto, media sosial, *Instagram*, konten digital, *storytelling* visual, serta produksi video pendek. Seluruh konsep tersebut menjadi dasar dalam perancangan dan produksi luaran tugas akhir ini. Arsip foto Museum Ranggawarsita tidak hanya dipahami sebagai dokumentasi, tetapi juga sebagai sumber informasi visual yang dapat dikembangkan menjadi konten digital. Melalui pengemasan dalam bentuk *Instagram Reels*, arsip foto dapat disampaikan kepada publik secara lebih ringkas, komunikatif, dan sesuai dengan karakter media sosial.