

EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL TERHADAP KEMAMPUAN LITERASI DIGITAL GENERASI ZILENIAL (Z) DALAM MEMPENGARUHI MINAT KUNJUNGAN MUSEUM KERIS NUSANTARA

Riza Hajar Utami¹
Lathifah Raisatun Nisa²
Mega Alif Marintan³

Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam, Fakultas Adab dan Bahasa Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia.

Riza.hjrutami@gmail.com
raisatunlathifah@gmail.com

Abstract

This study aims to determine whether social media is effective in enhancing the digital literacy skills of Generation Z (Gen Z) toward cultural information, and to what extent digital literacy influences their interest in visiting the Keris Nusantara Museum. This research uses a mixed-method approach, combining both qualitative and quantitative methods. Data collection was conducted through interviews with the museum's social media managers, questionnaires distributed to Gen Z individuals who are active on social media, and documentation analysis. The results show that the Keris Nusantara Museum's use of social media, particularly Instagram, has proven effective in influencing Gen Z to visit the museum directly, supported by their strong digital literacy and familiarity with technology. However, challenges remain in converting digital engagement into actual visits, such as limited promotional budgets and the need for greater creativity and innovation in content creation. These findings indicate that while social media can generate interest, additional strategies are required to increase real visit conversions.

Keywords: Social Media Effectiveness, Digital Literacy, Visiting Interest

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah media sosial efektif dalam meningkatkan kemampuan literasi digital generasi zilenial (gen z) terhadap informasi budaya, dan sejauh mana kemampuan literasi digital mempengaruhi minat generasi zilenial (gen z) untuk mengunjungi museum Keris Nusantara. Penelitian ini menggunakan metode penelitian campuran yaitu kualitatif dan kuantitatif. Pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara terhadap pengelola media sosial museum Keris Nusantara, kuesioner terhadap generasi zilenial (gen z) yang aktif dimedia sosial, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa museum Keris Nusantara dalam mengelola media sosial khususnya Instagram terbukti efektif dalam mempengaruhi generasi zilenial (gen z) untuk melakukan kunjungan secara langsung melalui kemampuan literasi digital generasi zilenial (gen z) yang baik serta dekat dengan teknologi. Namun demikian, masih terdapat tantangan dalam mengonversi keterlibatan digital menjadi kunjungan langsung bagi museum Keris Nusantara yaitu kurangnya anggaran yang cukup dan perlunya usaha lebih untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam pembuatan konten menarik. Hal ini menunjukkan media sosial dapat membangun ketertarikan tetapi diperlukannya strategi tambahan untuk meningkatkan konversi kunjungan yang nyata.

Kata Kunci: Efektivitas media sosial, Literasi digital, Minat kunjungan

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi sekarang membuat kehidupan masyarakat tidak dapat lepas dari peran teknologi dalam mempengaruhi kegiatannya sehari-hari. Kini perkembangan teknologi telah mencakup semua aspek kehidupan manusia. Internet menjadi teknologi yang sangat memiliki pengaruh besar, Internet berperan sebagai jaringan global yang masih terus berkembang hingga kini dan menghubungkan akses bagi para penggunanya. Berbagai bidang dalam kehidupan seperti pendidikan, bisnis dan hiburan telah memanfaatkan internet dengan cara yang berbeda-beda. Dalam bidang pendidikan, internet dapat dimanfaatkan sebagai sarana atau media belajar dan mempermudah akses informasi, dibidang bisnis dapat mempermudah transaksi serta promosi lebih luas dalam menjangkau kalangan, kemudian internet dibidang hiburan dimanfaatkan untuk bersosialisasi satu sama lain melalui media sosial.

Di Indonesia media sosial memiliki jumlah pengguna yang tidak sedikit, menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 terdapat peningkatan 1,4% dari tahun 2023 dengan jumlah pengguna mencapai 221.563.479 jiwa. Sebagian dari pengguna media sosial tersebut yaitu generasi zilenial (gen z) dengan jumlah mencapai 34,40% jiwa. Media sosial kini menjadi bagian penting dan memiliki pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat terutama dikalangan generasi sekarang atau sering disebut generasi zilenial (gen z). generasi zilenial (gen z) atau *Zoomers* lahir dari tahun 1995 sampai 2010, generasi ini tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi. Sejak usia dini generasi zilenial (gen z) sudah terbiasa berinteraksi dengan perangkat digital dan internet bahkan pola asuhnya juga turut dipengaruhi oleh kemajuan teknologi.

Bagi generasi zilenial (gen z) teknologi telah menjadi bagian utama tidak dapat terpisahkan dalam kehidupan kesehariannya. Terdapat berbagai bentuk interaksi atau kegiatan yang dapat dilakukan generasi zilenial (gen z) melalui media sosial, mulai dari kegiatan mencari informasi, mengekspresikan diri hingga membangun suatu identitas sosial dilakukan melalui aplikasi seperti Instagram, Tiktok, Twitter dan Youtube. Dalam konteks pencarian informasi sekarang, banyak dari generasi zilenial (gen z) lebih

bergantung atau percaya melalui konten visual menarik serta interaktif yang dikemas dalam bentuk video singkat, postingan infografis daripada harus mencari informasi dari membaca buku, artikel panjang atau media blog lainnya. Bentuk perubahan ini menunjukkan adanya pergeseran cara memperoleh dan memproses informasi era digital sekarang ini, salah satunya informasi mengenai budaya. Melihat kondisi dan realitas yang ada, berbagai lembaga mulai mengikuti alur perkembangan teknologi saat ini. Hal ini perlu disadari oleh museum sebagai salah satu lembaga kebudayaan, kini museum harus mulai menyesuaikan dan memanfaatkan perkembangan teknologi agar tetap relevan dan banyak diminati semua generasi terutama generasi zilenial (gen z). Saatnya beralih dan ikut masuk ke ruang digital, tidak hanya mengandalkan bentuk promosi offline melalui brosur cetak atau pameran fisik, tetapi juga harus lebih aktif di media sosial dan menjangkau masyarakat lebih luas. Mengingat pentingnya museum sebagai tempat untuk pembelajaran atau penelitian yang didalamnya terdapat warisan budaya yang melekat dengan suatu sejarah tertentu, serta museum juga dianggap sebagai cara untuk menumbuhkan sikap nasionalisme, memahami kekayaan dan keberagaman sejarah alam budaya Indonesia, dan bentuk menghargai warisan alam bangsa yang harus tetap dilestarikan sampai kapan pun.

Media sosial dapat dimanfaatkan oleh museum untuk dijadikan sebuah platform yang menarik dalam mengekspresikan budaya dan sejarah yang memiliki nilai filosofi pada museum mereka, melalui konten visual maupun audio visual dikreasikan dengan sangat menarik sehingga pengguna media sosial banyak yang tertarik untuk mengaksesnya kapan saja dan dimana saja. Hal ini telah dilakukan oleh museum Keris Nusantara yang sudah memanfaatkan media sosial sebagai media edukasi, promosi dan upaya pelestarian budaya di Indonesia dengan membuat dan menyajikan konten-konten mengenai berbagai koleksi keris yang ada, sejarah filosofi dan kegiatan budaya lainnya.

Dengan hadirnya konten di media sosial, museum Keris Nusantara berharap agar informasi mengenai budaya tersebar luas di dunia digital serta banyak diakses oleh generasi muda. Namun dalam upaya pemanfaatan media sosial, belum menjamin meningkatnya minat generasi zilenial (gen z) untuk mengunjungi museum Keris Nusantara secara langsung. Namun kenyataannya masih banyak dari mereka hanya

menjadi penonton yang pasif dalam memahami apa sebenarnya makna budaya atau nilai sejarah dibalik konten yang telah disajikan. Kondisi tersebut dapat membuat generasi zilenial (gen z) asing dengan kebudayaannya sendiri, maka dari itu penting untuk diperhatikan dengan serius menghubungkan warisan budaya sesuai dengan minat dan kebiasaan generasi zilenial (gen z) sekarang ini. Dibalik kemudahan akses informasi bagi generasi zilenial (gen z) sekarang, terdapat tantangan yang harus dihadapi yaitu kemampuan memahami, menyaring dan menggunakan informasi digital secara tepat dan bertanggung jawab atau biasa disebut dengan kemampuan literasi digital.

Secara umum literasi digital tidak hanya mencakup keterampilan teknis dalam mengoperasikan perangkat komputer tetapi juga kemampuan berpikir kritis dalam memanfaatkan informasi digital dengan bijak. Dalam hal ini kemampuan literasi digital budaya berperan penting. Literasi digital tidak hanya mencakup kemahiran menggunakan teknologi saja tetapi juga mencakup pemahaman dan mengevaluasi informasi secara kritis, terutama informasi budaya. Namun tidak semua generasi zilenial (gen z) memiliki kemampuan tersebut. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul efektivitas media sosial terhadap kemampuan literasi digital generasi zilenial (gen z) mempengaruhi minat kunjungan ke museum Keris Nusantara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah media sosial efektif dalam meningkatkan kemampuan literasi digital generasi zilenial (gen z) terhadap informasi budaya, dan sejauh mana kemampuan literasi digital mempengaruhi minat generasi zilenial (gen z) untuk mengunjungi museum Keris Nusantara.

TINJAUAN PUSTAKA

Setelah penulis menelaah terhadap beberapa penelitian, ada beberapa penelitian yang relevan dengan pembahasan ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Yulia Alfiana, dkk (2024) yang berjudul “Efektifitas Pemanfaatan Video Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran TIK Untuk Meningkatkan Minat Belajar Peserta Didik Era Literasi Digital” dan penelitian oleh Azizah, dkk (2024) berjudul “Pengaruh Kemampuan Literasi Digital dan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surabaya”. Adapun tujuan dari kedua penelitian ini

adalah untuk mengetahui efektif dan tidaknya media interaktif Video Tiktok dalam meningkatkan minat belajar peserta didik TIK di kelas VIII MTs Daar-Al-ilmi dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi digital dan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surabaya. Pengambilan data kedua penelitian tersebut melalui wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi.

Adapun perbedaan antara penelitian yang akan penulis tulis dan kedua penelitian yang dibuat oleh Yulia Alfiana, dkk (2024) objek penelitiannya yaitu peserta didik dan tiktok sebagai media pembelajaran di Pelajaran TIK, penelitian oleh Azizah, dkk (2024) mahasiswa pengguna aktif instagram sebagai objek penelitian serta berfokus pada dampak literasi digital yang dapat memicu perilaku konsumtif mahasiswa jika tidak diikuti dengan sikap yang bijak dan selektif terhadap promosi-promosi diinstagram, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan objek penelitian generasi zilenial (gen z) sebagai target promosi museum melalui media sosial dan mendorong minat kunjungan ke museum Keris Nusantara. Persamaan antara ketiga penelitian ini adalah tentang efektivitas media sosial dan literasi digital, sosial media sebagai ‘media’ yang dipakai untuk melihat efektivitas dari penelitian yang akan dilakukan.

LANDASAN TEORI

Efektivitas Media Sosial

Menyebarluaskan informasi, menyusun dan mengembangkan konten-konten informasi yang informatif. Dalam media sosial kita dapat mengetahui banyak informasi yang bermanfaat, apalagi perkembangan teknologi yang cepat membuat informasi aktual bisa kita dapatkan. Dari kedua penjelasan tersebut bahwa efektivitas media sosial dinilai dari sejauh mana media sosial dapat digunakan untuk menjangkau lebih banyak audiens dengan cepat dan dapat memberikan pengaruh untuk tujuan yang diinginkan melalui berbagai bentuk penyampaian informasi mulai dari tulisan, gambar maupun video.

Menurut Paul Gilster (1997), “*digital literacy as the ability to understand and*

use information in multiple formats from a wide variety of sources when it is presented via computers» and, particularly, through the medium of the Internet”. Sedangkan Menurut Heitin (2016), literasi digital mengelompokkan tiga aspek utama: (a) menemukan dan mengonsumsi konten digital, (b) menciptakan konten digital, (c) berkomunikasi atau berbagi konten digital. Dari kedua pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa literasi digital menggambarkan berbagai cara pada serangkaian pemanfaatan informasi baik secara elemen teknis dan non teknis.

Peran Museum

Museum memiliki peran penting dalam pelestarian warisan budaya. Menurut peraturan perundang-undangan di Indonesia, peran museum diatur secara tegas dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya dan diperjelas melalui Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2015 tentang Museum. Museum adalah lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengkomunikasikannya kepada masyarakat. Dengan adanya peraturan tersebut museum tidak hanya sebagai tempat menyimpan berbagai koleksi namun juga menjadi pusat informasi, edukasi serta rekreasi budaya yang aktif sebagai penghubung warisan masa lalu dan masa kini terutama diera perkembangan teknologi sekarang dalam membantu menanamkan kesadaran akan pentingnya budaya kepada masyarakat.

Minat kunjungan ke museum

Menurut Roozy, dkk (2014), terdapat 3 aspek minat untuk berkunjung ke museum diantaranya pertama, willing purchase yaitu kesiapan atau keinginan nyata seseorang untuk datang langsung. Kedua, considering purchase, yaitu proses pertimbangan terhadap berbagai faktor seperti biaya, waktu, dan jarak tempuh sebelum memutuskan untuk berkunjung. Ketiga, *recommendation purchase*, yaitu dorongan untuk menyarankan atau mengajak orang lain mengunjungi museum berdasarkan pengalaman atau kesan yang diperoleh. Sementara itu menurut Indriani (2022), peran museum juga penting dalam membentuk faktor-faktor minat seseorang berkunjung ke museum dilihat dengan cara bagaimana museum membangun citra sebagai destinasi yang wajib untuk dikunjungi serta koleksi yang ada dipamerkan ditata dengan sangat menarik.

Penataan yang menarik dapat memberikan pengalaman yang positif,

menyenangkan dan memuaskan bagi pengunjung. Berdasarkan kedua pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa minat berkunjung ke museum terbentuk dari dua hal utama yaitu faktor internal dari setiap individu sendiri yang berkeinginan dan tertarik untuk datang langsung dan faktor eksternal berasal dari museum bagaimana membangun citra, mengatur koleksi serta memberikan pengalaman yang memuaskan serta edukatif bagi setiap pengunjung.

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode campuran yaitu kualitatif dan kuantitatif. Menurut Creswell (2015), “mixed methods research integrates qualitative and quantitative forms within a single study to gain richer, more valid, and reliable data than using either method alone” yang berarti metode campuran digunakan bagi peneliti untuk memperoleh data yang lebih kompleks, valid dan reliable, jika dibandingkan hanya menggunakan satu jenis pendekatan saja. Metode campuran dipilih oleh peneliti dinilai tepat untuk menjawab tujuan dari permasalahan yang diambil yaitu mengenai sejauh mana efektivitas media sosial terhadap kemampuan literasi digital generasi zilenial (gen z) dalam mempengaruhi kunjungan ke museum Keris Nusantara dari dua sisi dengan pihak museum sehingga penelitian dapat menggambarkan secara utuh mengenai fenomena budaya di era digital, terutama dikalangan generasi zilenial (gen z).

Pendekatan kualitatif dilakukan melalui wawancara terhadap pengelola media sosial untuk memperoleh informasi secara detail bagaimana strategi promosi dan tantangannya dibalik konten interaksi di media sosial. Sementara itu, pendekatan kuantitatif dilakukan melalui penyebaran kuesioner terhadap generasi zilenial (gen z) yang aktif menggunakan media sosial dan pernah mengunjungi museum Keris Nusantara, bertujuan untuk mengukur sejauh mana efektivitas media sosial dan tingkat kemampuan literasi digital mempengaruhi minat berkunjung ke museum Keris Nusantara. Subjek penelitian terdiri dari dua kelompok yaitu pertama, pihak pengelola atau admin media sosial dari museum Keris Nusantara. Kedua, kalangan generasi zilenial (gen z) yang aktif menggunakan media sosial dan pernah mengunjungi museum Keris Nusantara. Prosedur pengumpulan data pada penelitian ini

menggunakan tiga teknik yaitu kuesioner, wawancara dan dokumentasi.

Teknik penyebaran kuesioner kepada generasi zilenial (gen z) untuk menggali informasi lebih detail sejauh mana efektivitas media sosial yang dirasakan oleh responden, apakah kemampuan literasi digital yang dimiliki dapat mempengaruhi mereka dalam mengambil keputusan untuk mengunjungi museum Keris Nusantara. Teknik wawancara terstruktur dilakukan secara langsung dengan pihak pengelola atau admin media sosial museum Keris Nusantara untuk mengetahui strategi dalam mengelola media sosial dan tantangannya. Teknik dokumentasi berupa konten-konten unggahan media sosial museum Keris Nusantara dan data pengelolaan media sosial sebagai bahan pelengkap analisis penelitian.

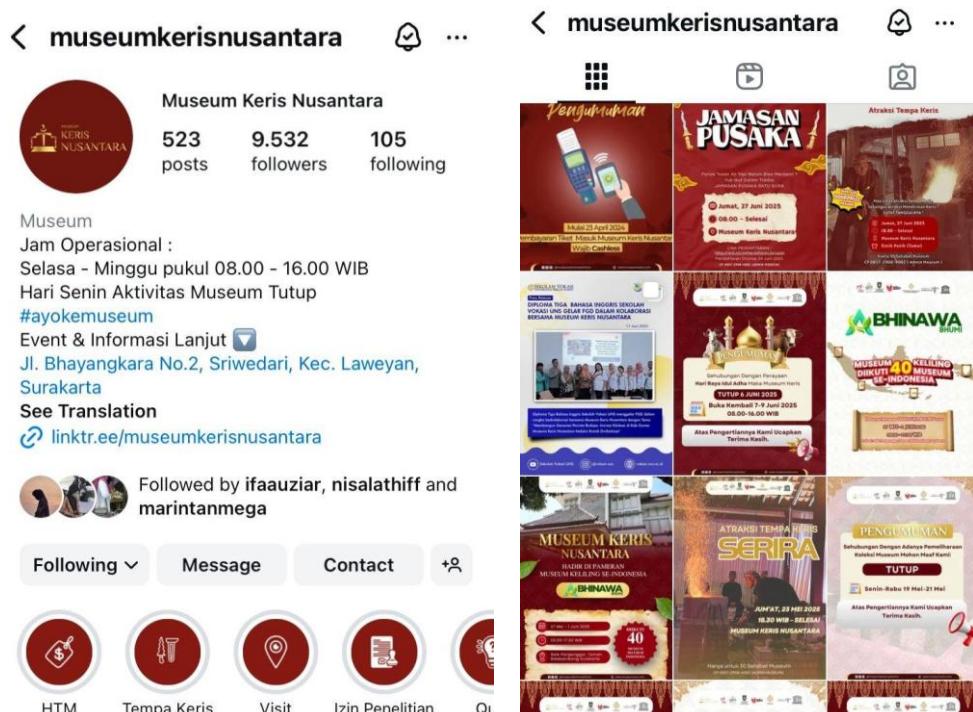
HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Museum Keris Nusantara

Museum Keris Nusantara merupakan salah satu destinasi budaya yang berisikan koleksi-koleksi keris dari beberapa daerah di nusantara, museum ini mempunyai peran penting dalam melestarikan budaya Indonesia dan UNESCO juga telah mengakui keris menjadi warisan budaya Indonesia yang harus dilestarikan. Museum keris tidak hanya dijadikan sebagai destinasi budaya saja, tetapi dapat dijadikan untuk penelitian karena memiliki nilai-nilai filosofi dan sejarah, di museum ini juga menyajikan bagaimana proses pembuatan keris, macam-macam jenis keris dan bagian-bagian keris. Sampai saat ini museum keris telah memiliki sekitar 409 keris, koleksi lainnya berupa tombak dan beberapa artefak kuno. museum Keris Nusantara terletak di Surakarta, Jawa tengah yang resmi dibuka pada tahun 2017 oleh presiden Joko Widodo. Bangunan museum ini memiliki 4 lantai dengan gaya arsitektur jawa kuno dan modern. Pada setiap keris atau artefak yang ditampilkan, terdapat narasi singkat agar para pengunjung dapat lebih spesifik memahami tentang jenis artefak tersebut, terjemahan Bahasa Inggris juga disediakan untuk memudahkan wisatawan asing dan terdapat juga ruang audio visual yang menambah daya tarik pengunjung.

Efektivitas Media Sosial Sebagai Sarana Promosi

Perkembangan pesat era digital saat ini, menjadikan media sosial mempunyai pengaruh besar sebagai alat komunikasi dan pusat promosi paling efektif dalam menjangkau khalayak luas, khususnya generasi zilenial (gen z). Media sosial sebagai tempat promosi online guna menyampaikan informasi, menarik perhatian target audiens terhadap suatu produk maupun layanan. Sementara itu, efektivitas dalam konteks promosi diartikan sebagai sejauh mana kegiatan promosi dapat mencapai tujuan, baik dimulai dari keterjangkauan dan keterlibatan audiens. Dalam hal ini, efektivitas media



sosial dapat diamati melalui jumlah pengikut, interaksi sesama dan pengaruh nyata terhadap kunjungan atau minat terhadap produk yang dipromosikan.

Gambar 1. Tampilan Instagram @museumkerisnusantara

Hasil wawancara menunjukkan bahwa museum Keris Nusantara telah aktif dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi terutama Instagram @museumkerisnusantara sejak tahun 2021 lalu serta aktif di media sosial lainnya seperti Tiktok, Facebook dan Youtube. Semua platform media sosial tersebut digunakan untuk membagikan informasi - informasi edukatif berkaitan dengan sejarah atau memaparkan berbagai jenis koleksi keris yang ada dan kegiatan yang

diselenggarakan di museum. Terdapat strategi terencana dan upaya yang dilakukan museum Keris Nusantara dalam mengelola media sosial untuk terus menarik audiens yaitu dengan rutin melakukan reset konten terlebih dahulu selanjutnya membuat konten dipadukan terhadap tren dimedia sosial yang sedang ramai dibicarakan khususnya pada generasi zilenial (gen z) setiap awal bulan, dan pengunggahan konten dilakukan setiap hari dengan bahasa dan visual kekinian. Dari setiap konten di Instagram, terdapat ciri khas identitas yang menjadi strategi konten media sosial terletak pada visual tone yang konsisten yaitu penggunaan warna merah maroon dan coklat muda memperlihatkan nuansa hangat.

Selain itu terdapat elemen-elemen budaya seperti keris, motif batik dan ukiran seni sebagai simbolik dari kebudayaan menambah kesan intrinsik keindahan keris melalui postingan. Hal ini menunjukkan adanya upaya sistematis dalam membangun ketertarikan publik terhadap konten budaya khususnya keris, melalui media sosial. Efektivitas media sosial sebagai alat promosi juga dapat dilihat dari interaksi yang terjadi antara museum dan audiens, terbukti adanya respon positif dari pengikut media sosial seperti menyukai postingan, berkomentar atau menanggapi pada sebuah postingan dan ikut berpartisipasi dalam sesi siaran langsung. Kemudian adanya peningkatan jumlah pengikut akun media sosial juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap meningkatnya jumlah kunjungan ke museum secara langsung terutama kalangan muda. Pihak pengelola media sosial juga turut aktif dalam membuka fitur interaktif dengan audiens seperti QNA, Polling dan mini kuis berkaitan dengan sejarah, koleksi-koleksi keris dan kegiatan yang diadakan. Aktivitas tersebut dilakukan sebagai bentuk dorongan melibatkan partisipasi digital oleh generasi zilenial (gen z)

secara lebih intensif.

Gambar 2. Postingan interaksi Instagram @museumkerisnusantara

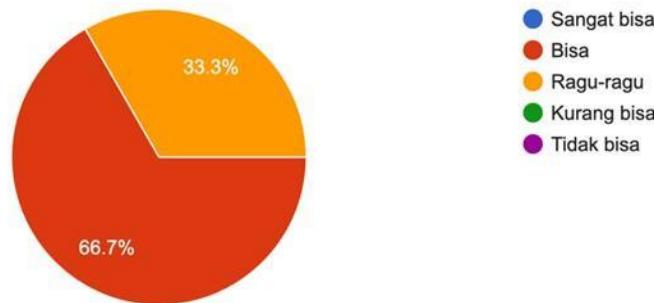
Sejumlah upaya diatas menunjukkan bahwa media sosial terbukti efektif dalam mempengaruhi dan mendorong minat audiens untuk mengunjungi museum secara langsung yang sebelumnya hanya melihat informasi secara digital saja. Dalam upaya untuk terus mengembangkan promosi digital, tahun 2024 museum Keris Nusantara juga melakukan aksi promosi digital berupa peluncuran fitur virtual visit. Fitur ini merupakan sebuah inovasi menarik berbasis teknologi, didesain untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses dan merasakan pengalaman interaktif berkunjung ke museum secara virtual. Dalam hal ini media sosial berperan sebagai kanal utama untuk melakukan promosi mengenai informasi peluncuran fitur virtual visit sebagai ruang interaksi budaya yang modern. Dengan demikian dapat disimpulkan, efektivitas media sosial dalam konteks promosi dapat dikatakan sangat signifikan karena tidak hanya memfasilitasi paparan dan penyebaran informasi tetapi juga membentuk keterlibatan



langsung terhadap publik sebagai jembatan memperluas akses terhadap pengetahuan budaya khususnya tentang keris.

Literasi Digital Generasi Zilenial (Z)

1. Apakah kamu bisa membedakan antara informasi budaya yang valid dan hoaks di media sosial?
6 responses



● Sangat bisa

● Bisa

● Ragu-ragu

● Kurang bisa

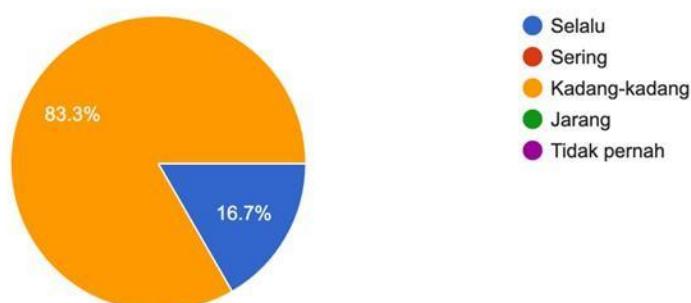
● Tidak bisa

Diagram 1. Kemampuan generasi zilenial (gen z) dalam membedakan informasi

Generasi zilenial (gen z) sebagai generasi yang tumbuh dengan teknologi seharusnya mempunyai kemampuan tersendiri dalam mengakses berbagai informasi yang tersebar di media sosial, untuk mengetahui sejauh mana generasi zilenial (gen z) dapat ber-literasi digital peneliti telah menyebarkan kuesioner dengan hasil yang cukup variatif dengan beberapa pertanyaan.

Hasil survei menunjukkan 66.7% generasi zilenial (gen z) memiliki kemampuan yang baik dengan dapat membedakan antara informasi yang jelas sumbernya dan informasi hoaks. Sesuai dengan teori oleh Heitin (2016), perlunya mengkonsumsi konten digital dengan kritis. Berdasarkan hasil survei, responden tidak langsung begitu saja menerima informasi dari konten digital melainkan juga melakukan evaluasi terlebih dahulu terhadap sumber-sumber dari konten yang mereka akses, terutama informasi mengenai budaya dan promosi museum.

2. Saat melihat konten budaya, apakah kamu biasanya mencari tahu lebih lanjut dari sumber lain?
6 responses



● Selalu

● Sering

● Kadang-kadang

● Jarang

● Tidak pernah

Diagram 2. Kecenderungan mencari informasi setelah melihat konten yang disajikan

Jawaban kuesioner selanjutnya menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kecenderungan untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai konten yang disajikan, meskipun Frekuensi nya tidak selalu tinggi hal tersebut mengarah pada kecenderungan rasa ingin tahu yang tinggi terhadap informasi yang didapatkan serta terlibat aktif dalam eksplorasi informasi, generasi zilenial (gen z) juga dapat mengevaluasi konten-konten yang mereka lihat dan menyaringnya terlebih dahulu, hal tersebut menunjukkan jika responden selektif dan tidak menerima informasi secara mentah..

1. Apakah Anda merasa lebih mudah memahami budaya keris melalui media sosial dibandingkan media cetak/buku?
 11 responses

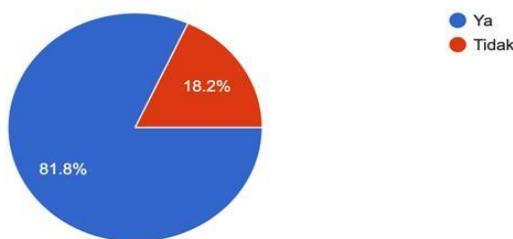


Diagram 3. Memahami budaya keris melalui media

Generasi zilenial (gen z) juga merasa lebih mudah belajar mengenai sejarah melalui platform media sosial daripada menggunakan media buku cetak, salah satu platform yang dimaksud adalah instagram yang memiliki fitur reels/video pendek yang kemungkinan menjadi fitur yang paling diminati generasi zilenial (gen z) karena isi-isi konten sejarah yang kompleks dapat diringkas menjadi informasi yang menarik dan algoritma yang mungkin saja membuat mereka mendapatkan konten-konten serupa lainnya. Pembahasan di atas menunjukkan bahwa generasi zilenial (gen z) memiliki tingkat literasi digital yang baik karena dapat memilah dan menyaring informasi yang didapatkan terlebih dahulu. Di era zaman sekarang, dengan banyaknya informasi yang beredar tetapi tidak jelas sumbernya sehingga berita hoaks-pun dapat tersebar dengan begitu saja. Media sosial bagi generasi zilenial (gen z) bukan hanya menjadi sumber informasi tetapi juga dapat digunakan sebagai media belajar yang efektif.

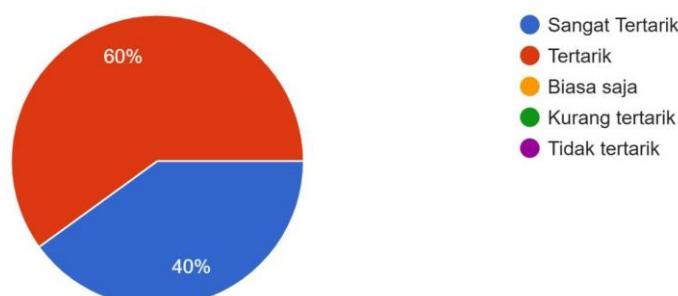
Pengaruh Paparan Media Sosial Terhadap Minat Kunjungan

Minat merupakan bentuk sikap yang muncul dalam diri seseorang tanpa adanya paksaan dari pihak luar manapun. Dalam konteks minat kunjungan ini, minat menjadi

tahapan penting yang menjadi faktor keputusan seseorang untuk mengambil suatu tindakan yang nyata yaitu mengunjungi museum. Minat menggambarkan keinginan dan ketertarikan seseorang datang secara langsung melihat berbagai koleksi yang ada di museum. Media sosial dinilai menjadi perantara informasi yang efektif dalam menarik minat masyarakat, terutama melalui penyajian konten yang informatif dan relevan dengan trend era digital sekarang, dengan begitu banyak generasi zilenial (gen z) yang aktif di sosial media menjadi tertarik untuk berkunjung di museum Keris Nusantara.

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan, diketahui bahwa sebagian besar pengunjung mengetahui dan akhirnya datang ke museum Keris Nusantara melalui akun media sosial resmi museum khususnya Instagram. Responden juga mengungkapkan alasan mereka berkunjung disebabkan museum Keris Nusantara sedang mengadakan kegiatan yang mengundang perhatian masyarakat, beberapa event yang diadakan tersebut ialah event kebudayaan yang bernama (Serira) Semalam di museum Keris Nusantara, pada kegiatan tersebut berisi mengenai cara pembuatan 1. Seberapa tertarik kamu mengunjungi museum jika informasinya disampaikan secara menarik di media sosial?

5 jawaban



keris yang rutin dilaksanakan di hari jumat minggu ke-4. Selain itu museum Keris Nusantara mengadakan museum keliling diakhir bulan dengan tujuan untuk memperkenalkan koleksi dan budaya keris kepada masyarakat umum, pada setiap tahun juga museum Keris Nusantara mengadakan HUT (Hari ulang tahun). Menariknya, terdapat responden yang memberikan jawaban serupa, yakni merasa tertarik untuk mengunjungi museum setelah melihat konten yang diunggah melalui media sosial.

Diagram 4. Ketertarikan mengunjungi museum setelah diberikan informasi

yang menarik di sosial media

Dalam usaha untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap minat kunjungan ke museum Keris Nusantara, peneliti telah menyusun kuesioner untuk mengukur tingkat ketertarikan pengujung mengunjungi museum Keris Nusantara setelah menerima konten yang mereka lihat di media sosial, berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden, 60% persen pengunjung menjadi tertarik untuk mengunjungi museum Keris Nusantara jika melihat konten-konten yang dibagikan melalui media sosial disajikan dengan cara yang menarik. 40% lainnya menjawab sangat tertarik untuk mengunjungi museum Keris Nusantara. Hal ini sejalan dengan teori minat kunjungan ke museum oleh Rozzy, dkk (2014) yang dilihat dari 3 aspek. Pertama willing purchase yaitu keinginan nyata individu untuk melakukan kunjungan langsung, melalui media sosial sebagian responden menjadi tertarik dan memiliki keinginan untuk mengunjungi secara langsung ke museum Keris Nusantara.

Peran media sosial tidak hanya sebagai media penyampaian informasi tetapi juga mampu memberikan pengaruh keinginan awal pengunjung dan menumbuhkan dorongan motivasi, terutama bagi mereka yang belum memiliki niat untuk datang sebelumnya. Kedua considering purchase yaitu proses pertimbangan yang melibatkan berbagai faktor seperti biaya, waktu, dan jarak tempuh sebelum memutuskan untuk berkunjung. Museum Keris Nusantara dalam unggahan postingan di Instagram memberikan informasi penting bagi calon pengunjung seperti lokasi, jam operasional, harga tiket hingga sejarah dan gambaran koleksi berbagai keris yang ada. Penyajian informasi tersebut dikemas dengan gaya visual menarik sehingga memudahkan calon pengunjung dalam memperkirakan atau mengukur aspek logistik yang menjadi pertimbangan.

Calon pengunjung akan merasa lebih siap untuk datang langsung setelah mengetahui sekilas mengenai museum Keris Nusantara dan memperkuat pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk datang langsung. Aspek ketiga recommendation purchase yaitu adanya dorongan, keinginan dan kecenderungan untuk merekomendasikan kunjungan kepada orang lain berdasarkan pengalaman pribadi yang positif. Media sosial sebagai ruang interaksi sosial komunikasi dua arah

antar pengguna melalui berbagai fitur media sosial yang ada dan menjadi pusat informasi di era sekarang, sehingga memungkinkan audiens sebagai pengunjung museum Keris Nusantara tidak hanya menerima informasi, tetapi juga terlibat dalam menyebarkan pengalaman positif ketika berkunjung dan berbagi informasi mengenai koleksi keris di Museum Keris Nusantara. Kecenderungan ini diperkuat dengan adanya profesi digital seperti influencer dan content creator yang berlomba-lomba dalam menghadirkan konten menarik yang diminati banyak dari kalangan generasi zilenial (gen z) dari review atau pengalaman autentik yang dibagikan ke laman media sosial mereka.

Sedangkan teori menurut Indriani (2022), bahwa minat seseorang mengunjungi museum dipengaruhi oleh bagaimana museum membangun citra inovatif sebagai destinasi budaya yang harus dikunjungi, serta tampilan penataan koleksi yang menarik pengunjung. Teori ini sesuai hasil observasi media sosial museum Keris Nusantara mengoptimalkan konten visual yang menunjukkan setiap sisi keindahan dari museum sehingga dapat menjadi ketertarikan tersendiri. Dengan demikian, bahwa konten yang kreatif, inovatif dan relevan dengan trend generasi zilenial (gen z) dapat meningkatkan minat kunjung karena media sosial selain menjadi media promosi, juga dapat digunakan untuk ber-komunikasi dengan calon pengunjung sehingga dapat membuat rasa penasaran untuk mengunjungi museum Keris Nusantara.

Tantangan Museum Keris Nusantara dalam Menarik Minat Kunjungan Langsung oleh Generasi Zilenial (Z)

Berbagai upaya dalam mengelola media sosial museum Keris Nusantara telah dilakukan dan tergolong aktif, namun dari hasil wawancara dengan pihak pengelola media sosial masih terdapat sejumlah tantangan yang harus dihadapi dalam mengonversi pengikut media sosial menjadi pengunjung langsung, khususnya generasi zilenial (gen z). Sebagian dari mereka masih kurang minat untuk mengunjungi museum secara langsung, meskipun telah mengikuti dan melihat postingan dari akun media sosial museum Keris Nusantara. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan secara digital tidak sebanding dengan tindakan nyata, terutama dalam konteks kunjungan

fisik. Rasa bosan menjadi salah satu faktor penyebab generasi zilenial (gen z) kurang tertarik, sebagai generasi yang tumbuh dengan budaya visual yang menarik serta relevan dengan tren gaya hidup mereka, dibutuhkan ide kreativitas tinggi dalam konten bagi pihak pengelola media sosial museum Keris Nusantara.

Dalam upaya peningkatan variasi konten media sosial, terdapat tantangan lain yaitu keterbatasan biaya. Dari hasil wawancara disebutkan bahwa pihak museum belum memiliki anggaran yang cukup untuk berkolaborasi dengan influencer dalam upaya memperluas jangkauan promosi, mengingat pengaruh dari influencer memiliki potensi besar dalam menarik perhatian generasi zilenial (gen z) untuk mendorong minat kunjungan ke museum Keris Nusantara. Dengan demikian, dapat disimpulkan efektivitas media sosial dapat membangun interaksi dan awareness diawal namun belum cukup mencapai tahap konversi menjadi kunjungan langsung. Diperlukan strategi lebih kreatif dan dukungan finansial yang memadai.

KESIMPULAN

Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook dan YouTube oleh museum Keris Nusantara menjadi bukti bahwa media sosial memiliki pengaruh penting dalam mempromosikan suatu budaya dan mendorong minat generasi zilenial (gen z) dalam melestarikan budaya lokal melalui konten yang kreatif dan relevan untuk menarik audiens. Strategi yang dilakukan oleh museum Keris Nusantara agar generasi zilenial (gen z) tetap aktif berinteraksi dengan media sosial museum Keris Nusantara adalah dengan konten yang terencana, pemilihan layout yang konsisten dan unsur nilai estetika dan budaya dari akun media sosial museum Keris Nusantara yang terdapat elemen-elemen budaya ciri khas museum Keris Nusantara.

Kemampuan untuk menyaring informasi dan menjadikan media sosial sebagai media belajar juga merupakan peran penting bagi tingkat literasi digital generasi zilenial (gen z), dilihat dari hasil kuesioner yang telah dilakukan pengaruh media sosial dapat meningkatkan minat kunjung generasi zilenial (gen z) setelah mengikuti dan menonton konten yang diunggah oleh museum Keris Nusantara. Meski begitu, masih terdapat tantangan yang dihadapi bagi museum Keris Nusantara dalam menarik generasi zilenial (gen z) yang aktif berkomunikasi melalui sosial media menjadi kunjungan langsung di

museum Keris Nusantara, karena faktor dari kurangnya minat dan cepatnya rasa bosan generasi zilenial (gen z), sehingga dibutuhkan ide dan kreatifitas yang tinggi bagi pengelola media sosial museum Keris Nusantara, menggunakan pemanfaatan melalui influencer juga dapat dijadikan sebagai salah satu opsi, namun biaya yang dikeluarkan juga tidak sedikit. Media Sosial terbukti efektif dalam menarik generasi zilenial (gen z) untuk meningkatkan minat dan pemahaman dibidang budaya lokal nusantara. Tetapi masih perlu dilakukan strategi tambahan yang efektif untuk meningkatkan rasa penasaran generasi zilenial (gen z) yang aktif melihat, menyukai dan berkomentar di konten- konten media sosial untuk berkunjung langsung ke museum Keris Nusantara.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Rafiq. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 1(1). <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/GlobalKomunika/article/view/1704>.
- Gilster, P. (1997). Digital Literacy. New York: John Wiley & Sons Inc. Diakses dari https://openlibrary.org/works/OL2627594W/Digital_literacy
- Nasrullah, R. (2016). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Simbiosa Rekatama Media.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya. (2010). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 130.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2015 tentang Museum. (2015). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 181.
- Azizah, F. N., & Andriansyah, E. H. (2024). Pengaruh kemampuan literasi digital dan media sosial Instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surabaya. *Jurnal Edueco*, 7(1), 31–38. <https://jurnal.peko.unibabpn.ac.id/index.php/Edueco/article/view/213/171>
- Aditia, R., dkk. (2024 Vol. 3). Persepsi Pengguna Media Sosial terhadap Efektivitas Kampanye Digital #museumbkl dalam Meningkatkan Kesadaran Budaya Lokal. Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial. <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/3846>
- Alfiyana, Y., dkk. (2024). Efektifitas Pemanfaatan Video Tik Tok Sebagai Media

Pembelajaran TIK Untuk Meningkatkan Minat Belajar Peserta Didik Era Literasi Digital. PETIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi, 10(1).

<https://journal.institutpendidikan.ac.id/index.php/petik/article/view/546>

Dari, S, W., dkk. (2023). Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjung Pemustaka di Perpustakaan Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan, 5(1).

<http://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/Kuttab/article/view/7004>

Ni luh Wiratami, d. (2023 vol 3). Pengaruh Literasi Digital Pada Generasi Z Terhadap Peningkatan Budaya Literasi Digital Untuk Melahirkan Generasi Penerus Bangsa Yang Berkualitas Di Era Kemajuan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi. Jurnal Unmas, 408. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v3i12.1078>

Salsabila, D, dan Miswan, M. (2024 vol 3). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung Ke Museum Nasional Indonesia. Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK). <http://usahid.ac.id/conference/index.php/snpk/article/view/230>