

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT
KUNJUNGAN WISATAWAN MELALUI KONTEN VIDEO DI
MUSEUM RUMAH KELAHIRAN BUNG HATTA**

**Proyek Akhir Ini diajukan
Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Terapan Pariwisata**



Disusun Oleh:
WIKY HASRA
NIM. 20230017

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
FAKULTAS PARIWISATA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

Proyek akhir ini telah diperiksa, disetujui, dan diyahkan oleh Tim Pembimbing untuk selanjutnya dipertanggungjawabkan pada Sidang Proyek Akhir Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Bukittinggi, 23 Agustus 2024

Pembimbing I,



Winda Diana, M.Par.
NIDN. 1009058801

Pembimbing II,



Eddi Navra, M.Par.
NIDN. 1027076903

Menyetujui:

Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata



Winda Diana, M.Par.
NIDN. 1009058801

LEMBAR PENGESAHAN

Tim Penguji Sidang Proyek Akhir Mahasiswa Program Studi Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, menyatakan bahwa Proyek Akhir yang Diajukan Oleh:

Nama : Wiky Hasra
NIM : 20230017
Judul : Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Melalui Konten Video Di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta

Telah berhasil dipertahankan dihadapkan tim penguji dan diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata pada Program Studi Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Bukittinggi, 23 Agustus 2024

Penguji I,



Dewi Anggraini, S.E., M.M.
NIDN. 1026067401

Penguji II,



Sri Ariani, M.Pd.
NIDN. 1026118003

Menyetujui:



Dekan,

Rozi Yuliani, S.ST.Par., M.M.
NIDN. 10310786

FAKULTAS PARIWISATA

PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA

Proyek Akhir, Agustus 2024

Wiky Hasra

Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Melalui Konten Video Di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta

ABSTRAK

Wiky Hasra (2024), Penelitian ini mengkaji pengaruh media sosial Instagram terhadap minat kunjungan wisatawan melalui konten video di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta, Bukittinggi, Sumatera Barat. Museum ini memiliki peran penting dalam menyimpan dan mempromosikan warisan sejarah Indonesia, khususnya yang berkaitan dengan perjuangan Bung Hatta. Data kunjungan museum dari Januari hingga Juni 2024 menunjukkan fluktuasi jumlah pengunjung, dengan puncak kunjungan pada bulan Februari 2024. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis bagaimana konten video yang diunggah di akun Instagram @museumbunghatta mempengaruhi minat wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video yang dirancang dan dipublikasikan oleh penulis berhasil meningkatkan keterlibatan audiens dan jumlah pengikut akun Instagram museum secara signifikan. Peningkatan ini menegaskan bahwa media sosial Instagram memainkan peran krusial dalam promosi museum, sehingga dapat menarik lebih banyak pengunjung dan memperluas jangkauan penonton. Dengan demikian, strategi pemasaran digital melalui konten video di Instagram terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta.

Kata Kunci: Peran, Media Sosial, Instagram, Museum

PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Refnila Asra

NIM : 20230009

Dengan ini menyatakan bahwa Proyek Akhir saya yang berjudul **Penerapan Digital Promotion Untuk Mempromosikan Atraksi Malukah Baluik di Kampung Wisata Sarugo** adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber yang saya kutip secara langsung maupun tidak langsung ataupun yang dirujuk adalah benar. Jika ternyata dikemudian hari dinyatakan karya saya ini merupakan hasil dari mencontoh (plagiat) sebagian atau keseluruhan dari karya ini maka saya bersedia diproses sesuai dengan hukum dan perundang-undangan yang berlaku di Negara Republik Indonesia.

Bukittinggi, 20 Agustus 2024

Saya yang menyatakan



Refnila Asra

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitis akademi Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wiky Hasra
NIM : 20230017
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Jenis Karya Ilmiah : Proyek Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Sumatera has bebas royalti noneklusif (*Non exclusive royalty free right*) atas proyek saya yang berjudul:

“Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Melalui Konten Video Di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta”

Dengan demikian kepada Universitas Muhammadiyah Sumatera berhak menyimpan mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangakalan data (database), merawat dan mempublikasikan proyek akhir selama mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bukittinggi
Pada Tanggal : Agustus 2024
Saya yang menyatakan,

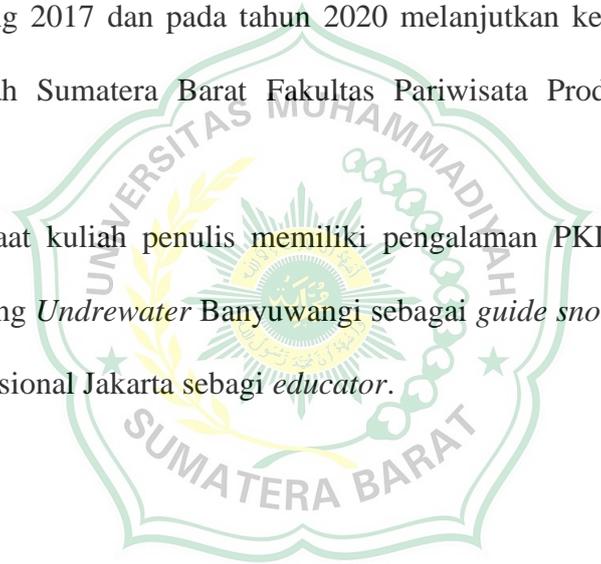
Wiky Hasra

RIWAYAT HIDUP

Wiky Hasra, dilahirkan di Lubuk Sikaping pada tanggal 5 Januari 2001 adalah putra ke lima dari lima bersaudara dari pasangan orang tua Syarkawi dan Alhasmiati.

Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar Madrasah Ibtidaiyah Raudatul Ibadha (MIRI) Lubuk Sikaping 2015 di lanjutkan ke Madrasah Tsanawiah Negeri Lubuk Sikaping 2017 dan melanjutkan Sekolah Mengah Atas Negeri 2 Lubuk Sikaping 2017 dan pada tahun 2020 melanjutkan ke perguruan tinggi di Muhammadiyah Sumatera Barat Fakultas Pariwisata Prodi Usaha Perjalanan Wisata.

Pada saat kuliah penulis memiliki pengalaman PKL pertama di wisata bahari Bangsting *Undrewater* Banyuwangi sebagai *guide snorkeling* dan PKL dua di Museum Nasional Jakarta sebagai *educator*.



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat Allah SWT, berkat rahmat serta kanunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan Proyek Akhir ini dengan judul “Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Melalui Konten Video Di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Terapan (S.Tr) Jurusan Usaha Perjalanan Wisata.

Penulis menyadari bahwa Proyek Akhir ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan Proyek Akhir ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan dukungannya.
2. Bapak Dr. Riki Saputra, M.A., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
3. Ibu Rozi Yuliani, S.ST.Par., M.M, selaku Dekan Fakultas Pariwisata.
4. Ibu Winda Diana, M.Par., selaku Ketua Prodi Usaha Perjalanan Wisata.
5. Ibu Winda Diana, M.Par., selaku Dosen Pembimbing I.
6. Bapak Eddi Novra, M.Par., selaku Dosen Pembimbing II.
7. Ibu Dewi Anggraini, S.E., M.M., selaku Dosen Penguji I.
8. Ibu Sri ariani, M.Pd., selaku Dosen Penguji II.
9. Ibu Dewi Anggraini, S.E, M.M., selaku Dosen Penasehat Akademik.
10. Pengelola Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta, yang telah membantu penulis selama melakukan proses penelitian di sana.

11. Evelyn Sastika Banuarea yang selalu menemani, membantu dan mensupport penulis selama melakukan penelitian.
12. Teman-teman seperjuangan Fakultas Pariwisata'20 yang telah ikut membantu memberikan dukungan dan sarannya serta berbagi keluh kesah bersama.
13. Semua pihak yang telah turut serta membantu penyusunan Proyek Akhir ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Dalam penulisan Proyek Akhir ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin. Namun, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, penulis menyadari bahwa Proyek Akhir yang dibuat masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan masukan yang membangun agar kedepannya dapat lebih baik lagi. Semoga Proyek Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak, terutama teman-teman yang berhubungan dengan pariwisata.

Bukittinggi, Agustus 2024

Penulis,

Wiky Hasra

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| LEMBAR PERSETUJUAN..... | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| ABSTRAK | i |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iii |
| RIWAYAT HIDUP..... | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 14 |
| 1.3 Pembatasan Masalah | 14 |
| 1.4 Rumusan Masalah | 15 |
| 1.5 Tujuan Masalah | 15 |
| 1.6 Manfaat Penelitian..... | 16 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA..... | 17 |
| 3.1 Kerangka Teoritis | 17 |
| 3.1.1 Peran..... | 17 |
| 3.1.2 Media Sosial..... | 19 |
| 3.1.3 Instragram | 21 |
| 3.1.4 Minat | 25 |
| 3.1.5 Minat Kunjungan | 25 |
| 3.1.6 Wisatawan | 27 |
| 3.1.7 Kunjungan Wisatawan | 28 |
| 3.1.8 Museum..... | 29 |
| 3.1.9 Pembuatan Video | 32 |
| 3.2 Kerangka Konseptual | 34 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 3.3 | Penelitian Terdahulu..... | 36 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | | 39 |
| 3.1 | Jenis Penelitian | 39 |
| 3.2 | <i>Setting</i> Tindakan..... | 39 |
| 3.3 | Objek Penelitian | 40 |
| 3.4 | Informan Penelitian | 41 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data | 41 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 46 |
| 4.1 | Gambaran Umum Profil Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta | 46 |
| 4.1.1 | Profil Tempat Penelitian | 46 |
| 4.1.2 | Struktur Organisasi | 49 |
| 4.1.3 | Fasilitas | 50 |
| 4.2 | Pembahasan | 50 |
| 4.2.1 | Hasil Wawancara | 50 |
| 4.2.2 | Pembuatan Video Pada Media Sosial Instagram | 51 |
| 4.2.3 | Hasil Pembuatan..... | 63 |
| 4.2.4 | Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Melalui Konten Video Di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta 64 | |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 70 |
| 5.1 | Simpulan..... | 70 |
| 5.2 | Saran | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 72 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta | 3 |
| Gambar 1.2 Profil Instagram Rumah Kelahiran Bung Hatta..... | 6 |
| Gambar 1.3 Konten Instagram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta | 7 |
| Gambar 1.4 Konten Intragram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta | 9 |
| Gambar 1.5 Konten Intragram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta | 10 |
| Gambar 1.6 Konten Intragram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta | 11 |
| Gambar 1.7 Konten Intragram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta | 12 |
| Gambar 1.8 Konten Intragram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta | 13 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta | 46 |
| Gambar 4.2 Dokumentasi Koleksi Foto | 49 |
| Gambar 4.3 Ruang Belajar Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta | 50 |
| Gambar 4.4 Dokumentasi Pendukung untuk Konten Video | 52 |
| Gambar 4.5 Dokumentasi Pendukung untuk Konten Video | 53 |
| Gambar 4.6 Mentahan Video Berdurasi Singkat | 55 |
| Gambar 4.7 Penggunaan Fitur Stories | 56 |
| Gambar 4.8 Survei Minat Pengunjung Melalui Fitur Stories | 57 |
| Gambar 4.9 Pengunggahan Konten Video Menggunakan Fitur Reels | 58 |
| Gambar 4.10 Interaksi Penulis Dengan Penonton Melalui Fitur Komentar | 59 |
| Gambar 4.11 Penggunaan Fitur Hastag | 60 |
| Gambar 4.12 <i>Insight</i> reels Postingan asli Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta | 62 |
| Gambar 4.13 <i>Insight</i> reels Konten | 62 |
| Gambar 4.14 Jumlah Pengikut Sebelum Pengunggahan Konten | 63 |
| Gambar 4.15 Jumlah Pengikut Setelah Pengunggahan Konten | 64 |
| Gambar 4.16 Hasil Survei Minat Pengunjung Melalui Fitur Stories | 65 |
| Gambar 4.17 Data Kunjungan Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta Bulan Juli | 66 |
| Gambar 4.14 Jumlah Pengikut Sebelum Pengunggahan Konten | 63 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Data Museum di Sumatra Barat | 2 |
| Tabel 1.2 Data Kunjungan Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta | 4 |
| Tabel 2.1 Kerangka Konseptual | 18 |
| Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu | 19 |
| Tabel 3.1 Daftar Nama Informasi | 24 |
| Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian | 26 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Pedoman Wawancara | 75 |
| Lampiran 2. Hasil Wawancara | 76 |
| Lampiran 3. Surat Permohonan Observasi Awal | 77 |
| Lampiran 4. Surat Permohonan Izin Penelitian | 78 |
| Lampiran 5. Dokumentasi Penulis dengan Pengelola Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta | 79 |
| Lampiran 6. Dokumentasi Barang Bersejarah di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta | 79 |
| Lampiran 7. Rekapitan Percakapan Bimbingan | 80 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pusat informasi dan sumber daya tidak hanya mencakup perpustakaan dengan buku tetapi juga museum. Museum ini juga menyimpan banyak informasi mengenai koleksi yang dimilikinya. Dengan demikian, museum tidak hanya sekedar tempat berwisata, tetapi juga Museum adalah organisasi nirlaba jangka panjang yang bekerja untuk memenuhi kebutuhan masyarakat umum.

Hari Museum Internasional diperingati setiap tahun pada tanggal 18 Mei sejak tahun 1977. Keberadaan museum sangatlah penting karena bertujuan untuk melindungi, mempromosikan dan mengembangkan aspek budaya masyarakat yang konkret dan non-wujud. Di Indonesia, museum berfungsi sebagai jembatan komunikasi dan alat penyadaran, mengorganisir pesan-pesan melalui pameran yang mendidik dan mencerahkan masyarakat umum.

Hari Museum Internasional diperingati setiap tahun pada tanggal 18 Mei sejak tahun 1977. Keberadaan museum sangatlah penting karena bertujuan untuk melindungi, mempromosikan dan mengembangkan aspek budaya masyarakat yang konkret dan non-wujud. Di Indonesia, museum berfungsi sebagai jembatan komunikasi dan alat penyadaran, mengorganisir pesan-pesan melalui pameran yang mendidik dan mencerahkan masyarakat umum.

Keberadaan museum sangat penting di Indonesia karena berfungsi sebagai ruang pendidikan, pendisiplinan, dan pembentukan ideologi masyarakat, selain berperan sebagai penjaga artefak warisan budaya. Hal itu juga ditegaskan dalam kode etik *Internasional Concil of Museum (ICOM)* yang mengatakan “*A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purpose of education, study and enjoyment*” (Akbar, 2010).

Penting bagi museum untuk memperluas misi pendidikannya dan menarik lebih banyak pengunjung ke lingkungan, komunitas, atau kelompok yang mereka layani. Komponen penting dari pendidikan yang harus diberikan museum adalah komitmen terhadap komunitas yang didukungnya, serta bimbingan dan promosi warisan yang dilestarikannya.

Museum Radya Pustaka merupakan museum pertama di Indonesia. Selain itu, Museum Wayang, Persada Soekarno, Museum Tekstil, Museum Gajah - yang dianggap sebagai koleksi terbesar di Indonesia - dan Galeri Nasional Indonesia - yang berisi koleksi seni rupa kontemporer Indonesia juga terkenal.

Berdasarkan data Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan terdapat

12 museum di Sumatera Barat :

Tabel 1.1 Data Museum di Sumatera Barat

| No | Nama Museum | Kota/Kabupaten |
|-----------|--|-----------------------|
| 1 | Museum Kelahiran Buya Hamka | Agam |
| 2 | Museum Tuanku Imam Bonjol | Pasaman |
| 3 | Museum Mande Rubiah | Pesisir Selatan |
| 4 | Istano Basa Pagaruyung | Tanah Datar |
| 5 | Museum Perjuangan Tridaya Eka Dharma | Bukittinggi |
| 6 | Museum Rumah Adat Baanjuang | Bukittinggi |
| 7 | Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta | Bukittinggi |
| 8 | Museum Zoologi | Bukittinggi |
| 9 | Museum Adityawarman | Padang |
| 10 | Museum Goedang Ransoem | Sawahlunto |
| 11 | Museum Kereta Api Sawahlunto | Sawahlunto |
| 12 | Museum Situs Lubang Tambang Mbah Soero | Sawahlunto |

Sumber: Data Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan 2024

Berdasarkan tabel 1.1 penulis mengambil salah satu museum yang ada di Sumatera Barat yaitu museum Rumah Kelahiran Bung Hatta yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta No.37, Campago Ipuh, Kecamatan Mandiangin Koto Selayan, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat 26137, dikarnakan Museum Kelahiran Bung Hatta layak dijadikan tempat penelitian berdasarkan kunjungan wisatawan karena museum ini menyimpan warisan sejarah yang sangat berharga terkait dengan peran.

Gambar 1.1 Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta



Sumber: <https://www.medcom.id/pendidikan/>,2024

Bung Hatta dalam perjuangan kemerdekaan Indonesia. Penelitian ini dapat memberikan wawasan penting tentang minat dan pola kunjungan wisatawan, yang membantu dalam meningkatkan pengalaman pengunjung dan efektivitas program edukasi. Selain itu, data yang diperoleh dapat digunakan untuk strategi pemasaran yang lebih baik, pengelolaan koleksi yang lebih efisien, serta pengembangan materi pendidikan yang lebih relevan dan menarik. Dengan demikian, penelitian ini berpotensi meningkatkan nilai edukatif dan konservatif museum sambil memperkuat pemahaman publik tentang sejarah Indonesia.

Berikut data kunjungan wisatawan yang berkunjung dari bulan januari sampai bulan juni 2024 ke Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta:

Tabel 1.2 Data Kunjungan Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta

| | Januari | Febuari | Maret | April | Mei | Juni |
|-------------------|----------------|----------------|--------------|--------------|------------|-------------|
| Umum | 971 | 1.714 | 570 | 1.533 | 985 | 847 |
| Pelajar | 456 | 1.445 | 530 | 953 | 930 | 465 |
| Mahasiswa | 333 | 111 | 78 | 235 | 255 | 337 |
| Asing | 119 | 302 | 71 | 55 | 155 | 104 |
| Penelitian | 0 | 0 | 19 | 5 | 12 | 0 |
| Seniman | 0 | 0 | 0 | 9 | 0 | 2 |
| Total | 1.879 | 3.525 | 1.268 | 2.790 | 2.337 | 1.755 |

(Sumber: Arsip Data Kunjungan Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta)

Berdasarkan tabel 1.2 bahwa tingkat kunjungan wisatawan ke rumah kelahiran bung hatta dengan jumlah terbanyak yaitu bulan Februari 2024 tercatat sebanyak 3.525 pengunjung museum, yang disebabkan oleh adanya libur semester di tingkat sekolah dasar, sekolah menengah pertama, dan sekolah menengah atas, dilihat keseluruhan pada bulan Januari ke Febuari mengalami peningkatan sebanyak 1.646, Dari bulan Februari ke bulan Maret, terjadi penurunan jumlah pengunjung sebesar 1.984 orang, yang disebabkan oleh periode bertepatan dengan bulan suci Ramadan. Pada bulan Maret ke bulan April mengalami peningkatan pengunjung sebanyak 1.522 bertepatan dengan cuti bersama Idul Fitri. Maka dapat dikatakan museum Rumah Kelahiran Bung hatta mengalami fluktuatif yang dimana dapat mempengaruhi eksistensi objek wisata di Bukittinggi.

Perkembangan komunikasi di era modern telah menjadi semakin mudah berkat kemajuan teknologi. Awalnya, komunikasi dilakukan secara tatap muka, kemudian berkembang melalui media analog sederhana, dan kini memasuki era komunikasi digital. Sejak tahun 1980, pergeseran dari komunikasi analog ke digital telah berlangsung dan terus berkembang hingga sekarang. Komunikasi digital, yang menggunakan sistem bilangan biner untuk menyampaikan informasi, termasuk contoh seperti internet. Saat ini, teknologi internet terus mengalami pembaruan dan evolusi, memungkinkan komunikasi yang lebih mudah meskipun jarak jauh. Dengan semakin melekatnya internet dalam kehidupan sehari-hari, muncul istilah baru yaitu media baru (*new media*), yang merujuk pada konvergensi teknologi komunikasi digital berbasis komputer dan saluran komunikasi serta informasi yang

terhubung dengan internet. Salah satu bentuk dari media baru yaitu Media sosial. Media sosial adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video dengan orang lain maupun perusahaan. Michael Cross menjelaskan bahwa media sosial mencakup berbagai teknologi yang menghubungkan orang dalam kolaborasi, pertukaran informasi, dan interaksi melalui pesan digital. Dalam penelitian ini, media sosial dipahami sebagai alat komunikasi online yang mempermudah interaksi sosial, memungkinkan pengguna berbagi informasi antara satu sama lain.

Kemunculan platform media sosial seperti Instagram memungkinkan individu untuk berkomunikasi dengan ratusan bahkan ribuan orang. Ini membuka peluang bagi promosi melalui posting foto atau video yang menampilkan objek wisata atau kondisi sebenarnya dari suatu tempat. Hal ini dapat menarik minat konsumen dan memberikan peluang serta tantangan baru bagi sektor pariwisata. Fokus penelitian ini adalah pada tempat wisata Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta.

Dalam observasi awal yang dilakukan penulis pada tanggal 30 April 2024, dengan edukator dan pengelola media penulis memilih akun Instagram museum rumah kelahiran bung hatta sebagai objek yang akan di teliti yaitu @museumbunghatta, akun tersebut berisikan tentang kegiatan serta informasi yang ada di museum rumah kelahiran bung hatta.

Gambar 1.2 Profil Instagram Kelahiran Bung Hatta



Sumber: <https://www.instagram.com/museumbunghatta>,

Berdasarkan gambar 1.2 yang menunjukkan tampilan akun media sosial Instagram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta, terlihat bahwa akun tersebut memiliki 142 unggahan dan 1.946 pengikut. Dari total 142 unggahan tersebut, hanya terdapat 5 unggahan berupa konten video yang mempromosikan koleksi atau benda bersejarah Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta. Sementara itu, 137 unggahan lainnya berisi dokumentasi aktivitas kunjungan wisatawan dan tamu yang datang ke Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta.

Gambar 1.3 Unggahan di Intragram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta



Sumber: <https://www.instagram.com/museumbunghatta>,

Pada gambar 1.3 dapat dilihat postingan yang menunggah foto kunjungan wisatawan ke Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta.

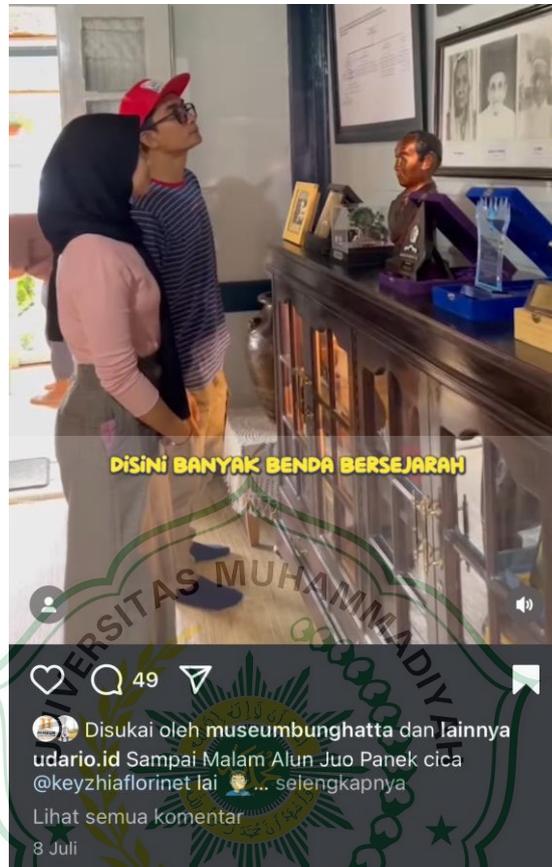
Gambar 1.4 Konten Intragram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta



Sumber: <https://www.instagram.com/reel>.

Seperti yang terlihat pada Gambar 1.4, konten video terakhir yang diunggah di media sosial Instagram @museumbunghatta pada tanggal 23 Juli 2024 membahas mengenai Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta. Video tersebut memberikan informasi terkait lokasi dan alamat lengkap museum, serta menampilkan bagian dalam ruangan di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta.

Gambar 1.5 Konten Intragram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta



Sumber: <https://www.instagram.com/reel>.

Gambar 1.5 menampilkan konten video yang diunggah di media sosial Instagram @museumbunghatta pada tanggal 8 Juli 2024, yang merupakan hasil kolaborasi dengan salah satu influencer media sosial di Sumatera Barat. Konten video ini berfokus pada promosi kunjungan ke Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta, dengan menyoroti nilai historis museum tersebut, khususnya mengenai sejarah masa kecil Bung Hatta. Video ini bertujuan untuk menarik minat publik dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya melestarikan dan memahami warisan sejarah yang terdapat di museum tersebut.

Gambar 1.6 Konten Intragram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta



Sumber: <https://www.instagram.com/reel>

Pada gambar 1.6 menunjukkan konten yang diunggah di media sosial Instagram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta pada tanggal 24 Desember 2023. Konten ini merupakan hasil kolaborasi dengan salah satu influencer di Sumatera Barat yang mempromosikan Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta. Video tersebut menggunakan pendekatan komedi untuk menarik perhatian penonton, dengan tujuan untuk meningkatkan minat dan ketertarikan penonton untuk berkunjung ke Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta.

Gambar 1.7 Konten Intragram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta



Sumber: <https://www.instagram.com/reel>

Gambar 1.7 menampilkan konten video yang diunggah di media sosial Instagram @museumbunghatta pada tanggal 25 Maret 2024. Video ini menjelaskan tentang proses pembangunan Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta. Konten ini mencakup informasi tentang perbaikan kemudian di jadikan musuem untuk mempertahankan keaslian bangunan serta memastikan kelestarian berbagai artefak bersejarah yang ada di dalamnya. Video ini juga bertujuan untuk meningkatkan apresiasi publik terhadap pentingnya pelestarian situs bersejarah ini.

Gambar 1.8 Konten Intragram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta



Sumber: <https://www.instagram.com/reel>.

Gambar 1.8 menampilkan sebuah video yang diunggah di akun Instagram @museumbunghatta pada tanggal 25 Juni 2024. Video ini berupa *vlog*. Melalui video tersebut, penonton memperlihatkan dengan berbagai ruangan dan koleksi yang ada di museum termasuk artefak bersejarah. Tujuan dari konten ini adalah untuk memberikan pengalaman yang mendalam dan menarik, sekaligus meningkatkan minat publik untuk mengunjungi museum secara langsung.

Berdasarkan penjelasan di atas, media sosial Instagram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta cenderung lebih sering mengunggah foto kunjungan

wisatawan dan tamu dibandingkan konten video yang bersifat promosi dan informatif. Selain itu, frekuensi pengunggahan video juga tidak konsisten, dengan jeda waktu yang tidak teratur antara satu video dan video lainnya. Padahal, konten video memiliki potensi untuk meningkatkan minat publik dalam berkunjung, sehingga dapat berkontribusi pada peningkatan jumlah pengunjung ke Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat judul: **“Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Melalui Konten Video Di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah yang penulis dapatkan dari latar belakang ini adalah sebagai berikut :

1. Dari semua unggahan media sosial Instagram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta jumlah konten video yang bersifat promosi dan informatif masih terbatas.
2. Sebagian besar unggahan di akun media sosial Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta berisi foto kunjungan ke museum.
3. Kurang konsistennya waktu pengunggahan konten video di media sosial Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis melakukan pembatasan masalah agar dapat melakukan kajian lebih mendalam sebagai berikut:

1. Membuat konten video yang bersifat promosi dan informatif di media sosial penulis yang dikolaborasikan dengan media sosial Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta.
2. Melihat pengaruh peran konten video terhadap minat kunjungan wisatawan yang di unggah di media sosial penulis yang dikolaborasikan dengan media sosial Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran media sosial Instagram terhadap minat kunjungan wisatawan melalui konten video di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta?
2. Apakah konten video yang akan diunggah meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta?

1.5 Tujuan Masalah

Tujuan penelitian adalah untuk mengkaji pengaruh media sosial terhadap minat kunjungan wisatawan melalui konten video di museum rumah kelahiran bung hatta. Tujuan penelitian ini secara spesifik:

1. Untuk mengetahui peran media sosial instagram terhadap minat kunjungan wisatawan melalui konten video di musuem rumah kelahiran bung hatta
2. Untuk mengetahui konten video yang di unggah dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan di museum rumah kelahiran bung hatta.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

a. Bagi peneliti

Dapat dijadikan bahan masukan sehingga dapat menerapkan perpaduan yang tepat dan sesuai antara praktek dan teoritis yang diterima dibangku kuliah.

b. Bagi Intansi

Bagi pengelola Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta, Penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat dalam upaya meningkatkan jumlah minat kunjungan wisatawan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta dalam upaya meningkatkan jumlah minat kunjungan wisatawan.

3. Manfaat Umum

Bagi penulis lain, penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dalam penelitia-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh media sosial terhadap minat kunjungan wisatawan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

3.1 Kerangka Teoritis

3.1.1 Peran

Secara umum, peran dapat dipahami sebagai aspek dinamis dari posisi atau status seseorang. Menurut Kozier dalam Tindangen (2020) peran adalah serangkaian perilaku yang diharapkan dari seseorang berdasarkan kedudukannya. Peran dipengaruhi oleh kondisi sosial baik dari dalam maupun luar individu dan bersifat relatif stabil. Peran mencerminkan perilaku yang diharapkan dalam situasi sosial tertentu. Sebagai deskripsi sosial tentang individu, peran menjadi signifikan ketika dikaitkan dengan interaksi dengan orang lain, komunitas sosial, atau politik. Peran mencakup kombinasi posisi dan pengaruh dalam menjalankan hak dan kewajiban. (Tindangen, 2020)

Menurut Soerjono soekarno (2002:243) dalam Girsang dan Sipayung (2021) peran adalah menurut para ahli menyatakan bahwa peran merupakan komponen yang bergerak dari posisi atau status seseorang. Ketika seseorang memenuhi hak dan kewajiban yang ada itu berarti mereka sedang menjalankan peran atau melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang harus dipenuhi.

Maka peran adalah aspek dinamis dari posisi atau status seseorang yang mencakup serangkaian perilaku yang diharapkan sesuai dengan kedudukannya. Peran melibatkan pelaksanaan hak dan kewajiban, dipengaruhi oleh kondisi sosial internal dan eksternal, serta bersifat relatif stabil. Sebagai deskripsi sosial, peran menjadi signifikan dalam konteks interaksi dengan orang lain, komunitas sosial, atau politik, dan mencerminkan kombinasi posisi dan pengaruh dalam melaksanakan tanggung jawab sosial.

Adapun jenis-jenis peran menurut Boari (2022) sebagai berikut:

a. Peran Aktif

Peran aktif merujuk pada keterlibatan penuh seseorang dalam tindakan-tindakannya di sebuah organisasi. Keterlibatan ini dapat diukur melalui kehadiran dan kontribusi yang konsisten terhadap organisasi.

b. Peran Partisipasif

Peran partisipasif adalah jenis peran yang dijalankan oleh seseorang berdasarkan kebutuhan atau pada waktu-waktu tertentu saja.

c. Peran Pasif

Peran pasif adalah peran yang tidak diaktifkan oleh individu. Dalam hal ini, peran pasif hanya berfungsi sebagai simbol dalam kondisi-kondisi tertentu dalam masyarakat.

3.1.2 Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Menurut Herdiyani (2022) Media sosial merupakan salah satu media perantara/medium komunikasi bisnis dalam internet yang memberikan penggunanya ruangan untuk merepresentasikan diri, menjadikan tempat bekerja sama, berbagi informasi, serta berkomunikasi dengan pengguna media sosial lainnya sehingga terbentuknya suatu ikatan sosial secara virtual.

Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan berbagai bentuk konten seperti teks, gambar, dan video, serta berkomunikasi dengan orang lain secara online. Melalui media sosial, individu dan organisasi dapat terhubung, membangun jaringan, dan terlibat dalam diskusi atau komunitas berdasarkan minat atau tujuan yang sama. Media sosial juga digunakan untuk mendapatkan berita terbaru, mempromosikan produk dan layanan, serta berbagi informasi dengan audiens yang lebih luas. Fitur interaktif dan kemampuan untuk menghasilkan dan mendistribusikan konten membuat media sosial menjadi alat penting dalam komunikasi dan pemasaran di era digital.

2. Jenis-jenis Media Sosial

Dalam sebuah buku dengan judul Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi (Nasrullah 2017), terdapat beberapa jenis dari media sosial yaitu

a. *Social Networking*

Yaitu sebuah wadah yang dapat dimanfaatkan untuk berinteraksi dalam dunia virtual. Contoh dari *social networking* adalah seperti Instagram dan Facebook.

b. *Blog*

Yaitu salah satu media sosial di mana di dalamnya memberikan pengguna ruang untuk membagikan kegiatan sehari-harinya, saling memberikan pendapat dengan pengguna lain, dan sebagainya.

c. *Microblogging*

Yaitu sebuah media sosial di mana di dalamnya memberikan ruang bagi pengguna untuk mengunggah pesan berupa tulisan dan pendapat. Contoh *microblogging* adalah media sosial Twitter.

d. *Media Sharing*

Yaitu sebuah media sosial di mana di dalamnya memberikan penggunanya ruangan untuk sharing dan menyimpan berbagai macam media seperti gambar/foto, video, audio/rekaman, dan dokumen secara digital. Contohnya ialah YouTube dan *Flickr*.

e. *Social Bookmarking*

Yaitu salah satu media sosial yang memiliki kegunaan untuk menyimpan, mengolah, dan mengeksplor suatu informasi/berita

secara online. Contoh salah satu situs *social bookmarking* yang terkenal adalah *Flipboard*.

f. *Wiki*

Wiki merupakan sebuah media sosial yang mana isi dari media sosialnya merupakan hasil dari perpaduan informasi para pengguna sehingga sewaktu-waktu pengguna *web* dapat mengedit konten/informasi yang telah dipublikasi dalam *Wiki*.

3.1.3 Instragram

A. Pengertian Instagram

Menurut Armayani (2021) Instagram adalah platform media sosial yang berbasis gambar, menyediakan layanan untuk berbagi berbagai jenis foto dan video secara daring. Nama "Instagram" berasal dari gabungan kata "instan," yang menunjukkan kemampuannya untuk menampilkan gambar secara cepat, mirip dengan kamera polaroid yang dikenal sebagai "foto instan," dan "gram," yang diambil dari kata "telegram," yang berarti mengirimkan informasi dengan cepat kepada publik. Dengan kata lain, Instagram menggabungkan konsep instan dan telegram karena kemampuannya untuk menyebarkan gambar dengan cepat.

Sedangkan, menurut Nurul Fahmi (2019) Instagram adalah sebuah aplikasi untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil gambar atau video, menerapkan filter digital, dan membagikannya di berbagai platform jejaring sosial, termasuk di

Instagram itu sendiri. Foto atau video yang diunggah kemudian akan muncul di *feed* pengguna lain yang mengikuti akun kita.

Namun menurut Atmoko Dwi yang dikutip dalam Aryani dan Murtiariyati (2022) Instagram adalah aplikasi untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil gambar, menerapkan filter digital, dan membagikannya di berbagai platform media sosial, termasuk di Instagram itu sendiri. Instagram juga merupakan salah satu media sosial yang dapat dimanfaatkan oleh para pebisnis sebagai alat promosi untuk memasarkan produk atau jasa mereka.

Maka dapat disimpulkan Instagram adalah platform media sosial berbasis gambar yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital, dan membagikannya di berbagai layanan jejaring sosial, termasuk di Instagram sendiri. Nama "Instagram" menggabungkan konsep "instan" dan "telegram," menunjukkan kemampuannya untuk menampilkan dan menyebarkan konten secara cepat. Selain berfungsi sebagai aplikasi berbagi foto dan video, Instagram juga banyak dimanfaatkan oleh pebisnis sebagai media promosi untuk memasarkan produk atau jasa mereka, karena kemampuannya menjangkau audiens secara luas dan efektif.

B. Fitur Instagram

Menurut Armayani (2021) di Instagram, ada berbagai aktivitas yang dapat dilakukan untuk memanfaatkan platform ini

secara efektif, baik untuk pribadi maupun bisnis. Beberapa aktivitas tersebut meliputi:

1. Membuat dan Membagikan Konten:

Mengunggah foto, video, dan Stories untuk berbagi pengalaman, informasi, atau promosi. Konten ini bisa berupa gambar pribadi, produk, layanan, atau konten kreatif lainnya.

2. Menggunakan Fitur Stories:

Menyediakan konten sementara yang hilang dalam 24 jam, memungkinkan berbagi momen sehari-hari secara lebih informal dan interaktif dengan audiens.

3. Mengadakan *Live Streaming*:

Menyiarkan video secara langsung untuk berinteraksi dengan pengikut secara real-time, melakukan sesi tanya jawab, atau menampilkan acara khusus.

4. Menggunakan Fitur Reels:

Membuat video pendek yang kreatif dan menarik, mirip dengan TikTok, untuk menarik perhatian audiens dengan konten yang trendi.

5. Membuat dan Mengelola Profil Bisnis:

Menggunakan akun bisnis untuk mengakses alat analitik, mempromosikan produk atau layanan, dan berinteraksi dengan pelanggan secara lebih profesional.

6. Menjalankan Iklan Berbayar:

Menggunakan Instagram Ada untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menargetkan iklan berdasarkan demografi, minat, dan perilaku pengguna.

7. Berinteraksi dengan Pengikut:

Membalas komentar, pesan langsung, dan berinteraksi melalui fitur seperti polling dan kuis di Stories untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens.

8. Menggunakan Hashtag:

Menambahkan hashtag relevan pada postingan untuk meningkatkan visibilitas dan menjangkau audiens yang lebih luas yang tertarik dengan topik tersebut.

9. Mengikuti dan Bekerjasama dengan Influencer:

Bekerja sama dengan influencer untuk meningkatkan jangkauan dan kredibilitas merek melalui kolaborasi atau endorsement.

10. Melakukan Analisis Kinerja:

Menggunakan alat analitik Instagram untuk melacak kinerja postingan, Stories, dan iklan, serta memahami perilaku dan preferensi audiens.

Dengan memanfaatkan berbagai fitur ini, pengguna dapat memaksimalkan pengalaman mereka di Instagram, baik untuk tujuan pribadi maupun bisnis.

3.1.4 Minat

Minat adalah kecenderungan seseorang terhadap sesuatu terhadap sesuatu atau bisa dikatakan apa yang disukai dan diinginkan oleh seseorang untuk dilakukan (Elendiana, 2020). Sedangkan menurut Ulfah dan Arifudin (2022) Minat dapat didefinisikan sebagai suatu proses kognitif yang melibatkan perhatian dan fokus yang berkelanjutan terhadap objek atau aktivitas tertentu. Proses ini ditandai oleh keterlibatan emosional yang positif, di mana individu merasakan perasaan senang dan kepuasan yang mendalam. Minat mencerminkan keterikatan yang intens dan konsisten terhadap aspek-aspek tertentu, yang memengaruhi motivasi dan perilaku individu dalam mengeksplorasi dan berinteraksi dengan objek minat tersebut. Maka dapat disimpulkan Minat dapat didefinisikan sebagai kecenderungan dan keterikatan yang mendalam terhadap suatu objek atau aktivitas tertentu, yang mencerminkan kesukaan dan keinginan individu untuk terlibat secara aktif. Proses ini melibatkan perhatian dan fokus yang berkelanjutan, disertai dengan keterlibatan emosional positif, seperti perasaan senang dan kepuasan. Minat mempengaruhi motivasi dan perilaku individu dalam mengeksplorasi serta berinteraksi dengan objek yang diminatinya.

3.1.5 Minat Kunjungan

Minat berkunjung dapat diasumsikan sama dengan minat beli, sehingga dapat dikatakan bahwa minat berkunjung merupakan suatu

dorongan dalam diri pengunjung untuk memilih hingga memutuskan berkunjung pada suatu objek (Girsang dan Sipayung 2021). Sedangkan menurut Kristiana, (2022) Minat berkunjung dapat didefinisikan sebagai keinginan atau dorongan individu untuk mengunjungi suatu lokasi atau objek wisata, yang muncul sebelum keputusan akhir untuk melakukan kunjungan tersebut. Proses ini mencakup evaluasi awal dan pertimbangan mengenai daya tarik wisata, serta keterlibatan kognitif dan emosional yang memengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan. Minat berkunjung mencerminkan tahap awal dalam proses pengambilan keputusan wisata, di mana individu menilai potensi pengalaman dan nilai yang ditawarkan oleh destinasi sebelum memutuskan untuk melakukan kunjungan secara nyata. Maka dapat disimpulkan minat kunjungan adalah Minat berkunjung dapat dianggap sebanding dengan minat beli, karena keduanya melibatkan dorongan internal individu untuk membuat keputusan. Minat berkunjung merupakan suatu motivasi awal yang mendorong seseorang untuk mempertimbangkan dan memilih untuk mengunjungi suatu objek atau lokasi wisata. Proses ini melibatkan evaluasi awal serta pertimbangan tentang daya tarik wisata, mencerminkan keterlibatan kognitif dan emosional yang mempengaruhi keputusan akhir untuk melakukan kunjungan. Dengan demikian, minat berkunjung adalah tahap awal dalam proses pengambilan keputusan wisata, di mana individu menilai

potensi pengalaman dan nilai yang ditawarkan sebelum memutuskan untuk berkunjung secara nyata.

3.1.6 Wisatawan

Menurut Girsang dan Sipayung (2021) kata "wisatawan" berasal dari bahasa Sanskerta, di mana "wisata" berarti perjalanan dan "wan" merujuk pada orang yang melakukan perjalanan tersebut. Jadi, wisatawan adalah individu yang melakukan perjalanan ke suatu daerah yang berbeda dari tempat tinggalnya yang biasa. Sedangkan, Menurut Hadi dan Widyaningsih (2020) wisatawan adalah sumber daya yang sangat berharga dan harus diberikan pelayanan yang terbaik. Wisatawan adalah individu yang melakukan perjalanan sementara dengan tujuan untuk menikmati objek wisata dan bersenang-senang, terutama untuk rekreasi dan pemanfaatan waktu luang. Tujuan utama dari perjalanan ini adalah untuk beristirahat, bersantai, dan menyegarkan tubuh serta pikiran setelah aktivitas sehari-hari, atau untuk memenuhi berbagai keinginan pribadi (Anim Jauhariyah, 2021). Maka, Wisatawan adalah individu yang melakukan perjalanan ke lokasi yang berbeda dari tempat tinggalnya untuk menikmati objek wisata dan bersenang-senang, dengan tujuan utama untuk rekreasi, beristirahat, dan menyegarkan tubuh serta pikiran setelah aktivitas sehari-hari. Sebagai sumber daya yang sangat berharga, wisatawan memerlukan pelayanan terbaik.

3.1.7 Kunjungan Wisatawan

Kunjungan wisata adalah aktivitas bepergian ke suatu lokasi atau tempat dengan tujuan untuk menikmati pengalaman, objek, atau atraksi yang ditawarkan oleh destinasi tersebut. Kunjungan ini biasanya dilakukan untuk tujuan rekreasi, pendidikan, atau hiburan, dan melibatkan eksplorasi berbagai aspek dari tempat yang dikunjungi, seperti keindahan alam, budaya lokal, sejarah, atau kegiatan khusus. Selama kunjungan wisata, seseorang dapat terlibat dalam berbagai kegiatan seperti tur, melihat landmark, mengunjungi museum, mencoba kuliner lokal, dan berpartisipasi dalam acara atau festival. Kunjungan wisata bertujuan untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan, serta memberikan kesempatan untuk bersantai, belajar, dan menikmati waktu luang.

Menurut Kim dan Jamal (2020), kunjungan wisata adalah perjalanan yang melibatkan perpindahan fisik dan keberadaan sementara di tempat tujuan dengan tujuan memenuhi kebutuhan rekreasi, sosial, dan budaya. Mereka juga menekankan pentingnya pengalaman interaksi dengan tuan rumah lokal dan komunitas wisata

Kunjungan Wisata Secara umum, kunjungan wisata dapat didefinisikan sebagai perjalanan seseorang atau kelompok orang ke suatu tempat yang berbeda dari tempat tinggal mereka, untuk tujuan rekreasi, liburan, pendidikan, budaya dan bisnis. Pengertian ini mencakup aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan saat mengunjungi

suatu tempat, seperti menginap di akomodasi, berinteraksi dengan budaya lokal, mengunjungi objekwisata, dan berpartisipasi dalam kegiatan yang relevan. Menurut Chon dan Maier (2016), kunjungan wisata didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan motivasi utama untuk memenuhi kebutuhan rekreasi dan hiburan. Mereka menekankan pentingnya pengalaman menyenangkan dan kepuasan pengunjung dalam memahami fenomena wisata. Menurut Mc Kercher dan Du Cros (2019), kunjungan wisata dapat mencakup perjalanan individu atau kelompok untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau kombinasi keduanya. Mereka juga menyoroti peran budaya, lingkungan, dan interaksisosial dalam pengalaman wisata.

3.1.8 Museum

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2015, museum adalah lembaga yang bertugas untuk melindungi, mengembangkan, dan memanfaatkan koleksi, serta menyampaikannya kepada masyarakat. Museum-museum di Indonesia tersebar di seluruh 27 provinsi. Berdasarkan data dari Asosiasi Museum Indonesia (AMI), pada Januari 2016 terdapat 428 museum di Indonesia, dan jumlah tersebut terus diperbarui (Asosiasi Museum Indonesia, 2022). Menurut Menurut Ambrose dan Crispin (1993) dalam Saeroji (2022) museum merupakan bagian dari struktur sosial dalam masyarakat, karena museum digunakan sebagai media untuk memberikan pengetahuan, pendidikan, dan perkembangan kepada masyarakat melalui sistem

komunitas atau publik. Selain itu, museum pada dasarnya berfungsi sebagai alat untuk mengembangkan budaya dan peradaban manusia.

Menurut Kavanagh (2019), museum adalah "institusi-institusi sosial yang diatur oleh kebijakan dan praktik profesional, dengan tugas mengumpulkan, menjaga, mengembangkan, dan memanfaatkan koleksi untuk mempromosikan pemahaman, kesadaran, dan apresiasi publik tentang dunia alami dan budaya yang kita huni." Definisi museum yang dianggap aktual dan resmi ialah definisi yang dipergunakan oleh *International of Museum (ICOM)*, sebuah badan dalam lingkungan *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)*. Definisi ini tertera dalam anggaran dasarnya pasal 11 yang berbunyi sebagai berikut: Museum berarti setiap badan tetap mengenai kumpulan objek-objek dan barang-barang berharga bagi kebudayaan, diusahakan untuk kepentingan umum dengan tujuan untuk memelihara, menyelidiki dan memperbanyak pada umumnya khususnya memamerkan kepada khalayak ramai guna penikmatan dan pendidikan. Meliputi koleksi barang-barang kesenian, sejarah, ilmiah dan teknologi, kebudayaan dan kebun binatang serta aquarium. Selain itu, terdapat 9 fungsi museum yang biasa disebut Nawa Darma (2021) oleh *International Council of Museum (ICOM)* fungsi tersebut sebagai berikut:

- a. Tempat pengumpulan dan pengamanan warisan budaya dan alam.
- b. Tempat dokumentasi dan penelitian ilmiah.

- c. Konservasi dan preservasi.
- d. Media penyebaran dan pemerataan ilmu untuk umum.
- e. Tempat pengenalandan penghayatan kesenian
- f. Visualisasi warisan budaya dan alam.
- g. Media perkenalan budaya antar daerah dan antar bangsa.
- h. Cermin pertumbuhan peradaban umat manusia
- i. Pembangkit rasa bertaqwa dan bersyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa.

Di Indonesia, museum diklasifikasikan menjadi beberapa jenis klasifikasi, yaitu jenis museum berdasarkan status penyelenggaranya, jenis berdasarkan koleksi yang dimiliki dan jenis berdasarkan kedudukannya. Jenis museum berdasarkan status penyelenggaranya diklasifikasikan menjadi museum swasta dan museum pemerintah.

Jenis museum berdasarkan koleksi yang dimiliki, terdiri dari 2 jenis museum, yakni:

- a. Museum umum

Museum umum adalah museum yang memiliki koleksi dari berbagai cabang ilmu antara lain, ilmu pengetahuan alam, sosial dan ilmu-ilmu lainnya. Selain itu, yang disebut museum umum adalah museum yang memiliki berbagai jenis koleksi dari berbagai kurun waktu dan lokasi. Contoh museum umum adalah museum nasional dan museum-museum negeri provinsi.

- b. Museum Khusus

Museum khusus adalah museum yang memiliki koleksi dari satu cabang ilmu pengetahuan atau memiliki satu jenis koleksi saja, antara lain museum satu cabang ilmu pengetahuan, Museum Biologi, Museum Geologi, Museum *Zoology*, Museum *Ethography*, Seni (*Art Gallery*), Museum Sejarah, Museum Kebudayaan (*Antropologie*), Museum Kriminal, Museum Pahlawan (*Memorial Museum*), museum yang memiliki satu jenis koleksi seperti Museum Kereta Api, Museum Wayang dan sebagainya.

3.1.9 Pembuatan Video

Menurut Sya'dian dan Purba (2021) dalam pembuatan video terdapat beberapa tahap yaitu sebagai berikut:

1. Konseptualisasi:
 - a. Penetapan tujuan: Menentukan tujuan spesifik dari video, apakah untuk edukasi, promosi, atau dokumentasi koleksi.
 - b. Target audiens: Mengidentifikasi kelompok sasaran yang ingin dicapai, seperti pelajar, wisatawan, atau peneliti.
 - c. Tema dan narasi: Mengembangkan tema yang menarik dan relevan dengan koleksi museum, serta merancang narasi yang jelas dan mudah dipahami.
2. Perencanaan:
 - a. Storyboard: Membuat storyboard atau skrip visual untuk menggambarkan alur cerita dan adegan-adegan yang akan diambil.

- b. Pengumpulan bahan: Mengumpulkan semua bahan yang diperlukan, seperti artefak, dokumen, dan gambar pendukung.
 - c. Perizinan: Memastikan adanya izin dari pihak museum untuk merekam di lokasi dan menggunakan koleksi mereka.
3. Produksi:
- a. Pengambilan gambar: Melakukan pengambilan gambar dengan kualitas tinggi, baik menggunakan kamera profesional maupun perangkat seluler.
 - b. Wawancara: Melakukan wawancara dengan kurator, ahli sejarah, atau pengunjung untuk mendapatkan perspektif yang lebih dalam.
 - c. Rekonstruksi: Jika diperlukan, melakukan rekonstruksi adegan sejarah atau eksperimen untuk memperkaya visual.
 - d. Musik dan efek suara: Memilih musik latar dan efek suara yang sesuai dengan suasana dan tema video.
4. Pascaproduksi:
- a. Editing: Mengedit video mentah menjadi sebuah cerita yang koheren dan menarik.
 - b. Penambahan efek visual: Menambahkan efek visual, animasi, atau teks untuk memperjelas informasi dan meningkatkan daya tarik.
 - c. Penambahan musik dan suara: Menambahkan musik latar dan efek suara yang telah dipilih.

- d. Color grading: Melakukan penyesuaian warna untuk mendapatkan tampilan yang konsisten dan estetis.
5. Distribusi:
 - a. Platform: Memilih platform distribusi yang sesuai, seperti YouTube, media sosial, atau website museum.
 - b. Promosi: Melakukan promosi video melalui berbagai saluran untuk menjangkau target audiens.
 6. Tantangan dan Pertimbangan
 - a. Aksesibilitas koleksi: Tidak semua koleksi museum dapat dengan mudah dipindahkan atau direkam.
 - b. Keterbatasan waktu dan anggaran: Proses pembuatan video membutuhkan waktu dan biaya yang cukup besar.
 - c. Hak cipta: Perlu memperhatikan hak cipta atas musik, gambar, dan materi lainnya yang digunakan.
 - d. Bahasa visual: Menggunakan bahasa visual yang mudah dipahami oleh berbagai kalangan.

3.2 Kerangka Konseptual

Penulis mengacu pada Armayani, (2021) yang terdiri dari 10 aktivitas instagram, akan tetapi penulis menggunakan 5 aktivitas yaitu pembuatan konten yang di unggah melalui fitur reels sebagai fasilitas utama dan fitur stories sebagai fasilitas ke pendukung serta berinteraksi dengan penonton di di kolom komentar dan menggunakan hastag relevan dengan konten terkait. Karena kelima fitur ini sesuai dengan tujuan penelitain yaitu

meningkatkan minat melalui konten video. Dengan menggunakan reels dan stories, museum dapat secara efektif memberikan informasi seputar koleksi museum dan kolom komentar sebagai sarana tanya jawab untuk menanggapi umpan balik dan membangun hubungan dengan penonton dan lima aktivitas lainnya seperti live streaming dan pengelolaan profil bisnis tidak berkaitan dengan identifikasi masalah yang di angkat penulis dalam penelitian ini dan batasan masalah.

Tabel 2.1 Kerangka Konseptual



3.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

| No | Judul Penelitian | Penulis | Hasil |
|----|--|--|---|
| 1 | Peran Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun (Pasca Pandemi Covid-19) | Dameria Girsang dan Nova Lusnia Sipayung | Peran Instagram dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung melibatkan penyampaian informasi dan promosi melalui fitur seperti story, snapgram, dan live, meskipun saat ini penggunaan Instagram terbatas pada media massa. Namun, terdapat beberapa kendala, baik internal maupun eksternal, seperti gangguan jaringan internet, keberadaan hacker dan akun palsu, serta kurangnya aktivitas pengelola dalam mengelola spot-spot foto terbaru. Untuk meningkatkan minat kunjungan, Instagram perlu lebih inovatif dan kreatif dengan memperbarui konten secara teratur dan menyediakan berbagai spot foto unik yang dapat menjadi viral. |
| 2 | Efektivitas Instagram dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta | Ani Wijayanti | Dinas Pariwisata D.I.Y menganggap Instagram sebagai media promosi yang paling efektif dan efisien dibandingkan dengan platform lain, karena fitur dan fasilitas komunikasinya yang lengkap. Instagram berhasil menjangkau pasar yang luas dengan jumlah follower yang tinggi, dan kualitas Instagram memiliki pengaruh signifikan |

| | | | |
|---|---|---|--|
| | | | terhadap minat kunjungan wisatawan. Kemampuan wisatawan untuk mengakses Instagram, yang dipengaruhi oleh ketersediaan perangkat dan kuota, tidak terlalu dominan, karena Dinas Pariwisata D.I.Y menyediakan fasilitas publik seperti wifi gratis untuk mendukung aksesibilitas. |
| 3 | Konten Instagram Sebagai Media Promosi Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pasca Pandemi | Ni Wayan Nandaryani1, Ngurah Adhi Santosa | Perancangan konten Instagram untuk promosi Desa Tenganan Dauh Tukad sangat penting untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Konten tersebut meliputi foto profil, feed, dan story yang menampilkan foto kegiatan dan caption informatif untuk menarik minat wisatawan. Desain konten mengusung konsep klasik tradisional dengan penggunaan unsur-unsur desain seperti ilustrasi, warna, tipografi, dan teks. |
| 4 | Media Sosial Instagram Dan Website Terhadap Minat Kunjung Wisatawan | Cahyono Aji, Roos Kities Andadari | penggunaan media sosial Instagram dan juga penggunaan website berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan. Ketersediaan informasi yang mudah diakses oleh responden melalui media sosial instagram dan website menyebabkan peningkatan dalam minat berkunjung ke Malioboro. Dinas pariwisata perlu terus memanfaatkan dan meningkatkan kemasn informasi melalui instagram dan website dalam menginformasikan |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | <p>destinasi wisata Malioboro Bagi orang yang menginap di hotel atau tempat penginapan di sekitar jalan Malioboro pasti akan beberapa kali mengunjungi Malioboro untuk berbagai keperluan.</p> |
|--|--|--|--|

Dari tabel 2.2 penelitian terdahulu di atas ada persamaan dan perbedaan dari penelitian penulis dan penelitian terdahulu, persamaannya sama sama menggunakan media sosial untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan adapun perbedaannya di penelitian ini menggunakan fitur instagram video untuk meningkatkan minat kunjungan dan mempermudah akses informasi dari museum berupa konten video.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini tergolong penelitian kualitatif Tindakan. Menurut Sugiyono (2019) metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Sedangkan menurut supardi

3.2 Setting Tindakan

1. Perancangan

Dalam observasi awal, penulis mengidentifikasi pemanfaatan media sosial Instagram yang kurang optimal pada akun Instagram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta. Hal ini menunjukkan perlunya inovasi dalam pembuatan konten, khususnya dengan memanfaatkan fitur Instagram Reels. Untuk mengeksplorasi masalah ini lebih lanjut, penulis mengidentifikasi permasalahan ini dengan melakukan wawancara dengan informan di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta.

2. Pelaksanaan

Dalam pelaksanaannya, penulis akan menyusun narasi untuk video dan melakukan pengambilan bahan video di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta. Konten yang dihasilkan dari kegiatan ini akan diunggah ke akun media sosial Instagram penulis yang akan dikolaborasikan dengan akun Instagram resmi Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta

3. Evaluasi

Evaluasi hasil dari dua poin di atas menunjukkan potensi keuntungan dan tantangan signifikan. Pertama, penggunaan fitur Instagram Reels dalam pembuatan konten video dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas promosi karena format video pendek yang kreatif dan informatif memiliki kecenderungan untuk menarik perhatian lebih banyak audiens dan menghasilkan engagement yang lebih tinggi. Namun, keberhasilan strategi ini sangat bergantung pada kualitas narasi dan visual yang disajikan, serta kreativitas dalam penggunaan fitur tersebut. Kedua, kolaborasi antara akun Instagram pribadi penulis dan akun resmi Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta menawarkan kesempatan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas konten, tetapi juga memerlukan koordinasi yang cermat untuk memastikan konsistensi pesan dan pengelolaan akun yang efektif. Keseluruhan, meskipun ada potensi untuk peningkatan paparan dan interaksi, tantangan seperti manajemen waktu, kualitas konten, dan sinkronisasi antara kedua akun harus diatasi untuk mencapai hasil yang optimal.

3.3 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah museum Rumah Kelahiran Bung Hatta yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta No.37, Campago Ipuh, Kecamatan Mandiangin Koto Selayan, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat 26137.

3.4 Informan Penelitian

Menurut Anisah (2021) Informan penelitian adalah individu atau kelompok yang memberikan informasi atau data yang relevan dalam suatu penelitian, informan dapat berasal dari berbagai latar belakang dan memiliki pengetahuan yang mendalam tentang topik yang diangkat.

Informan penelitian dapat memberikan informasi melalui berbagai cara, seperti wawancara, diskusi kelompok, atau kuesioner, dan peran mereka sangat penting dalam memperoleh data yang mendalam dan akurat. Pemilihan informan yang tepat dan relevan sangat krusial untuk memastikan bahwa hasil penelitian mencerminkan realitas dan memenuhi tujuan penelitian. Pada penelitian ini informan yang terlibat sebagai berikut:

Tabel 3.1 Daftar Nama Informasi

| No | Nama | Jabatan |
|----|----------------------|-----------------|
| 1 | Yosi Rumi Yuli, S.Pd | Edukator |
| 2 | Vinny Marlinda | Pengelola Media |
| 3 | Imrizal | Kerumahtanggan |

Sumber: Olahan penulis (2023)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Berikut Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penelitian:

1. Observasi

Sugiyono (2018) Jelaskan bahwa, dibandingkan metode pengumpulan data lainnya, observasi menawarkan beberapa keunggulan. Bukan hanya manusia dan unsur alam lainnya saja yang diamati. Penulis mempelajari analisis isi video di Bukittinggi, kampung halaman Bung

Hatta, dan melakukan penelitian langsung terhadap objek-objek yang berkaitan dengan melihat dan mengamati. Suasana museum Bukittinggi, kampung halaman Bung Hatta, menjadi salah satu objek yang ditelitinya, karena semua pengunjung tidak terlepas dari pengamatannya. tindakan penulis.

2. Wawancara

Estern beg dalam Sugiyono (2018) Dalam sebuah wawancara, dua individu bertemu untuk bertukar pikiran atau informasi melalui sesi tanya jawab, dengan tujuan memusatkan diskusi pada topik tertentu serta memahami pentingnya topik tersebut. Museum Rumah Bung Hatta di Bukittinggi memanfaatkan teknologi untuk menganalisis informasi dari video. Wawancara ini bersifat tidak terstruktur, di mana peneliti menyiapkan semua pertanyaan terlebih dahulu, lalu membiarkan peserta menjelaskan jawabannya secara bebas. Di Museum Rumah Bung Hatta, Bukittinggi, penulis melakukan wawancara dengan pihak manajemen.

3. Dokumentasi

Sugiyono (2019) Catatan tertulis atau foto tentang peristiwa sejarah atau upaya kreatif seseorang adalah contoh dokumen. Foto-foto dari Museum Tempat Kelahiran Bung Hatta di Bukittinggi, serta rekaman audio wawancara dengan manajemen, staf dan wisatawan, menjadi dokumentasi utama dalam penelitian ini. Wawancara tertulis memberikan informasi tambahan.

4. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur- literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

3.6 Sumber Data Penelitian

Pada penelitian yang akan penulis lakukan ini, jenis data yang akan penulis gunakan bersumber dari data primer dan data sekunder, yaitu:

1. Data Primer

Sugiyono (2018) Sumber data primer adalah sumber yang memberikan akses langsung kepada pengumpul data. Sumber atau lokasi awal terjadinya unsur penelitian adalah tempat peneliti mengumpulkan data secara pribadi. Untuk mengumpulkan data primer penelitian, penulis melakukan wawancara dengan informan mengenai topik penelitian. Pengurus dan staf Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta di Bukittinggi ikut serta dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Sugiyono (2018) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini adalah dokumen yang terdapat pada Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta Bukittinggi seperti dokumen yang terdapat pada Museum seperti dokumen yang pada buku-buku menu dan dokumen penting lainnya. Sumber data sekunder dalam penelitian ini

adalah dokumen yang terdapat pada Rumah Kelahiran Bung Hatta Bukittinggi seperti dokumen penting.

3.7 Intrument Penelitian

Instrumen pengumpulan data atau informasi penelitian dikenal dengan istilah instrumen penelitian, menurut Sanjaya (2011:84). Penulis menggunakan peralatan penelitian dalam penelitian ini, melakukan observasi dan mencatat. Saat melakukan wawancara, peneliti menggunakan kamera sebagai alat pengumpulan data. Apabila menggunakan kamera saat wawancara, informan harus memberikan izin terlebih dahulu. Penulis mencatat data dengan membuat catatan pada saat wawancara tatap muka.

Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

| Indikator | Sub indikator |
|------------------------|--|
| Media sosial instagram | Membuat dan membagikan konten |
| | Menggunakan fitur stories |
| | Menggunakan fitur reels |
| | Berinteraksi dengan penonton di Kolom Komentar |
| | Menggunakan hastag yang relevan |

Sumber: Armayani (2021)

3.8 Sumber Data Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) Proses analisis data dalam penelitian kualitatif melibatkan pengumpulan data selama dan setelah jangka waktu tertentu. Unsur internal analisis data antara lain sebagai berikut:

1. Reduksi data

Menurut Sugiyono (2018) Reduksi data meliputi peringkasan, pemilihan informasi yang paling bermakna, pemfokusan pada rincian yang relevan dengan pertanyaan penelitian, mencari tema dan pola, dan

pada akhirnya menghasilkan gambaran yang lebih jelas sehingga memudahkan pengumpulan data lebih banyak.

2. Penyajian data

Penyajian data dilakukan selanjutnya, setelah reduksi data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, antara lain tabel, grafik, diagram alur, piktograf, dan lainnya. Dimungkinkan untuk mengatur dan mengurutkan data dalam pola relasional, menampilkan data ini, memfasilitasi pemahaman.

3. Kesimpulan

Menurut Sugiyono (2018) Meskipun telah disebutkan bahwa permasalahan dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian lapangan dilakukan, namun hasil yang digali dari penelitian ini mungkin dapat atau tidak menjawab rumusan masalah yang dibuat di awal.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Profil Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta

4.1.1 Profil Tempat Penelitian

1. Lokasi dan Sejarah

Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta terletak di Kota Bukittinggi, Sumatera Barat, Indonesia. Rumah ini adalah tempat kelahiran Mohammad Hatta, salah satu tokoh penting dalam sejarah Indonesia sebagai proklamator kemerdekaan dan wakil presiden pertama Republik Indonesia. Rumah ini berfungsi sebagai museum untuk menghormati dan mengingat jasa-jasa Bung Hatta serta memberikan wawasan kepada pengunjung mengenai kehidupan dan perjuangannya.

2. Sejarah Bangunan

Bangunan yang sekarang menjadi Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta adalah rumah adat Minangkabau yang masih asli. Rumah ini dibangun pada awal abad ke-20 dan mempertahankan arsitektur tradisional Minangkabau dengan atap berbentuk gonjong yang khas. Setelah dipilih sebagai situs museum, rumah ini telah mengalami restorasi untuk memastikan keasliannya dan memfasilitasi fungsi barunya sebagai tempat pameran.

3. Koleksi dan Pameran

Museum ini menyimpan berbagai koleksi yang berkaitan dengan kehidupan Bung Hatta. Koleksi tersebut termasuk foto-foto lama, dokumen-dokumen sejarah, dan barang-barang pribadi Bung Hatta seperti pakaian, alat tulis, dan hadiah-hadiah. Pameran ini tidak hanya menampilkan aspek kehidupan pribadi Bung Hatta tetapi juga berfokus ada peranannya dalam perjuangan kemerdekaan Indonesia dan kontribusinya sebagai wakil presiden.

4. Ruang Pameran

Museum ini terdiri dari beberapa ruang pameran yang dirancang untuk memberikan pengalaman yang mendalam bagi pengunjung. Setiap ruang dirancang untuk menggambarkan periode-periode penting dalam kehidupan Bung Hatta. Beberapa ruang menampilkan diorama yang merekonstruksi momen-momen penting dalam sejarah Indonesia, sementara ruang lainnya menyajikan pameran interaktif dan multimedia yang membuat sejarah lebih hidup.

5. Edukasi dan Program

Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta tidak hanya berfungsi sebagai tempat pameran, tetapi juga sebagai pusat edukasi. Museum ini menyelenggarakan berbagai program edukasi untuk sekolah-sekolah dan komunitas lokal, termasuk tur berpemandu, seminar, dan workshop. Program-program ini dirancang untuk mendidik pengunjung tentang

sejarah kemerdekaan Indonesia dan filosofi Bung Hatta mengenai nasionalisme dan demokrasi.

6. Arsitektur dan Interior

Arsitektur rumah ini mencerminkan gaya rumah adat Minangkabau dengan ciri khas atap gonjong yang melengkung ke atas, serta dinding dan lantai yang terbuat dari bahan lokal. Interior rumah ini tetap mempertahankan nuansa tradisional dengan perabotan kuno dan dekorasi yang memberikan gambaran tentang kehidupan sehari-hari pada masa Bung Hatta. Desain interior ini juga membantu menciptakan suasana yang autentik dan mendukung pengalaman pengunjung.

7. Konservasi dan Restorasi

Sebagai bagian dari upaya untuk menjaga keaslian dan integritas bangunan, museum ini telah melalui berbagai tahap konservasi dan restorasi. Restorasi ini dilakukan untuk memperbaiki kerusakan akibat usia dan memastikan bahwa struktur serta elemen-elemen arsitektural tetap dalam kondisi baik. Proses ini melibatkan para ahli konservasi yang bekerja dengan cermat untuk memelihara nilai historis dan budaya rumah tersebut.

8. Peran Sosial dan Budaya

Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta berperan penting dalam menjaga dan mempromosikan warisan budaya dan sejarah Indonesia. Selain menjadi tempat penghormatan bagi Bung Hatta, museum ini juga berfungsi sebagai ruang publik untuk meningkatkan kesadaran tentang

4.1.3 Fasilitas

1. Tiket Masuk

Museum ini tidak dikenakan biaya masuk atau gratis untuk umum, akan tetapi selesai berkunjung ke museum wisatawan melakukan pengisian buku tamu dan pemindaian *barcode* untuk memberi pesan dan kesan.

2. Jam Operasional

Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta terbuka untuk umum setiap hari dari pukul 08.00–17.00 WIB kecuali hari libur nasional. Fasilitas yang disediakan termasuk pemandu wisata berpengalaman, fasilitas ramah pengunjung seperti area parkir, dan aksesibilitas bagi pengunjung dengan kebutuhan khusus. Lokasi museum yang strategis di Bukittinggi memudahkan pengunjung untuk mengaksesnya, baik dari dalam kota maupun luar kota.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Hasil Wawancara

Setelah melaksanakan sesi wawancara, penulis mengajukan 8 pertanyaan kepada tiga informan. Meskipun penulis melakukan tanya jawab langsung dengan ketiga informan tersebut, ibu Yosi menunjukkan tingkat interaktivitas yang paling tinggi dalam memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

Tujuan utama dari strategi media sosial museum adalah untuk meningkatkan keterhubungan dengan masyarakat, khususnya generasi muda, dengan mengubah persepsi museum dari sekadar tempat

penyimpanan artefak menjadi pusat edukasi dan hiburan yang relevan. Melalui platform media sosial Instagram, museum berusaha untuk menyajikan informasi secara visual, mendalam, dan kreatif, sambil mengembangkan interaksi aktif dengan pengikut melalui konten menarik, dan kolaborasi dengan *influencer*. Tantangan utama yang dihadapi meliputi menjaga konsistensi konten dan mengikuti tren terbaru. Evaluasi keberhasilan dilakukan melalui pertumbuhan jumlah pengikut dampak terhadap kunjungan insight instagram dengan tujuan akhir meningkatkan jumlah pengunjung fisik ke museum.

Keberhasilan diukur melalui pertumbuhan jumlah *followers*, tingkat *engagement* dan peningkatan jumlah pengunjung museum. Media sosial terbukti efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membuat museum lebih menarik. Saran yang diberikan informan untuk strategi media sosial mencakup penetapan tujuan yang jelas, pembuatan konten yang konsisten dan menarik.

4.2.2 Pembuatan Video Pada Media Sosial Instagram

A. Membuat dan Membagikan Konten

Pada tanggal 15 Juli 2024, penulis melakukan observasi awal sekaligus pengumpulan bahan untuk konten. Pembuatan konten video merupakan upaya meningkatkan minat kunjungan dalam bentuk media kreatif melalui media sosial instagram proses pembuatan:

1. Penentuan konsep
 - a. Penetapan tujuan

spesifik dari video yang di buat penulis bertujuan promosi, edukasi atau dokumentasi koleksi. Dalam penelitian ini penulis membuat konten video yang berisi dokumentasi koleksi dan beberapa penjelasan tentang ruangan.

Gambar 4.2 Dokumentasi Koleksi Foto



Sumber: Olahan Penulis (2024)

Pada gambar 4.2 adalah foto dokumentasi koleksi yang diambil penulis di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta.

Gambar 4.3 Ruang Belajar Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta



Sumber: Olahan Penulis (2024)

Pada gambar 4.3 adalah dokumentasi ruangan belajar Bung Hatta yang diambil penulis di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta.

b. Target penonton

Target pembuatan video ini di tujuan untuk seluruh kalangan pengguna media sosial instagram karena konten video ini mudah akses di mana saja melalui akun istagram di @museumbunghatta.

c. Tema dan narasi

Penulis mengembangkan tema konten video yang sesuai dengan koleksi musuem serta merancang narasi yang mudah di pahami oleh semua kalang pengguna media sosial instagram. Tema dari video konten yang penulis buat seputar fakta unik tentang kehidupan masa kecil Bung Hatta di rumah kelahiranya.

Berikut adalah narasi konten video yang dibuat penulis:

*“Hatta kecil pernah diikat dipohon ini.
1860-an rumah ini berdiri kokoh di kota yang disebut Fort De Kock.
Selang waktu 1 abad lamanya, rumah ini runtuh termakan usia.
Namun 1994 rumah ini dibangun ulang atas gagasan ketua Yayasan Pendidikan Bung Hatta demi mengenang masa kecil sang proklamator.
Dirumah ini ia tinggal Bersama kakek haji ilyas baginda marah dengan nama sapaan pak geak serta nenek, ibu dan saudaranya.
namun sang ayah meninggal ketika hatta kecil berumur 8 bulan.
Dikamar kelahirannya, persalinan hatta dibantu oleh paraji dalam istilah jawa atau dukun beranak dan bersuku jambak.
Dari jendela ruamh belajar ini terlihat megah gunung Merapi dan singgalang dan pohon ini menjadi saksi diikatnya Bung Hatta oleh kakeknya atas kenakalannya di masa kecil.*

2. Perencanaan

a. Skrip Visual

Penulis membuat skrip visual untuk menggambarkan alur cerita apa saja, serta dimana saja yang mau di jadikan ke dalam konten video yang akan di buat. Dimulai dari pintu masuk, berkeliling melihat koleksi dan masuk kedalam ruangan yang telah disesuaikan dengan narisi yang telah dibuat oleh penulis .

b. Pengumpulan Bahan

Penulis mengumpulkan semua bahan yang di perlukan untuk membuat konten video seperti narasi, dokumentasi dan gambar pendukung.

Gambar 4.4 Dokumentasi Pendukung untuk Konten Video



Sumber: Olahan Penulis (2024)

Gambar 4.5 Dokumentasi Pendukung untuk Konten Video



Sumber: Olahan Penulis (2024)

c. Perizinan

Penulis telah mendapatkan izin dari pihak museum untuk merekam di lokasi dan koleksi museum dan perizinan dari pengelola media pihak museum untuk mengunggah konten video di media sosial instagram @musuembunghatta.

3. Produksi

a. Pengambilan Gambar

Penulis melakukan pengambilan gambar dan video pada tanggal 15 Juli 2024 dengan kualitas tinggi yang sesuai dengan standar instagram menggunakan perangkat seluler yang mempuni.

b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan pengelola museum yaitu educator dan pengelola akun media Instagram Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta sebagai bahan narasi dan mendapatkan perspektif lebih dalam tentang museum itu sendiri.

c. Musik dan Suara

Penulis memilih musik latar belakang yang sesuai dengan suasana museum dan mengisi suara untuk menjelaskan narasi agar lebih mudah di pahami. Penulis menggunakan musik latar belakang yang berjudul “Diam” karya Payung Teduh dan narasi di isi oleh penulis sendiri.

4. Pascaproduksi

a. Editing

Penulis mengedit video mentah menjadi sebuah cerita yang beralur melalui aplikasi pengeditan video di aplikasi *Cap Cut*. Proses penggabungan mentahan video yang di sesuaikan dengan alur video yang sudah di rancang. Mentahan video yang berjumlah 40 video berdurasi singkat menjadi konten video berdurasi 1 menit yang dapat dilihat di gambar 4.

Gambar 4.6 Mentahan Video Berdurasi Singkat



Sumber: Olahan Penulis (2024)

5. Distribusi

a. Platform

Dalam penelitian ini penulis memilih platform digital yaitu sosial media instagram. Setelah di unggah penulis akan memanfaatkan fitur yang ada di instagram untuk menjangkau penonton yang lebih luas.

Pembuatan konten video di museum merupakan proses yang kompleks namun bermanfaat. Dengan perencanaan yang matang dan kreativitas, video konten dapat menjadi alat untuk menjadikan museum lebih dekat ke seluruh kalangan masyarakat melalui media

sosial instagram untuk meningkatkan minat kunjungan ke museum rumah kelahiran bung hatta.

B. Menggunakan Fitur Stories

Setelah membuat dan membagikan konten video penulis menggunakan fasilitas pendukung yaitu fitur stories, untuk memberitahukan pengikut bahwa konten telah di unggah.

Gambar 4.7 Penggunaan Fitur Stories

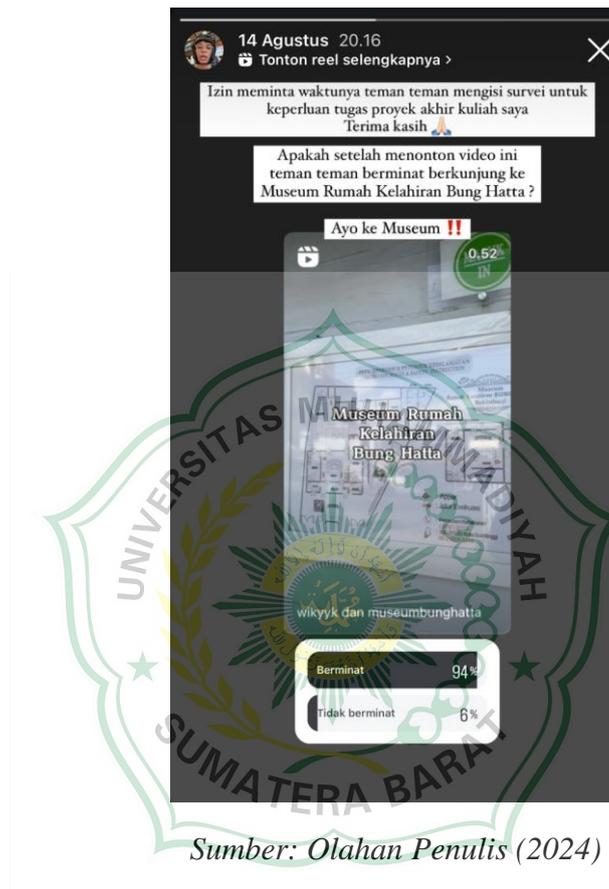


Sumber: Olahan Penulis (2024)

Gambar 4.7 adalah konten video yang dipromosikan melalui fitur stories di media sosial Instagram. Selain itu penulis menggunakan fitur Instagram untuk melakukan survei minat kunjungan pada pengikut di

media sosial Instagram yang dimana survei dilakukan setelah pengikut melihat konten video yang dapat dilihat pada gambar 4.8.

Gambar 4.8 Survei Minat Pengunjung Melalui Fitur Stories



Sumber: Olahan Penulis (2024)

C. Menggunakan Fitur Reels

Tahap selanjutnya penulis menggunakan fitur reels untuk menjangkau penonton yang lebih luas dengan tujuan video konten yang diunggah tidak hanya dilihat oleh pengikut saja tetapi seluruh pengguna media sosial Instagram yang dapat dilihat pada gambar 4.9.

Gambar 4.9 Pengunggahan Konten Video Menggunakan Fitur

Reels



Sumber: Olahan Penulis (2024)

D. Berinteraksi dengan Penonton di Kolom Komentar

Dengan adanya fitur kolom komentar memudahkan penulis berinteraksi secara langsung melalui balasan komentar serta berbalas komentar dan penulis bisa melihat reaksi penonton setelah menonton konten video yang di unggah yang dapat dilihat pada gambar.

Gambar 4.10 Interaksi Penulis Dengan Penonton

Melalui Fitur Komentar



Sumber: Olahan Penulis (2024)

E. Menggunakan Hastag yang Relevan

Hastag membantu konten video yang dibuat penulis menjangkau lebih luas lagi penonton yang mencari kata yang sama dengan konten video yang dibuat oleh penulis yang dapat dilihat pada gambar 4.10.

Gambar 4.11 Penggunaan Fitur Hastag



Sumber: Olahan Penulis (2024)

4.2.3 Hasil Pembuatan

Video yang diproduksi bertujuan untuk memberikan penjelasan komprehensif mengenai kehidupan masa kecil Bung Hatta di rumah kelahirannya. Materi dalam video ini mencakup deskripsi rinci tentang lingkungan dan kondisi sosial yang memengaruhi perkembangan awal Bung Hatta. Dengan mengungkapkan aspek-aspek historis dan biografis dari rumah kelahiran tersebut, video ini berusaha untuk menggambarkan secara akurat konteks kehidupan awal Bung Hatta yang menjadi latar belakang penting dalam perjalanan hidupnya.

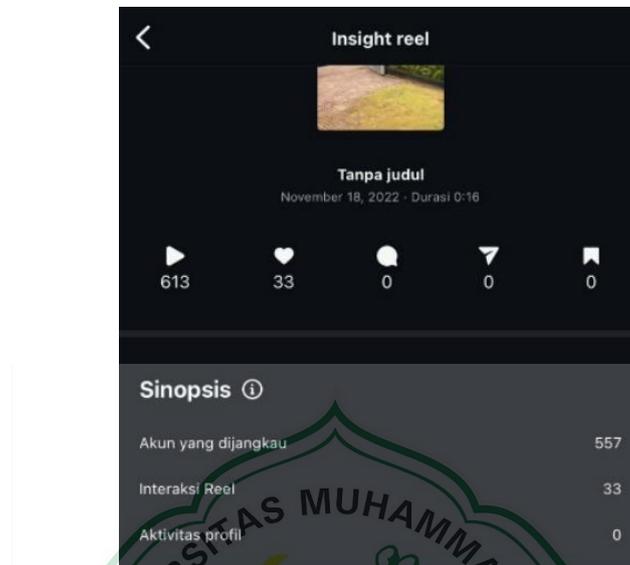
Selain itu, video tersebut juga menyajikan informasi mengenai berbagai ruangan yang terdapat di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta.

Penjelasan ini meliputi fungsi, desain, dan kekayaan historis dari setiap ruangan, yang memberikan wawasan mendalam mengenai bagaimana museum tersebut menyajikan dan melestarikan warisan budaya Bung Hatta. Dengan memanfaatkan media visual, video ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan minat pengunjung terhadap museum, serta mengedukasi publik tentang nilai sejarah dan budaya yang terkandung di dalamnya.

4.2.4 Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Melalui Konten Video Di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta

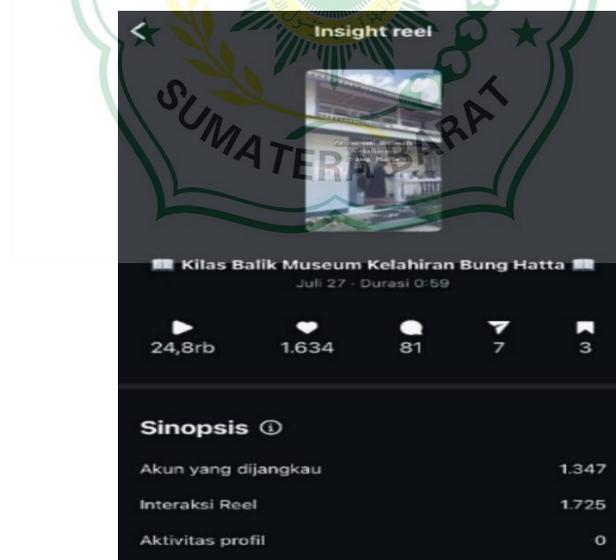
Setelah penulis menyelesaikan pembuatan video konten, penulis mengikuti kerangka konseptual dengan mengunggah video tersebut pada fitur Reels, kemudian membagikannya melalui Stories. Penulis juga memantau dan menanggapi komentar yang diterima sebagai bentuk interaksi dengan penonton

Gambar 4.12 Insight reels Postingan asli Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta



Sumber: <https://www.instagram.com/museumbunghatta>,

Gambar 4.13 Insight reels Konten



Sumber: <https://www.instagram.com/museumbunghatta>,

Setelah melakukan unggahan pada tanggal 27 juli 2024 video yang dirancang dengan tujuan strategis untuk menarik penonton, terlihat pada gambar 4.13 terdapat peningkatan yang signifikan dalam menarik

keterlibatan. Video terbaru menghasilkan 24.800 tayangan, disertai dengan 1.634 like, 81 komentar, 7 kali pembagian, dan 3 simpanan. Peningkatan ini mencerminkan hasil yang substansial dibandingkan dengan konten sebelumnya yang hanya mencapai 613 tayangan, 33 like, tanpa komentar, dan tidak ada pembagian maupun simpanan yang dapat di lihat pada gambar 4.12.

Peningkatan angka tayangan dan keterlibatan ini menunjukkan perubahan positif dalam dampak video terhadap penonton. Sebelumnya, dapat dilihat pada gambar 4.12 konten yang diunggah hanya menghasilkan 613 tayangan dan interaksi yang terbatas, sedangkan video terbaru menunjukkan performa yang jauh lebih baik dalam hal keterlibatan pengguna. Peningkatan jumlah tayangan yang signifikan menunjukkan bahwa video terbaru berhasil menarik perhatian lebih banyak individu.

Gambar 4.14 Jumlah Pengikut Sebelum Pengunggahan Konten



Sumber: Olahan Penulis (2024)

Gambar 4.15 Jumlah Pengikut Setelah Pengunggahan Konten



Sumber: Olahan Penulis (2024)

Dalam konteks analisis dampak terhadap jumlah pengikut, terdapat pula perubahan yang signifikan. Sebelum unggahan video terbaru, jumlah pengikut adalah 1.946 yang dapat dilihat pada gambar 4.14. Namun, setelah video tersebut diunggah, jumlah pengikut meningkat secara substansial menjadi 2.336 yang dapat dilihat pada gambar 4.15. Kenaikan ini mencerminkan efektivitas konten terbaru dalam menarik perhatian dan mempertahankan penonton yang lebih besar.

Selain itu, penulis juga melaksanakan survei yang dipublikasikan melalui fitur stories, dengan tujuan untuk mengevaluasi sejauh mana video yang diproduksi oleh penulis dapat mempengaruhi minat masyarakat mengunjungi Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta.

Gambar 4.16 Hasil Survei Minat Pengunjung Melalui Fitur Stories



Sumber: Olahan Penulis (2024)

Berdasarkan gambar 4.16 dapat diketahui bahwa dari hasil survei yang dilakukan penulis melalui fitur stories menyatakan bahwa ada 33 suara yang menyatakan berminat dengan persentasenya 94%. Menyatakan tidak berminat sebanyak 2 suara dengan persentase 6%.

Hal ini berdampak pada perubahan jumlah wisatawan yang dapat dilihat pada gambar 4.17 terdapat peningkatan jumlah wisatawan sebesar 261 orang dari bulan Juni ke bulan Juli. Pada bulan Juni, total kunjungan wisatawan tercatat sebanyak 1.755 orang, sedangkan pada bulan Juli jumlah tersebut meningkat menjadi 2.016 orang.

Gambar 4.17 Data Kunjungan Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta Bulan Juli

| TANGGAL | PENGUNJUNG | | | | | | TOTAL |
|-----------|------------|---------|-----------|-------|---------|----------|-------|
| | UMUM | PELAJAR | MAHASISWA | ASING | SENIMAN | PENELITI | |
| 1-Jul-24 | 52 | 42 | 3 | 2 | 0 | 0 | 99 |
| 2-Jul-24 | 37 | 26 | 4 | 1 | 0 | 0 | 68 |
| 3-Jul-24 | 35 | 23 | 12 | 1 | 0 | 0 | 71 |
| 4-Jul-24 | 59 | 33 | 14 | 2 | 0 | 0 | 108 |
| 5-Jul-24 | 28 | 29 | 0 | 0 | 0 | 0 | 57 |
| 6-Jul-24 | 96 | 67 | 42 | 14 | 0 | 0 | 219 |
| 7-Jul-24 | 75 | 53 | 7 | 2 | 0 | 0 | 137 |
| 8-Jul-24 | 35 | 18 | 4 | 1 | 0 | 0 | 58 |
| 9-Jul-24 | 37 | 30 | 6 | 0 | 0 | 0 | 73 |
| 10-Jul-24 | 73 | 76 | 4 | 0 | 0 | 0 | 153 |
| 11-Jul-24 | 40 | 19 | 1 | 2 | 0 | 0 | 62 |
| 12-Jul-24 | 57 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 | 67 |
| 13-Jul-24 | 52 | 40 | 14 | 11 | 0 | 0 | 117 |
| 14-Jul-24 | 28 | 26 | 0 | 3 | 0 | 0 | 57 |
| 15-Jul-24 | 14 | 3 | 0 | 3 | 0 | 0 | 20 |
| 16-Jul-24 | 14 | 2 | 0 | 2 | 0 | 0 | 18 |
| 17-Jul-24 | 42 | 2 | 26 | 0 | 0 | 0 | 70 |
| 18-Jul-24 | 73 | 5 | 3 | 0 | 0 | 0 | 81 |
| 19-Jul-24 | 10 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 |
| 20-Jul-24 | 19 | 13 | 9 | 33 | 0 | 0 | 74 |
| 21-Jul-24 | 36 | 23 | 3 | 2 | 0 | 0 | 64 |
| 22-Jul-24 | 11 | 4 | 3 | 2 | 0 | 0 | 20 |
| 23-Jul-24 | 26 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 29 |
| 24-Jul-24 | 15 | 5 | 0 | 2 | 0 | 0 | 22 |
| 25-Jul-24 | 20 | 15 | 2 | 0 | 0 | 0 | 37 |
| 26-Jul-24 | 5 | 7 | 1 | 12 | 0 | 0 | 25 |
| 27-Jul-24 | 32 | 15 | 6 | 2 | 0 | 0 | 55 |
| 28-Jul-24 | 38 | 22 | 5 | 5 | 0 | 0 | 70 |
| 29-Jul-24 | 17 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 19 |
| 30-Jul-24 | 32 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 35 |
| 31-Jul-24 | 17 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 20 |
| TOTAL | 1125 | 613 | 173 | 105 | 0 | 0 | 2016 |

(Sumber: Arsip Data Kunjungan Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta)

Dengan demikian, hasil analisis menunjukkan bahwa video yang dirancang dengan tujuan strategis tersebut telah berhasil meningkatkan keterlibatan penonton secara signifikan, serta berdampak positif pada pertumbuhan jumlah pengikut. Peningkatan ini menandakan adanya pengaruh yang kuat dari konten terhadap penonton dan potensi untuk mempertahankan serta memperluas jangkauan penonton di masa mendatang. Maka dapat disimpulkan peran media sosial Instagram berpengaruh pada jumlah kunjungan wisatawan di museum rumah kelahiran Bung Hatta melalui video konten yang telah dibuat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa peran instagram melalui konten video berpengaruh terhadap minat kunjungan ke Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta, hal ini dapat dilihat dari video yang dirancang oleh penulis secara signifikan meningkatkan keterlibatan penonton serta berdampak positif pada pertumbuhan jumlah pengikut. Peningkatan ini menunjukkan bahwa konten video yang diunggah di media sosial Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap penonton, serta mengindikasikan potensi untuk mempertahankan dan memperluas jangkauan audiens di masa depan. Dengan demikian, video yang diproduksi tidak hanya berhasil menarik perhatian penonton tetapi juga berkontribusi pada peningkatan visibilitas dan daya tarik Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta.

Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial Instagram memiliki peran krusial dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke museum tersebut. Melalui konten video yang informatif dan menarik, Instagram terbukti efektif dalam mempromosikan museum dan menarik pengunjung baru. Oleh karena itu, strategi pemasaran digital yang memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, menunjukkan dampak signifikan dalam meningkatkan minat dan kunjungan ke destinasi wisata budaya

5.2 Saran

Untuk memaksimalkan potensi media sosial, disarankan agar pihak museum terus mengembangkan dan memperbarui konten video yang relevan dan menarik. Penerapan teknik video yang inovatif dan kreatif dapat meningkatkan keterlibatan audiens serta mempertahankan minat pengikut yang ada. Selain itu, penting untuk melakukan evaluasi rutin terhadap kinerja konten guna memahami preferensi audiens dan menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan tren dan umpan balik yang diterima.

Selanjutnya, museum dapat memperluas jangkauan promosi dengan menjalin kerjasama dengan influencer atau pembuat konten yang memiliki audiens yang relevan di Instagram. Hal ini akan memungkinkan museum untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan efektivitas dalam menarik kunjungan wisatawan. Selain itu, penggunaan fitur interaktif seperti polling, kuis, atau sesi tanya jawab di Instagram Stories dapat memperkuat keterlibatan dan menciptakan pengalaman yang lebih personal bagi pengikut.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Ali. 2010. *Museum Di Indonesia: Kendala Dan Harapan*. Papas Sinar Sinanti, 2010. [https://Books.Google.Co.Id/Books/About/Museum_Di_Indonesia.html?id=1gmqtwaacaaj&Redir_Esc=Y](https://books.google.co.id/books/about/Museum_Di_Indonesia.html?id=1gmqtwaacaaj&redir_esc=y).
- Anim Jauhariyah, Nur Et Al. 2021. "Potret Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Dalam Perspektif Islam Di Kabupaten Banyuwangi." *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* 2(10): 2745–8407.
- Anisah, Nur, Maini Sartika, Dan Hendra Kurniawan. 2021. "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa." *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 4(2): 94.
- Armayani, Reni Ria Et Al. 2021. "Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online." *Jurnal Pendidikan Tembusai : Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan* 5(3): 8920–28. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2400>.
- Aryani, Indita Dewi, Dan Dita Murtiariyati. 2022. "Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada A.D.A Souvenir Project." *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia* 2(2): 466–77.
- Boari, Yoseb, Amsal Ilindamon, Dan Lusye Debora Rumaropen. 2022. "Peran Kelompok Usaha Nelayan Dalam Meningkatkan Pendapatan Nelayan Di Desa Adoki Distrik Yendidori Kabupaten Biak Numfor." *Journal Of Economics Review (JOER)* 2(2): 61–73.
- Elendiana, Magdalena. 2020. "Upaya Meningkatkan Minat Baca Siswa Sekolah Dasar." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)* 2(1): 54–60.
- Girsang, Dameraia, Dan Nova Lusnia Sipayung. 2021. "Peran Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun (Pasca Pandemi Covid-19)." *Jurnal Darma Agung* 29(3): 416.
- Hadi, Wisnu, Dan Heni Widyaningsih. 2020. "Implementasi Penerapan Sapta Pesona Wisata Terhadap Kunjungan Wisatawan Di Desa Sambirejo Kecamatan Prambanan Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta." *Journal Pariwisata Dan Budaya* 11(September): 127–36. [https://Ejournal.Bsi.Ac.Id/Ejurnal/Index.Php/Khasanah/Article/View/8862/4294](https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/view/8862/4294).

- Herdiyani, Sankist, Cecep Safa'atul Barkah, Lina Auliana, Dan Iwan Sukoco. 2022. "Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review." *Jurnal Administrasi Bisnis* 18(2): 103–21.
- Kristiana, Yustisia, Louisa Patricia, Dan Vina Dewi Tanjung. 2022. "Peranan Produk Dan Promosi Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Ke Jakarta Aquarium & Safari." *Journal Of Event, Travel And Tour Management* 2(1): 38–45.
- Nasrullah, Dr. Rulli. 2017. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Ed. Nunik Siti Nurbaya. Bandung. <https://opac.perpusnas.go.id/detailopac.aspx?id=1136236>.
- Nurul Fahmi, Muhammad. 2019. "Endorse Dan Paid Promote Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam." : 1–27.
- Saeroji, Amad. 2022. "Strategi Pengembangan Museum Tosan Aji Purworejo Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan." 2(9): 3071–76.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2019. 2016. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D."
- Sya'dian, Triadi, Dan Rinanda Purba. 2021. "Jurnal Abdimas Budi Darma Pembuatan Video Promosi Umkm Rendy Handycraft." 2(1): 1–5.
- Tindangen, Megi, Daisy S.M Engka, Dan Patric C. Wauran. 2020. "Peran Perempuan Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus: Perempuan Pekerja Sawah Di Desa Lemoh Barat Kecamatan Tombariri Timur Kabupaten Minahasa)." *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 20(03): 43–68.
- Ulfah, Dan Opan Arifudin. 2022. "Peran Guru Dalam Upaya Pengembangan Bakat Dan Minat Peserta Didik." *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan* 3(Vol. 3, No. 1, Januari 2022): 9–16. <http://ojs-steialamar.org/index.php/JAA/article/view/95/59>.

LAMPIRAN



Lampiran 1 Pedoman Wawancara

| No | Tujuan Penelitian | Data/ Info | Sumber Data | Pertanyaan Utama |
|----|---|--------------------------------|------------------|--|
| 1 | <p>“Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Melalui Konten Video Di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta”</p> | <p>Strategi yang digunakan</p> | <p>Pengelola</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Apa yang menjadi tujuan utama museum dalam mengelola media sosial? • Platform media sosial apa saja yang aktif digunakan oleh museum dan mengapa? • Strategi apa yang diterapkan museum untuk meningkatkan engagement di media sosial? • Tantangan apa yang sering dihadapi dalam mengelola media sosial museum? • Bagaimana museum mengukur keberhasilan pengelolaan media sosial? • Bisa Anda ceritakan sedikit tentang peran media sosial instagram dalam menarik minat orang untuk berkunjung ke museum? • Apa saran Bapak/Ibu untuk museum lain yang ingin meningkatkan kehadirannya di media sosial? |

Sumber : Olahan Penulis (2024)

Lampiran 2. Hasil Wawancara

1. Apa yang menjadi tujuan utama museum dalam mengelola media sosial?

Informan

“Tujuan utama kami adalah untuk mendekatkan museum dengan masyarakat, terutama generasi muda. Kami ingin museum tidak hanya dianggap sebagai tempat penyimpanan benda-benda kuno, tetapi juga sebagai pusat edukasi dan hiburan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Melalui media sosial, kami bisa berbagi informasi tentang koleksi, sejarah, dan kegiatan museum dengan cara yang lebih menarik dan interaktif.”

2. Platform media sosial apa saja yang aktif digunakan oleh museum dan mengapa?

Informan

“Saat ini, kami fokus pada Instagram, Facebook, dan TikTok. Instagram sangat efektif untuk menampilkan visual yang menarik seperti foto dan video koleksi museum. Facebook kami gunakan untuk berbagi informasi yang lebih panjang, seperti artikel atau siaran pers. Sedangkan TikTok kami manfaatkan untuk membuat konten-konten kreatif dan singkat yang bisa menarik minat generasi muda.”

3. Strategi apa yang diterapkan museum untuk meningkatkan engagement di media sosial?

Informan

“Untuk konten kami tidak hanya menampilkan foto koleksi, tetapi juga membuat konten behind the scenes, kuis, dan konten kolaborasi dengan influencer. Sedangkan Interaksi dengan follower Kami aktif membalas komentar dan pesan dari followers, serta mengadakan kuis atau giveaway untuk mendorong engagement. Kami terkadang kami menggunakan iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih luas.”

4. Tantangan apa yang sering dihadapi dalam mengelola media sosial museum?

Informan

“Tantangan terbesar adalah menjaga konsistensi dalam membuat konten yang menarik. Selain itu, kami juga harus terus belajar tentang tren terbaru di media sosial agar tetap relevan. Terbatasnya sumber daya manusia juga menjadi kendala, karena mengelola media sosial membutuhkan waktu dan tenaga yang cukup besar”

5. Bagaimana museum mengukur keberhasilan pengelolaan media sosial?

Informan

“Pertumbuhan jumlah followers menunjukkan minat masyarakat terhadap akun kami. Tingkat engagement menunjukkan seberapa aktif followers berinteraksi dengan konten kami. Kami juga melihat apakah postingan di media sosial dapat mengarahkan pengunjung ke website museum. Tujuan akhir dari semua upaya di media sosial adalah meningkatkan jumlah pengunjung museum.”

6. Bisa Anda ceritakan sedikit tentang peran media sosial instagram dalam menarik minat orang untuk berujung ke museum?

Informan

“Media sosial saat ini menjadi salah satu alat yang sangat efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Kami memanfaatkan berbagai platform Instagram untuk menampilkan koleksi, acara, dan kegiatan museum. Tujuannya adalah untuk membuat museum lebih menarik dan mudah diakses oleh masyarakat.”

7. Apa saran Bapak/Ibu untuk museum lain yang ingin meningkatkan kehadirannya di media sosial?

Informan

“Saran saya adalah mulailah dengan menentukan tujuan yang jelas. Setelah itu, pilih platform media sosial yang paling relevan dengan target audiens. Buat konten yang menarik dan konsisten, serta jangan lupa untuk berinteraksi dengan followers. Yang terpenting adalah memiliki tim yang solid dan berdedikasi untuk mengelola media social

Lampiran 3. Surat Permohonan Observasi Awal



UM SUMATERA
BARAT

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS PARIWISATA
Kampus 3: Jin. By Pass Aur Kuning No.1 Bukittinggi

Nomor : 430/II.3.AU/F/2024
Lamp : -
Hal : Permohonan Observasi Awal

Bukittinggi : 21 Syawal 1445 H
30 April 2024 M

**Kepada Yth,
Pengelola Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta**

Di Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Seiring salam di atas kami do'akan semoga Bapak/Ibu selalu dalam lindungan Allah SWT dan sukses menjalankan aktifitas sehari-hari. Amin

Sehubungan akan dilaksanakannya proses pembuatan Proposal Proyek Akhir guna menyelesaikan studi pada Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat oleh mahasiswa kami atas nama:

Nama : Wiky Hasra
NIM : 20230017
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata

Maka kami mohon kerjasama Bapak/Ibu untuk dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang bersangkutan guna melakukan observasi awal penelitian dalam rangka menyusun Proposal Proyek Akhir di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan

Rozi Yuliani, S.ST.Par., M.M.
NBM. 1208526

Lampiran 4. Surat Permohonan Izin Penelitian



UM SUMATERA
BARAT

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS PARIWISATA
Kampus 3: Jln. By Pass Aur Kuning No.1 Bukittinggi

Nomor : 431/II.3.AU/F/2024
Lamp : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

**Kepada Yth,
Pengelola Musuem Rumah
Kelahiran Bung Hatta**

Di Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Sehubungan akan dilaksanakannya proses pembuatan Proyek Akhir guna menyelesaikan studi pada program D-IV Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat oleh mahasiswa kami :

Nama : Wiky Hasra
NIM : 20230017
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Proyek Akhir : Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minta kunjungan Wisatawan Melalui Konten Video Di Musuem Rumah Kelahiran Bung Hatta
Waktu Penelitian : 26 Juli 2024

Maka kami mohon kerjasama Bapak/Ibu untuk dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang bersangkutan guna melakukan proses penelitian dan pengambilan data sesuai dengan judul yang akan diteliti guna membantu menyelesaikan Proyek Akhir yang bersangkutan di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bukittinggi : 20 Muharram 1446 H H
26 Juli 2024 M

Dekan,

Rozi Yuliani, S.ST.Par., M.M
NBM: 1208526

Website : pariwisata.umsb.ac.id
Email : pariwisata.umsb@gmail.com

Telp/WA : 0822 8993 3123
Instagram : @fakultaspariwisataumsambar

Lampiran 5. Dokumentasi Penulis dengan Pengelola Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta



Sumber: Olahan Penulis (2024)

Lampiran 6. Dokumentasi Barang Bersejarah di Museum Rumah Kelahiran Bung Hatta



Sumber: Olahan Penulis (2024)



Sumber: Olahan Penulis (2024)

Lampiran 7. Rekap Percakapan Bimbingan

| Rekap Percakapan Bimbingan | | Kembali ke Daftar | Cetak |
|---|--|-----------------------------------|--|
|  UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT Jl. Pasir Jambak No.4, Pasie Nan Tigo, Kec. Koto Tangah, Kota Padang, Sumatera Barat 25171 Website : www.umsb.ac.id / e-Mail : info@umsb.ac.id / Telepon : (0751) 4851002 (tel:(0751) 4851002) | | | |
| REKAP PERCAKAPAN BIMBINGAN | | | |
| Judul Proposal | : Peran media sosial terhadap Kunjungan Di Museum Rumah Kelahiran Bung | | |
| Sesi / Bahasan | : ke-1 / Memperbaiki latar belakang dan batasan masalah | | |
| Mahasiswa | : 20230017 - WIKY HASRA | Pembimbing Proposal | : 1009058801 (tel:1009058801) - WINDA DIANA, M.Par |
| Tidak ada data percakapan | | | |
| Sesi / Bahasan | : ke-1 / Memperbaiki margin | | |
| Mahasiswa | : 20230017 - WIKY HASRA | Pembimbing Proposal | : 1027076903 (tel:1027076903) - Eddi Novra, S.ST.Par., M.Par |
| Tidak ada data percakapan | | | |
| Sesi / Bahasan | : ke-2 / Perbaikan kerangka konseptual | | |
| Mahasiswa | : 20230017 - WIKY HASRA | Pembimbing Proposal | : 1009058801 (tel:1009058801) - WINDA DIANA, M.Par |
| Tidak ada data percakapan | | | |
| Sesi / Bahasan | : ke-2 / | | |
| Mahasiswa | : 20230017 - WIKY HASRA | Pembimbing Proposal | : 1027076903 (tel:1027076903) - Eddi Novra, S.ST.Par., M.Par |
| Tidak ada data percakapan | | | |
| Sesi / Bahasan | : ke-3 / | | |
| Mahasiswa | : 20230017 - WIKY HASRA | Pembimbing Proposal | : 1027076903 (tel:1027076903) - Eddi Novra, S.ST.Par., M.Par |
| Tidak ada data percakapan | | | |
| Sesi / Bahasan | : ke-3 / | | |
| Mahasiswa | : 20230017 - WIKY HASRA | Pembimbing Proposal | : 1009058801 (tel:1009058801) - WINDA DIANA, M.Par |
| Tidak ada data percakapan | | | |
| Sesi / Bahasan | : ke-4 / ACC semhas akan tetapi masi ada revisi di bab 4 | | |
| Mahasiswa | : 20230017 - WIKY HASRA | Pembimbing Proposal | : 1009058801 (tel:1009058801) - WINDA DIANA, M.Par |
| Tidak ada data percakapan | | | |

Sesi / Bahasan : ke-4 /
Mahasiswa : 20230017 - WIKY HASRA **Pembimbing** : 1027076903 (tel:1027076903) - Eddi Novra, S.ST.Par., M.Par
Proposal

Tidak ada data percakapan

