

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Bekasi adalah kota patriot. Banyak cerita sejarah dan pahlawan-pahlawan yang berasal dari kota ini, sehingga tidak dipungkiri adanya peninggalan bersejarah yang patut untuk dilestarikan. Bangunan Gedung Juang 45 secara resmi dijadikan situs bersejarah dan telah terdaftar di sistem registrasi cagar budaya tanggal 04 Oktober 1999 (Kemendikbud, 2021). Gedung Juang 45 dulunya adalah tempat pertahanan oleh para pejuang kemerdekaan. Dulunya juga pernah dijadikan tempat perundingan pertukaran tawanan antara Belanda dan pejuang. Seiring berjalannya waktu, Gedung Juang 45 mulai semakin tertinggal. Bangunan yang kuno dan tidak terawat mempengaruhi penampakan bangunan gedung menjadi seram dan mistis. Pasalnya, di tahun 2015 silam, gedung ini kerap dikenali oleh masyarakat awam sebagai bangunan gedung angker. Dahulu banyak stasiun tv yang mengadakan syuting tentang hal-hal mistis di gedung ini. Dapat dikatakan bahwa Gedung Juang 45 sudah dilupakan akan sejarah keperjuangannya (Kholifah & Nurjayanti, 2022).

Keberadaan Museum sebagai institusi pendidikan dan kebudayaan yaitu memberikan ilmu pengetahuan kepada masyarakat mengenai koleksi-koleksi yang disimpan. Museum Gedung Juang45 melakukan berbagai cara untuk melakukan program. Museum Gedung Juang45 berada di bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan maka dari itu visi yang dipegang oleh Museum Gedung Juang45 mengacu kepada visi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yaitu “Terwujudnya Museum Gedung Juang45 sebagai pusat informasi budaya dan pariwisata yang mampu mencerdaskan kehidupan bangsa, meningkatkan peradaban dan kebanggaan terhadap kebudayaan nasional, serta memperkuat persatuan dan persahabatan antar bangsa.”

Museum Gedung Juang 45 Bekasi ialah salah satu destinasi wisata pernah tutup sebab keadaan pandemi covid- 19 pada tanggal 20 Juli 2021.



Gambar 1.1 Instagram Gedung Juang 45 Bekasi PPKM

Sumber : *Instagram*@museumbekasioofficial

Mulai 04 Maret 2022 di masa *new normal*, *Museum* Gedung Juang 45 Bekasi dibuka kembali sebagai objek wisata dengan jumlah wisatawan 2.341 orang hingga saat ini.



Gambar 1.2 Instagram Gedung Juang 45 Bekasi Telah Di Buka

Sumber : *Instagram*@museumbekasioofficial

Salah satu kota yang berdampak atas pengembangan pariwisata adalah kota Bekasi yang juga dikenal sebagai Kota Patriot. Beberapa peningkatan yang

dikembangkan Kota Bekasi khususnya memberikan magnet tersendiri bagi kaum urban dan pengunjung domestik hingga mancanegara. Dalam data statistik pengunjung Bekasi dari Januari hingga November 2021, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 1,48 juta kunjungan, turun 61,82 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada periode yang sama tahun 2020 (bekasikab.bps.go.id, Diakses tanggal 22 Oktober 2022).

Salah satu destinasi wisata yang dimiliki Bekasi adalah Gedung Juang 45. Gedung Juang 45 berlokasi di Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi. Pada awal mulanya Gedung Juang 45 ini merupakan Gedung tuan tanah berbangsa Tionghoa lalu diambil alih oleh Belanda selaku kantor cabang. Sekarang di alih fungsikan jadi destinasi wisata lokal yang mempunyai nilai sejarah besar, yang menjadi tempat menaruh peninggalan budaya berbentuk arca, lukisan, serta aset yang lain, hal tersebut bisa jadi fakta peradaban manusia yang melewati proses sosial (Saputra & Marta, 2020). *Museum* harus dapat merespon tantangan untuk beradaptasi di abad 21 (Walid, 2018).

Hal ini terkait dengan sosial budaya dan aspek lain terutama dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sesuai dengan perkembangan jaman. Bahwa inovasi teknologi komunikasi yang ada di *museum* memiliki dampak positif terhadap performa *museum* di masyarakat walaupun tidak selalu mengarah kepada peningkatan jumlah pendapatan dan jumlah pengunjung. Corak komunikasi di abad 21 adalah meleburnya komunikasi, media, dan teknologi menjadi satu. Konvergensi komunikasi ini sering terjadi dalam kehidupan kita karena adanya peningkatan kesempatan untuk saling berkait dengan yang lain.

Media Sosial mencakup berbagai macam teknologi, gaya komunikasi, dan bahasa yang digunakan. Media sosial merupakan sarana yang paling efektif di era informasi untuk menyampaikan info atau konten ke masyarakat secara luas dan global. Sosial *media marketing* merupakan hal yang sangat penting dilakukan di abad 21 ini. Untuk dapat bersaing dengan atraksi dan destinasi pariwisata yang ada, *museum* yang dahulu hanya mengandalkan koleksi harus mengubah paradigma berpikir untuk mempromosikan *museum* melalui media sosial.



Gambar 1.3 Gedung Juang 45 Bekasi

Sumber : Gedung Juang 45 Bekasi

Destinasi wisata juga memerlukan pemasaran efektif guna peningkatan pengunjung. Pertumbuhan destinasi wisata sangat fantastis, sebelum pandemi angkanya hanya 175 juta. Data terbaru APJII, tahun 2022 pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 210 juta. Artinya ada penambahan sekitar 35 juta pengguna internet di Indonesia (www.cnbcindonesia.com, Diakses tanggal 22 Oktober 2022). Saluran promosi dan pemasaran melalui internet dapat langsung dilakukan untuk menarik pengunjung tanpa melalui perantara seperti *website* suatu destinasi atau digital *platform* seperti *Instagram*, *Facebook* dan lainnya. Media *online* atau portal berita sekarang adalah acuan bagi pengguna internet sebagai referensi terpercaya dalam mendapatkan sebuah informasi. Media digital bisa memfasilitasi manusia agar bisa melaksanakan sosialisasi dalam suasana serta keadaan apapun khususnya dalam sebagian waktu di era new normal pandemi Covid 19.

Kegiatan pengelolaan media sosial berperan penting untuk suatu instansi seperti *Museum Gedung Juang 45* dalam mempersiapkan program-program melalui media *social*. Meningkatnya media *marketing* ialah sangat berarti di abad ini. Guna bersaing dengan atraksi serta destinasi pariwisata yang terdapat, dulu cuma mengandalkan koleksi wajib mengganti pola pikir untuk memasarkan *museum* lewat

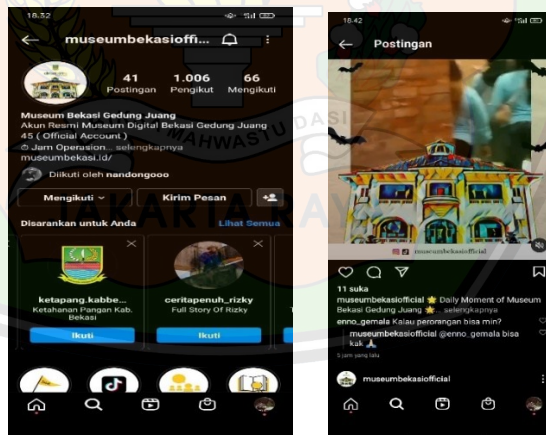
media sosial (Cornellia & Hermawan, 2020). *Museum* Gedung Juang 45 membuat konten mengenai koleksi dan acara yang ada serta program pemerintah dari Kementrian Pendidikan dan kebudayaan. Akan tetapi *Museum* Gedung Juang 45 mempunyai beberapa kekurangan dalam pengelolaan media sosial yaitu kurangnya ajakan kepada masyarakat melalui media sosial dalam berpartisipasi untuk meningkatkan ilmu pengetahuan mengenai kebudayaan di Indonesia melalui media sosial kemudian dikaitkan dengan di era *new normal* pandemic covid-19 membuat pengunjung berkunjung ke Gedung Juang45. Pengelolaan media sosial *Museum* Gedung Juang45 di era *new normal* pandemi Covid-19 dengan melaksanakan kegiatan melalui media social, menjadi salah satu cara sebagai bentuk promosi kepada masyarakat dengan bentuk konten yang edukatif atau program-program pemerintahan yang disediakan melalui media social. Dampak media sosial terhadap skala sosialitas merupakan sangat individu jadi sangat *universal*. Guna mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar, posisi bersaing yang kokoh, serta citra positif pelanggan. (Uyi, 2019).

Pemakai Instagram di Indonesia mencapai 99,15 juta orang ataupun 35,7 persen dari total populasi. Dari jangkauan iklan Instagram, terdapat 52,3 persen wanita, sedangkan 47,7 persen pria (www.suara.com/teknologi, diakses tanggal 22 Oktober 2022). Bersumber pada informasi tersebut bisa disimpulkan kalau pengguna instagram dalam kurun waktu yang pendek sudah mendapatkan kenaikan yang lumayan besar. Kedudukan Instagram selaku aplikasi penyebaran data lewat gambar serta video nyatanya banyak dimanfaatkan bermacam golongan selaku fasilitas berbisnis serta promosi. Keberadaan Instagram dijadikan selaku media pemasaran yang sangat gampang serta murah (*lowcost*) oleh industri, sehingga menarik para pelaku usaha menjadikan media sosial Instagram selaku media promosi andalan. Perihal ini pula digunakan pengelola Gedung Juang 45 untuk mempromosikan dan menarik perhatian pengunjung berkunjung ke *museum* Gedung Juang 45.

Museum Gedung Juang 45 pada tahun 2021 mempunyai akun Instagram, sosial media *marketing* aktif mempromosikan *museum* lewat program yang edukatif serta interaktif. *Platform social media* instagram yang dipunyai telah di- *linked* serta di-*update* dengan *design*, gambar, terdapat video menjajaki *trend*. Tidak hanya perayaan

hari besar segala perayaan agama yang terdapat di Indonesia, pula terdapat kabar berarti terpaut *museum* semacam panduan ke *museum*, gimana menjaga koleksi di *museum*, serta pameran temporer *museum*. Terdapat sebagian waspada terhadap COVID 19 dan tips- tips kesehatan yang butuh dicoba sepanjang masa pandemi.

Media sosial dikala ini yang kerap digunakan warga teridri dari *Twitter* yang mempunyai fitur- fitur semacam *Home*, Profil Pengguna, *Followers*, *Following*, *Direct Message*, *Hashtag*, *Mentions*, *Trending Topic*. buat facebook sendiri mempunyai fitur- fitur merupakan Menu Beranda, Menu Profil, Menu sahabat, Menu Pesan Masuk, Menu Pengaturan, Kotak Pencarian Kotak, Aplikasi, Koleksi Gambar, Tim, Catatan, Tautan, Sahabat, Pemberitahuan, Percakapan. Sebaliknya buat Instagram sendiri mempunyai fitur- fitur semacam *Home Page*, *Comments*, *Explore*, *Profil*, *News Feed*, Judul, *Hashtag*, *Posisi*, *Follow*, *Like*, *Mentions*. Dari media sosial twitter serta facebook fitur yang membedakannya ialah *reals* serta IG Televisi. Keunggulan jumlah pengikut di Instagram bisa melebihi jumlah pengikut di *Twitter* serta *Facebook* sehingga peneliti tertarik mempelajari Instagram@*museumbekasiofficial* sebagai penelitiannya



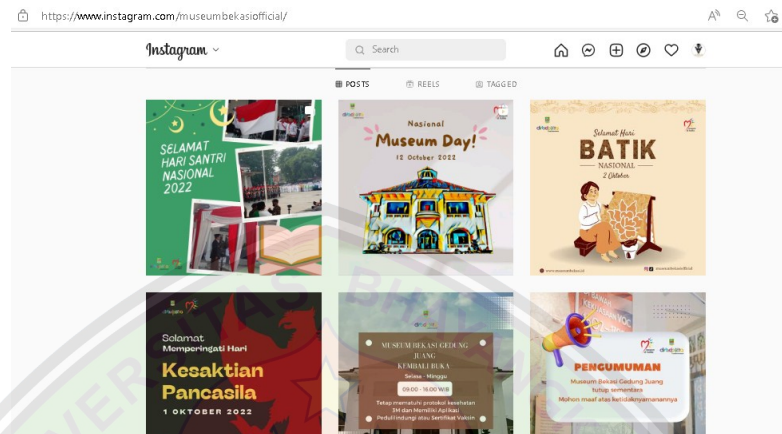
Gambar 1.4 Instagram Museum Gedung Juang 45 Bekasi

Sumber: Instagram@*museumbekasiofficial*

Museum Gedung Juang 45 Bekasi membuat acara pameran temporer“ Nanti Kita Cerita Tentang Sehat Hari Ini” selaku wujud kepedulian terhadap warga. Instagram @*museumbekasiofficial* ini mempunyai jumlah *follower* 1.370 dengan jumlah 60 *post*

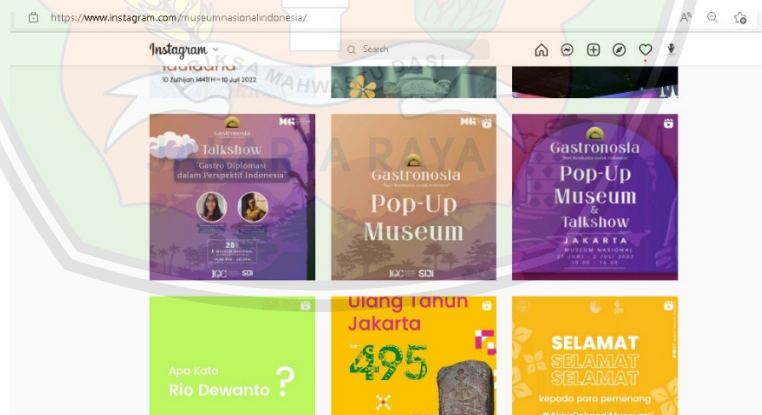
serta tata cara *upload post* dan kegiatan acara-acara yang masih kurang seperti pada gambar 1.5 dibawah ini.

Gambar 1.5 Post Instagram Museum Gedung Juang 45 Bekasi



Sumber : Instagram@museumbekasiofficial

Hal tersebut menjadi suatu tantangan untuk menarik minat pengunjung yang datang ke *museum* serta perhatian preferensi wisata ke *museum* terutama di masa *new normal* pandemic covid 19. Berbeda dengan *museum* kompetitor lain seperti pada gambar 1.6 dibawah ini.



Gambar 1.6 Post Instagram Museum Nasional Indonesia

Sumber : Instagram@museumnasionalindonesia

Berbeda dengan *post Instagram@museumnasionalindonesia* di masa *new normal* pandemic covid 19 melakukan banyak acara seperti acara *talk show*, “Akhir Pekan *Museum Challenge*” dan lain-lain. Perbedaan tersebut menjadi bentuk perhatian bagi

museum Gedung Juang 45 Bekasi. Merupakan salah satu hal yang membuat pengelolaan media sosial Museum Gedung Juang 45 Bekasi lebih ditingkatkan lagi melalui konten-konten dan acara kegiatan yang menarik perhatian masyarakat melalui museum digital yang dilakukan oleh Museum Gedung Juang 45 Bekasi. Peneliti berharap dengan memakai aplikasi Instagram bisa tingkatan perhatian kunjungan ke *museum* Gedung Juang 45 di era *new normal* pandemi covid 19 ini.

Museum memerlukan SDM yang kompeten dibidang desain grafis, komunikasi visual, desain bidang dalamnya, perupa serta *programmer* serta sebagainya. Sumber informasi data serta pesan yang di informasikan. Serta tampilan pameran digital tidak seluruh dalam keadaan baik. Tidak seluruh warga bisa mengakses internet untuk melihat kegiatan digital *museum* serta pula uraian pemahaman wisatawan terhadap teknologi belum menyeluruh. Pemanfaatan teknologi disesuaikan dengan kebutuhan dan ketersediaan dana serta membutuhkan pembiayaan untuk pembaharuan ataupun pemeliharaannya secara berkesinambungan (Setiawan, 2020).

Permasalahan yang dialami disaat ini merupakan perhatian wisatawan dalam mendatangi *museum* yang sedikit dikarenakan minimnya sarana dari *museum* untuk menarik perhatian wisatawan. Pengelola Gedung Juang 45 Bekasi berkata sangat berartinya media sosial untuk mempromosikan nilai- nilai yang ada di *museum* ialah dengan metode pertumbuhan era digital serta menjajaki teknologi yang sedang tumbuh (Syafei, 2017). Dengan terdapatnya konsep serta pemikiran mengenai *museum* saat ini, dari yang dikira menakutkan serta membosankan jadi mengasyikkan serta menghibur. Hiburan merupakan kunci utama buat mengganti *museum* jadi tempat dimana nilai-nilai budaya terdahulu bisa dimanfaatkan untuk kehidupan saat ini secara tidak langsung. Mengutamakan pemakaian media sosial ini diupayakan untuk tingkatan perhatian wisatawan untuk berkunjung.

Bersumber pada latar belakang permasalahan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji serta mangulas lebih dalam guna dijadikan penelitian dengan judul **“Pengelolaan Media Instagram Pada Museum Gedung Juang 45 Bekasi Di Era New Normal Pandemi Covid 19”**

1.2 Rumusan Masalah

Museum Gedung Juang 45 Bekasi ialah salah satu destinasi wisata yang pernah ditutup di waktu keadaan pandemi covid 19. Tetapi dikala ini di masa *new normal*. *museum* Gedung Juang 45 Bekasi dibuka kembali sebagai objek wisata. *Museum* merupakan sesuatu lembaga ataupun institusi tempat menaruh, menjaga, mempelajari, serta pemanfaatan benda- benda material yang jadi fakta hasil kebudayaan manusia, alam, serta pula area. *Museum* pula menaruh banyak data. Dengan demikian *museum* tidak cuma jadi tempat buat melancong melainkan pula dapat jadi tempat untuk ilmu pengetahuan untuk orang yang berkunjung..

Museum Gedung Juang 45 mempunyai akun Instagram sosial media *marketing* aktif mempromosikan *museum* lewat program yang edukatif serta interaktif. *Platform* sosial media (instagram) yang dipunyai telah di- *linked* serta di- *update* dengan *design*, gambar, serta video yang menarik, menjajaki *trend* yang terdapat. Kasus yang dialami dikala ini merupakan perhatian masyarakat dalam mendatangi *museum*.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini, bagaimana pegelolahan media *Instagram* pada *Museum* Gedung Juang 45 Bekasi di era *new normal* pandemi Covid 19?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini bagaimana pengelolaan media *Instagram* pada *Museum* Gedung Juang 45 Bekasi di era *new normal* pandemi Covid19.

1.4 Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis, secara umum diharapkan mampu menjadikan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

1.4.1 Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini nantinya dapat menambah wawasan, pengetahuan khususnya di bidang ilmu komunikasi.

1.4.2 Secara Praktis

Museum dapat menambah pemahaman mengenai ilmu pengetahuan, wawasan dan budaya bagi pengunjung.

