

ISSN 2774-7301 (Print)
ISSN 2716-0432 (Online)

JURNAL ILMU PERPUSTAKAAN (JIPER)

Volume 4, Nomor 1 Maret 2022

ISSN 2716-0432



Diterbitkan Oleh :
Prodi D3 Perpustakaan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram

JURNAL ILMU PERPUSTAKAAN (JIPER)

Table of Contents

<https://journal.ummat.ac.id/index.php/JIPER>

Editorial Team

Editor in Chief

Ridwan, S.I.P.,M.M.

Managing Editor

Amin Saleh, S.Sos.,M.I.Kom.

Editorial Boards

Rohana, SIP.,M.IP.

Hirma Susilawati, SIIP.,M.A.

Nurul Fikri Ayu Hapsari, S.Ap.,M.A.

Yusnia, M.A.

Cut Putroe Yuliana, M.IP

Aulia Puspaning Galih, SIIP.,MS.

Inawati, S.I.P.,M.M.

Machsun Rifauddin, M.A.

Reviewer Team

Dr. Pawit Muhammad Yusuf

Prof. Dr. L. Nurdin, S.Ag.,SS.,M.A.

Dr. Abdul Karim Batubara,S.Sos.,M.A.

Dr. Ahmad Syawqi, S.Ag.,S.SIPI.,M.Pd.I.

Dr. Endang Fatmawati, M.Si.,M.A.

Imas Maesaroh, Ph.D.

Agus Rifai, Ph.D.

Abdi Mubarak Syam, M.Hum.

Muhammad Azwar

Contact:

Mobile: 082340340330

Email: jurnal.jiper86@gmail.com

Address: Jl. K. H. Ahmad Dahlan No. 1

City, State, Kota Mataram

01 PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI PERPUSTAKAAN DI DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN KABUPATEN BULUKUMBA

Nasrullah Nasrullah, Tawakkal Tawakkal, Miftahul Jannah,
Hlm. (1 - 12)

02 MODEL PENERAPAN SISTEM OTOMASI DALAM MENINGKATKAN SISTEM LAYANAN SIRKULASI DI PERPUSTAKAAN STAIN MAJENE

Saenal Abidin, Sulfakhmi Sudirman ,
Hlm. (13 - 22)

03 PEMANFAATAN WISATA VIRTUAL TOUR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DIGITAL DALAM PENYEBARAN INFORMASI DI MUSEUM KONFERENSI ASIA AFRIKA PADA MASA PANDEMI

Apriliansi Rahma Agam, Yunus Winoto, Ute Lies Siti ,
Hlm. (23 - 46)

04 PEMETAAN PUBLIKASI ILMIAH TENTANG PERPUSTAKAAN DIGITAL TAHUN 2011-2021 MELALUI APLIKASI VOSVIEWER (MAPPING SCIENTIFIC PUBLICATIONS ABOUT DIGITAL LIBRARY 2011-2021 THROUGH VOSVIEWER APPLICATION)

Salsabiila Anjani, Yunus Winoto,
Hlm. (47 - 55)

05 LITERASI KOMUNIKASI WARGANET GENERASI MILENIAL DI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS WARGANET DI KOTA MATARAM)

Lubis Lubis, Ridwan Ridwan, Amin Saleh,
Hlm. (56 - 66)

06 ANALISIS PERILAKU PENCARIAN INFORMASI MAHASISWA DIFABEL NETRA UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA SELAMAMASA PANDEMI COVID-19

T Mulkan Safri, Ro'fah Ro'fah, Suci Fajarni ,
Hlm. (67 - 82)

PEMANFAATAN WISATA VIRTUAL TOUR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DIGITAL DALAM PENYEBARAN INFORMASI DI MUSEUM KONFERENSI ASIA AFRIKA PADA MASA PANDEMI

Apriliani Rahma Agam¹, Yunus Winoto², Ute Lies Siti Khadijah³
¹²³Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Padjadjaran

Email: Apriliani18001@mail.unpad.ac.id¹, yunus.winoto@unpad.ac.id², ute.lies@unpad.ac.id³

ABSTRAK:

Penelitian ini membahas mengenai penyebaran informasi di masa *pandemic* yang dilakukan oleh Museum Konferensi Asia Afrika dengan pemanfaatan media komunikasi digital seperti, *instagram*, *facebook*, *twitter*, *youtube* dan *virtual tour*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan komunikasi digital di Museum Konferensi Asia Afrika serta untuk mengetahui penyebaran informasi dengan penggunaan wisata virtual tour di masa *pandemic*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, wawancara, dan observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Museum Konferensi Asia Afrika telah memanfaatkan media komunikasi digital sebagai penyebaran informasi terutama di masa *pandemic* Covid-19, hal itu dapat dilihat konsistennya konten-konten yang diunggah pada *platform* media komunikasi digital Museum Konferensi Asia Afrika. Konten-konten yang diunggah pada *platform* media komunikasi digital memiliki kesamaan yang signifikan agar tidak terjadinya ketimpangan penyebaran informasi antara *platform* yang satu dengan yang lainnya. Proses penyebaran informasi pada Museum konferensi Asia Afrika melalui 3 tahapan yaitu pengumpulan informasi, pengolahan data, dan publikasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah transformasi digital dalam penyebaran informasi kepada penggunanya menjadi solusi terbaik dengan kondisi seperti ini. Museum Konferensi Asia Afrika sangat mengedepankan pengembangan media komunikasi digitalnya seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* dan *Virtual tour*. Hingga saat ini Museum Konferensi Asia Afrika terus membuat inovasi baru dan berkembang dalam media komunikasi digitalnya. Pemanfaatan media komunikasi virtual tour menjadi solusi bagi pengguna untuk memenuhi kebutuhan informasinya mengenai museum KAA. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai teknologi informasi virtual tour Museum Konferensi Asia Afrika sehingga dapat mengetahui mengenai sistem kerja dibalik bekerjanya *website* virtual tour Museum Konferensi Asia Afrika.

Kata Kunci:

1. Museum Konferensi Asia Afrika
2. Virtual Tour
3. Komunikasi Digital
4. Penyebaran Informasi
5. Pandemi

ABSTRACT:

This study discusses the dissemination of information during the pandemic carried out by the Museum of the Asian-African Conference by using digital communication media such as Instagram, Facebook, Twitter, YouTube and virtual tours. The purpose of this study was to determine the use of digital communication at the Museum of the Asian-African Conference and to determine the dissemination of information by using virtual tours during a pandemic. The research method used is a qualitative method with a case study approach. Data collection techniques were carried out through documentation, interviews, and observations. The results of this study indicate that the Museum of the Asian-African Conference has utilized digital communication media as a means of disseminating information, especially during the Covid-19 pandemic, it can be seen in the consistency of the content uploaded on the digital communication media platform of the Museum of the Asian-African Conference. The contents uploaded on digital communication media platforms have significant similarities so that there is no inequality in the dissemination of information between one platform and another. The process of disseminating information at the Asia-Africa Conference Museum goes through 3 stages, namely information collection, data processing, and publication. The conclusion of this study is that digital transformation in disseminating information to its users is the best solution under these conditions. The Museum of the Asian-African Conference places great emphasis on the development of digital communication media such as Instagram, Facebook, Twitter, Youtube and Virtual tours. Until now, the Museum of the Asian-African Conference continues to make new and growing innovations in its digital communication media. The use of virtual tour communication media is a solution for users to meet their information needs about the KAA museum. For further research, it is expected to conduct more in-depth research on information technology for the Asia-Africa Conference Museum virtual tour so that they can find out about the working system behind the operation of the Asian-African Conference Museum virtual tour website.

Keyword:

1. Museum Of The Asian African Coference
2. Virtual Tours
3. Digital Comuniactions
4. Information Disseminatio
5. Pandemic



Copyright©2019

Riwayat Artikel

1. Diterima : 10 Februari 2022
2. Disetujui : 08 April 2022
3. Dipublikasikan : 28 April 2022

A. PENDAHULUAN (*INTRODUCTION*)

Tahun 2020 ialah tahun yang sangat menakutkan bagi dunia pasalnya di tahun tersebut mempunyai beberapa peristiwa yang tidak diharapkan kedatangannya dari tahun sebelum-sebelumnya. Pandemi *Coronavirus disease* merupakan salah satunya penyebab berbagai sektor industri dan perekonomian mulai goyah. Pandemi tersebut berasal dari kelelawar dan trenggiling yang diperjualbelikan di Pasar Wuhan China. Gejala-gejala bila terjangkit virus Covid-19 ini berbeda-beda pada setiap individunya tergantung bagaimana respon tubuh dan daya tahan tubuh individu itu sendiri. Namun menurut WHO atau World Health Organization gejala-gejala virus Covid-19 ialah batuk kering, demam, serta kelelahan. Gejala yang paling serius dari virus Covid-29 ialah sesak napas, nyeri dada, serta hilangnya kemampuan berbicara dan mengendalikan badan, virus ini diberitahukan bahwa dapat menular melalui cairan atau droplet, maka dari itu untuk mencegah virus tersebut setiap individu dianjurkan untuk tidak menyentuh area mata, hidung, dan wajah sebelum mencuci tangan dengan sabun atau bisa juga menggunakan *hand sanitizer* (Yulianti Fajar Wulandari, Lymbarski Caesariano, Murtiadi, 2021).

Virus Covid-19 tersebar dengan cepat dan berada dimana saja, jika seseorang individu memiliki daya tahan tubuh yang kuat mungkin saja terhindar dari virus ini, sebaliknya jika seseorang individu memiliki daya tahan tubuh yang kurang maka mungkin saja dapat tertular virus Covid-29 ini serta akan menularkan kepada siapa saja yang memiliki daya tahan tubuh yang kurang juga. Bermula dari kota Wuhan China, hanya dengan hitungan minggu virus ini sudah menyebar ke negara tetangganya yaitu Korea. Pada bulan Desember 2019 virus Covid-19 telah menyebar seluruh penjuru dunia. Ada 7,41 juta pasien yang tercatat pada tanggal 11 juni 2020 yang terjangkit virus Covid-19 serta jumlah orang meninggal akibat virus corona terus bertambah. Di tanggal 2 Maret 2020 Presiden Indonesia Joko Widodo membuat pengumuman bahwa Indonesia telah masuk ke dalam daftar negara dengan virus Covid-19. Di Indonesia sendiri awal mula terjadinya virus corona, terdapat dua orang yang tengah melakukan pesta dansa di Malaysia setelah itu mereka telah melakukan kontak dengan orang Jepang dan setelahnya, virus corona pun menyebar dengan singkat di berbagai daerah Indonesia (Sukaesih1 et al., 2020).

Menghadapi keadaan seperti ini, pemerintah pusat memberitahukan bahwa

fenomena ini sebagai pandemi atau menurut KBBI sendiri *pandemic* ialah sebagai wabah yang terjadi dimana-mana secara serempak. Oleh sebab itu pemerintah menetapkan sebuah peraturan baru yaitu PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar. Hal tersebut dilakukan agar mengurangi aktivitas orang dalam keluar masuk daerahnya terkecuali mereka telah memperoleh izin dari yang bertanggung jawab. Peraturan tersebut juga menuliskan jika pembatas aktivitas kegiatan di luar ruangan meliputi peliburan sekolah dan tempat kerja, kegiatan keagamaan serta penutupan fasilitas umum sampai waktu yang tidak ditentukan. Fenomena yang terjadi saat ini tentunya sangat tidak diharapkan terjadi yang membuat semua tempat yang biasanya ramai dikunjungi justru karena adanya *pandemic* Covid-19 harus ditutup paksa seperti sekolah, kantor, pabrik maupun fasilitas umum yang melibatkan banyak orang. Saat ini orang-orang harus berkegiatan di dalam rumah saja dan kegiatan yang melibatkan banyak orang dilaksanakan secara daring melalui internet.

Lembaga informasi seperti Museum pun ikut terkena dampak *pandemic* tetapi selama masa *pandemic* juga Museum ikut berperan aktif dalam melaksanakan tugasnya sebagai penyedia informasi untuk masyarakat serta menghilangkan bosan efek dari Pembatasan Sosial Berskala Besar

(PSBB). Museum adalah destinasi pariwisata yang paling banyak dikunjungi sebagai tempat rekreasi dan pendidikan serta turis-turis baik dari dalam maupun dari luar negeri turut mengunjungi museum. Pengunjung dalam negeri biasanya didominasi oleh siswa dari TK, SD, SMP, SMA hingga mahasiswa sebagai tempat pembelajaran sejarah maupun tempat penelitian. Fenomena yang baru terjadi ini membuat aktivitas yang terlibat dalam komunikasi menjadi daring, oleh karena itu manusia dituntut untuk melakukan kegiatan literasi digital agar dapat memenuhi kebutuhan informasinya. (Bawden, 2017) menjelaskan pengertian literasi digital sebagai suatu keterampilan untuk membaca dan menginterpretasikan informasi ke dalam bentuk *hypertext* ataupun informasi dalam perangkat multimedia. Literasi digital akan sangat berbeda dengan literasi seperti biasanya disebabkan sumber memperoleh berasal dari digital yang hasilnya dapat berupa informasi teks, suara, gambar visual, dan bentuk lainnya. Pada penelitian kominfo mengenai pengukuran keterampilan literasi digital di 34 provinsi Indonesia tahun 2020 ditemukan bawa keterampilan serta kegiatan masyarakat di Indonesia dalam memanfaatkan akses internet semakin cepat serta terjangkau di berbagai pelosok daerah, biasanya penggunaan internet dimanfaatkan untuk berkomunikasi pesan singkat melalui *chat*

messenger serta kegiatan lainnya seperti berselancar di media social. Literasi digital yang mengguncangkan Indonesia akan membentuk intrusi internet bagi generasi selanjutnya tidak akan lagi menempati ancaman akan tetapi hal tersebut menjadikan peluang dan tidak akan ada lagi kelemahan dari munculnya internet serta hal tersebut justru akan menjadi kekuatan bagi generasi muda untuk memajukan Indonesia (Musiin & Eko, 2020)

Dalam perannya selama *pandemic* beberapa museum telah menyediakan macam-macam alternatif agar masyarakat tetap terhubung untuk mencari informasi mengenai museum contoh alternatifnya ialah melalui media komunikasi digital seperti media social dari museumnya contohnya ialah *instagram*, *facebook*, *twitter*, *website*, *virtual tour* dan lain-lain. Museum Konferensi Asia, sebagai salah satu museum yang aktif bergerak pada masa *pandemic* Covid-19 dengan memanfaatkan media komunikasi digital yang sedang berkembang di tengah masyarakat. Media komunikasi yang berpengaruh dalam penyedia informasi mengenai koleksi di Museum Konferensi Asia Afrika ialah *virtual tour* Museum Konferensi Asia Afrika yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan informasinya ketika keinginan untuk pergi ke tempat tidak terpenuhi. Meskipun hanya dapat melihat

video atau gambar saja, alternative media komunikasi digital membantu untuk mengatasi kerinduan masyarakat akan berekreasi ke Museum Konferensi Asia Afrika.

Lembaga Informasi yang telah menerapkan komunikasi digital adalah Museum Konferensi Asia Afrika yang terletak di Bandung Jawa Barat, salah satu contoh penerapan komunikasi digital dengan penggunaan virtual tour atau museum virtual. Berdasarkan jurnal “*Virtual Tour Sebagai Media Komunikasi Digital Dalam Pelayanan Museum Kehutanan di Masa Pandemi*” ,(DWi, 2011) Museum *virtual* adalah *gabungan* rancangan museum secara offline dengan perangkat software komputer dan kecanggihan dari teknologi informasi. Museum Virtual menggambarkan hasil yang serupa dari bentuk fisik museum asli yang digunakan untuk memenuhi informasi mengenai objek visual dalam bentuk 2D, 3D, serta bahasa pemrograman lainnya. Hal tersebut dilakukan agar Museum *Virtual* dapat menjelaskan bagaimana melakukan kunjungan ke museum akan tetapi dengan kunjungan jarak jauh atau kunjungan secara daring melalui komunikasi digital.

Komunikasi digital dengan penerapan *virtual tour* museum pada masa *pandemic* COVID-19 menjadi hal penting untuk dikaji dan dilakukan, secara kegiatan tersebut akan mendatang pengguna yang

ingin melakukan kunjungan secara daring dari berbagai tempat dan daerah serta museum akan tetap berjalan secara maksimal untuk pelayanan informasi kepada pengguna. *Virtual Tour* Museum tentunya menjadi andalan bagi pengguna sebagai solusi memenuhi kebutuhan tentang Museum Konferensi Asia Afrika. Hal ini tentunya akan berdampak pada peran kurator sebagai penyedia informasi di Museum Konferensi Asia Afrika.

B. KAJIAN TERDAHULU (*PREVIOUS FINDINGS*)

Penelitian mengenai kebutuhan informasi banyak dilakukan dengan metode pendekatan dan objek penelitian yang berbeda. Pada 2018 penelitian mengenai kebutuhan informasi yang berjudul “Penggunaan layanan *open library* dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa *Telkom University*” oleh Fikri Dwi Oktavian, Pawit M. Yusup serta Ute Lies Khadijah, Universitas Padjadjaran, Jatinangor. Metode yang digunakannya ialah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus serta subjek penelitiannya ialah mahasiswa *Telkom University*. Dalam penelitian ini menyebutkan bahwa kebutuhan informasi didasari dengan beberapa tahap, tahapan tersebut ialah ada permulaan, penjelajahan, perumusan dan pengumpulan, penyajian dan pemilihan informasi. Menurut penulis sewaktu-waktu

tahapan-tahapan itu akan berubah menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Metode yang digunakannya ialah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus serta subjek penelitiannya ialah mahasiswa *Telkom University*. Pada tahapan permulaan berdasarkan tujuan dan motivasi yang berasal dari pengguna perpustakaan untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Tahapan kedua ialah penjelajahan hal pertama yang perlu dilakukan ialah mengautentikasi atau proses menggunakan akun *igracias* atau SSO dan menggunakan fasilitas yang disediakan oleh kampus. Tahap perumusan, mahasiswa melakukan diskusi dengan dosen maupun teman yang bisa diajak berbagi informasi guna memperdalam topik yang ia butuhkan. Tahapan pengumpulan, tahapan ini dilakukan dengan mengumpulkan referensi-referensi terkait dengan topik kebutuhan informasinya. Tahap terakhir yaitu penyajian, tahap ini mahasiswa sudah mendapatkan kebutuhan informasi secara teoritis setelah melakukan interpretasi atau penyajian dalam bentuk dokumen maupun tugas mata kuliahnya. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti lakukan ialah terdapat pada subjek penelitian yang mana penelitian terdahulu membahas mengenai bagaimana seorang mahasiswa memenuhi kebutuhan informasi di perpustakaan *Telkom University*. Adapun peneliti membahas bagaimana cara

Museum Konferensi Asia melakukan penyebaran informasi untuk memenuhi kebutuhan penggunanya.

Rivandy Muhammad, Dyah Mutiarin, dan Janianton Damanik, Universitas Gadjah Mada 2021, dengan judul penelitian “*Virtual Tourism* Sebagai Alternatif Wisata Saat Pandemi” penelitian ini bertujuan untuk memperlihatkan kemajuan tentang *virtual tourism* serta membahas bagaimana hal tersebut diteliti yang sudah dipublikasi oleh Scopus. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan analisis bibliometric mapping yang nantinya akan menghasilkan gambar visual yang saling berhubungan diantara hal-hal yang diteliti. Teori yang digunakan ialah bentuk *virtual tourism* oleh Iesa dan Hares tahun 2020. Hasil ini berdasarkan pengolahan data scopus disimpulkan bahwa *virtual tourism* pada hasil bibliometric mendapatkan efek pada beberapa sektor diantaranya ialah behavior, culture, perception, satisfaction, dan destination. Dimana semua memiliki hubungan antara sektor dengan *virtual tourism* serta akan timbul persepsi relasi antar unit dapat berupa *co-citations*, *citations*, *co-authorship*, atau *co occurrences of the keywords*. Perangkat yang digunakan ialah Vosviewer 1.6.16 untuk melihat kelanjutan dari penelitian mengenai *virtual tourism* serta melihat studi literature dalam bentuk *virtual tourism* di

masa *pandemic* Covid-19. Memanfaatkan teknologi, *virtual tourism* memuat penggunaan pada akhir catatan sebanyak 522 artikel yang berbentuk artikel asli ataupun melihat artikel tentang *virtual tourism* yang diterbitkan oleh Scopus. Dengan adanya *virtual tourism* bisa memunculkan solusi mengenai lemah industri kepariwisataan di Indonesia. *Virtual tourism* memberikan kemampuan melihat objek wisata dengan *virtual* dari manapun dan kapanpun. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti lakukan ialah terdapat dalam proses pembuatan *virtual tour* yang mana nantinya akan digunakan sebagai pemanfaatan meningkatkan industri kepariwisataan di Indonesia pada masa *pandemic* serta dalam penggunaan metode penelitiannya penelitian terdahulu menggunakan analisis bibliometrik. Adapun peneliti membahas situs *web* Museum KAA dengan inovasi terbarunya ialah *virtual tour* museum yang nantinya akan digunakan sebagai media penyebaran informasi di masa *pandemic* dengan metode penelitian yaitu studi kasus.

Anna Maulidina Sari, jurusan Ilmu Perpustakaan Fikom Unpad 2017, dengan judul penelitian “Pengaruh Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kuliner Mahasiswa Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Padjadjaran” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruh *instagram* terhadap

pemenuhan kebutuhan informasi kuliner mahasiswa Ilmu Perpustakaan dan Perpustakaan Universitas Padjadjaran (UNPAD). Metode penelitian yang dijadikan acuannya ialah metode pendekatan kuantitatif studi korelasi. Teori yang digunakan dalam penelitiannya ialah teori kebutuhan informasi dan teori kriteria situs *web* yang baik sedangkan populasi dari penelitian ialah mahasiswa Ilmu Perpustakaan dan Informasi Universitas Padjadjaran. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan teknik *simple random sampling* dengan menggunakan kuesioner, observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Hasil penelitiannya berdasarkan hipotesisnya yang semua diterima terhadap pengaruh konten dari *instagram* dan didapatkan pemenuhan kebutuhan informasi mengenai kuliner mahasiswa ilmu informasi dan perpustakaan UNPAD, *graphic design instagram* pun berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggunaan, sistem navigasi *instargram* pun berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna mahasiswa Ilmu Perpustakaan dan Informasi UNPAD serta *usability instagram* berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna mahasiswa Ilmu Informasi dan perpustakaan UNPAD. Peneliti menarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitiannya memang terdapat pengaruh penggunaan

instargram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kuliner mahasiswa Ilmu Perpustakaan dan Informasi UNPAD. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti lakukan terdapat pada pemanfaatan media komunikasi *instagram* sebagai pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa. Adapun penelitian yang peneliti lakukan ialah dengan mengkaji pemanfaatan media komunikasi digital di Museum Konferensi Asia Afrika sebagai media penyebaran informasi kepada pengguna di masa *pandemic*.

C. METODOLOGI PENELITIAN (RESEARCH METHODOLOGY)

Penelitian ini dilakukan di Museum Konferensi Asia Afrika Bandung. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang bersifat menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana pelayanan Museum Konferensi Asia Afrika di masa *pandemic* dengan menggunakan media komunikasi digital yaitu wisata *virtual tour*. (Ade & Wan, 2019) memaparkan bahwa metode penelitian studi kasus ialah meneliti kasus atau fenomena tertentu yang berikatan dengan masyarakat serta penelitian dilaksanakan secara mendalam untuk mengkaji latar belakang, kondisi, dan aktivitas yang terjadi. Studi kasus tidak hanya muncul saat ada masalah, penyimpangan atau hambatan, akan tetapi

bisa juga karena terdapat keberhasilan atau keunggulan suatu lembaga informasi. Pada penelitian kasus-kasus tentunya terbatas oleh aktivitas dan waktu, serta peneliti menghimpun informasi secara komprehensif dengan cara menggunakan berbagai prosedur penelitian yang telah ditentukan

Subjek penelitian berhubungan dengan narasumber atau informan yang menjadi sumber data penulis dalam penelitiannya. Subjek penelitian ialah individu atau hal yang akan diteliti untuk mendapatkan penjelasan tentang seseorang tersebut. Subjek dari penelitian ini akan melibatkan beberapa orang yang akan menjadi narasumber penulis dalam wisata *virtual tour* di Museum Konferensi Asia Afrika yaitu pihak pengelola *virtual tour* museum, edukator Museum Konferensi Asia Afrika dan salah satu pengunjung museum virtual tour museum dengan kriteria tertentu. Objek dari penelitian akan berhubungan dengan topik permasalahan yang diteliti. objek penelitian ialah sebagai suatu ciri-ciri dari orang, objek atau aktivitas yang mempunyai modifikasi tertentu yang telah ditentukan oleh penulis untuk dikaji dan untuk diambil kesimpulannya. Adapun objek dari penelitian ini ialah *virtual tour* museum Konferensi Asia Afrika.

Jenis data diperlukan dalam penelitian ini ialah data primer dan data sekunder. Data primer, yaitu data yang didapatkan

peneliti dengan secara langsung untuk kepentingan data penelitian. Data primer dalam penelitian ini didapatkan dari wawancara dengan *informan*, yaitu pihak yang berhubungan dengan *virtual tour* Museum Konferensi Asia Afrika. Data sekunder, yaitu data yang didapatkan peneliti dari sumber- sumber lain bukan data dari informan melalui pengamatan wawancara . Contohnya ialah data-data yang didapatkan dari buku-buku ilmiah, literatur, kepustakaan, artikel, dan lain-lain. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jurnal, buku-buku ilmiah, dan penelitian terdahulu sebagai acuan referensi dalam penelitian.

Pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik dokumentasi, wawancara dan observasi. Dokumentasi ialah Mengkaji dan mengumpulkan data serta informasi tertulis yang bersumber dari artikel, buku-buku ilmiah, literatur kepustakaan dan dokumen lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jurnal, artikel, buku-buku ilmiah dan penelitian terdahulu berkaitan dengan museum *virtual tour* yang dijadikan sebagai sumber referensi penulis. Wawancara ialah suatu proses komunikasi atau interaksi yang berfungsi menghimpun informasi dengan cara tanya jawab antara informan dengan peneliti. Dengan berkembangnya teknologi informasi di era modern seperti ini

wawancara sebenarnya bisa dilakukan dengan media telekomunikasi. Pada dasarnya wawancara ialah aktivitas untuk mendapatkan informasi secara mendalam tentang sebuah kasus, isu atau tema yang dikaji oleh peneliti. Wawancara dilakukan kepada pengguna, pengelola *virtual tour* museum dan educator museum Konferensi Asia Afrika. Selain itu, peneliti juga menggunakan perangkat keras berupa perekam suara serta alat tulis sebagai penunjang saat aktivitas wawancara berlangsung. Observasi merupakan Pengumpulan data yang diperlukan untuk penelitian dengan datang langsung ke lapangan. Observasi sebenarnya aktivitas yang menggunakan panca indra, bisa melalui penciuman, penglihatan, pendengaran, untuk mendapatkan informasi yang digunakan untuk mengkaji masalah penelitian. Observasi dilakukan di melalui *website virtual tour* Museum Konferensi Asia Afrika serta mengunjungi Museum Konferensi Asia Afrika.

Penelitian ini menggunakan model interaktif untuk menginterpretasinya menggunakan teknik analisis data, yang terdiri dari cara-cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Setelah mengumpulkan data-data penelitian yang begitu menumpuk, langkah selanjutnya ialah perlu adanya reduksi data. Reduksi data merupakan sebuah proses penyusutan atau

pengurangan data yang diperoleh dengan metode memilih data yang diduga penting, unik, baru serta yang sekiranya relevan dengan tema penelitian yang diambil. Pada penelitian ini reduksi data dilakukan pengolahan informasi-informasi dari informan yang telah dikumpulkan. Setelah melakukan reduksi data, langkah selanjutnya ialah penyajian data atau display data. Penyajian data dapat memperoleh kesempatan penarikan kesimpulan serta pengambilan tindakan. Pada penelitian ini, penyajian data yang telah dikurangi dari reduksi data dan selanjutnya akan difokuskan sesuai dengan fakta untuk menjawab fokus penelitian ini. Pada langkah ini, peneliti dapat menarik kesimpulan dari hasil wawancaranya dengan informan dan dokumentasi yang berdasarkan fakta dari data yang telah terpresentasi mengenai virtual museum KAA dalam pemenuhan kebutuhan informasi. Dalam memeriksa kebenaran dari data yang ada, maka perlu diadakannya verifikasi terhadap data yang telah terkumpul sebelumnya sehingga didaptakan data yang jelas dan akurat yang ada dilapangan, oleh sebab itu data yang sudah diinterpretasikan akan dibuat kesimpulannya. Lokasi penelitian ialah di Museum Konferensi Asia Afrika Bandung, Jawa Barat.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

(RESULTS AND FINDINGS ANALYSIS)

Penelitian ini memperoleh data sumber primer berdasarkan hasil wawancara dan observasi dengan informan serta data sekunder diperoleh melalui dokumentasi telah mendapatkan temuan mengenai adanya pemanfaatan media komunikasi digital Museum Konferensi Asia Afrika dalam penyebaran informasi pada masa *pandemic*. Istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris yaitu “communication” dalam bahasa Latin disebut dengan “communicates” yang memiliki arti membagikan atau memiliki bersama-sama, komunikasi dapat diartikan sebagai metode berbagi di antara satu orang dengan yang lainnya yang terlibat melakukan kegiatan komunikasi di satu tempat tersebut. Menurut ahli komunikasi Hovland, Jains dan Kelly, komunikasi ialah suatu proses dimana seseorang atau bisa disebut komunikator memberikan stimulus biasanya dapat berupa kata-kata yang memiliki informasi dengan tujuannya membangun perilaku seseorang lainnya (Siregar, 2020). Menurut Deddy Mulyana dalam buku “Ilmu Komunikasi” memaparkan fungsi komunikasi ialah sebagai komunikasi sosial yang setidaknya menggambarkan bahwa komunikasi sangat penting untuk membentuk konsep perilaku seseorang, untuk keberlangsungan hidup, aktualisasi diri, menghindari dari

ketegangan dan tekanan, mendapatkan kebahagiaan. Orang yang tidak mau berkomunikasi dapat dipastikan dirinya akan “tersesat” karena dirinya tidak ingin menata dirinya dalam lingkungan social. Definisi komunikasi secara keseluruhan ialah suatu proses membentuk, menyampaikan, menerima, dan mengolah informasi antara individu dengan lainnya yang memiliki tujuan yang sama. Proses komunikasi dapat dilakukan dengan dua cara yaitu secara langsung (memungkinkan mendapatkan *feedback* dari komunikan) dan secara tidak langsung (memungkinkan tidak mendapatkan *feedback* dari komunikan)

1. Media Komunikasi Digital di Museum Konferensi Asia Afrika

Penyebaran informasi di Museum Konferensi Asia Afrika yang ditemukan berasal dari *platform* media sosial yang dimiliki oleh Museum Konferensi Asia Afrika yaitu *instagram*, *facebook*, *twitter*, *youtube* dan *website*. Di masa *pandemic* seperti ini Museum Konferensi Asia terus mengoptimalkan pelayanan dalam penyebaran informasi melalui media komunikasi digital agar dapat terus terhubung dengan penggunanya. Di sepanjang tahun 2021 *platform* media social Museum Konferensi Asia Afrika telah mendapatkan 1,2 juta viewers, sementara itu viewers tersebut telah mengalahkan dari jumlah pengunjung luring di tahun 2021.

Platform media komunikasi digital yang mendominasi tingginya angka *viewers* pada media social *instagram* dengan nama akun *@asianafriacamuseum* serta fanpage dengan nama akun the Asian-African Conference. Menurut informan 1 *platform* media komunikasi digital Museum Konferensi Asia Afrika terhitung pada fanpage MKAA mencapai 592.874 *views* dan selanjutnya pada platform *instagram* menyusul dengan *viewers* 570.108 *views*, hal tersebut menurut perhitungan dari awal bulan januari hingga akhir bulan desember 2021.

Berdasarkan paparan dari informan 1 diketahui bahwa memang kenaikan angka pengunjung disebabkan oleh masa pandemi yang mana pengguna mencari informasi hanya melalui internet dengan media komunikasi digital. Dalam hal ini tentu peran edukator Museum Konferensi Asia Afrika membantu agar penggunaanya tetap terhubung dengan Museum KAA dan dapat memenuhi kebutuhan informasinya. Konten-konten dalam *platform* media social Museum Konferensi Asia Afrika terus diperbaharui dan kontennya pun mengikuti perkembangan zaman agar tetap terus melayani penggunaanya. Pada era milenial seperti ini masyarakat Indonesia banyak yang menggunakan media social dengan membagikan video keseharian mereka (Ayun, 2015). Media social dianggap mempunyai konsen kepada pembuatan

konten dan terdapat generasi konsumen sebagai pembuatan konten itu sendiri (Berthon, Pitt, 2015). Media social ialah *platform* penyedia informasi baik dari gambar, data, video, maupun suara. Berdasarkan fungsi dan kegunaannya media social mempunyai dua cara yaitu untuk menghibur individu serta merancang dan membuat sebuah komunitas. Kedua, kegunaan dan fungsi media sosial dilihat dari perilaku individu dalam berselancar di media social. Berikut merupakan temuan hasil penelitian mengenai aktivitas pemanfaatan media komunikasi digital dari *instagram*, *twitter*, *facebook*, *youtube* dan *website* Museum Konferensi Asia Afrika.

2. **Media Komunikasi Digital *Instagram* di Museum Konferensi Asia Afrika**

Instagram ialah *platform* layanan membagikan foto, video, mencari teman di dunia maya, serta platform ini dapat dipergunakan sebagai literasi media informasi secara realtime atau informasi yang didapatkan masih hangat (Frommer, 2010). Tak hanya pada era sekarang *instagram* bisa difungsikan sebagai media promosi untuk berbisnis. Adapun fitur-fitur di *instagram* ialah (1) fitur unggah foto atau video, untuk digunakan oleh pengguna saat ingin mengunggah momen kepada seluruh pengikutnya di *instagram*, (2) Fitur feeds ialah koleksi foto dari pemilik akun *instagram* maupun akun pengikutnya, (3) Fitur Suka dan komentar adalah fitur saat

ingin menyukai dan berkomentar di kolom unggahan *instagram*, (4) fitur direct message ialah fitur berkirim pesan sesama pengguna *instagram*, (5) *Instastory* ialah fitur yang dimiliki *instagram* jika penggunanya ingin berbagai foto dan video yang ditayangkan selama 24 jam saja, (6) *Live Instagram* ialah membuat siaran langsung yang akan ditonton oleh pengguna *instagram* secara real time, (7) IGTV adalah fitur membuat suatu unggahan video dengan durasi satu menit sampai 3 menit, (8) Explore berisikan kumpulan foto atau video dari semua pengguna *instagram*, (9) *Turn On Notification* adalah fitur jika pengguna ingin cepat memperoleh informasi dari akun pengguna lain, (10) Bookmark adalah fitur yang disediakan untuk memudahkan penggunanya menyimpan foto dengan satu satu menekan tombol simpan saja, (11) Fitur Sorotan cerita, fitur ini sering disebut dengan *highlight* berfungsi sebagai menyoroti hasil instastory di masa lalu yang berisi kumpulan-kumpulan gambar atau video, fitur ini pun dapat dikatakan “album” yang bisa dibuat oleh masing-masing pengguna akun.

Museum Konferensi Asia Afrika mempunyai akun *instagram* dengan nama pengguna *@asianafricamuseum* yang telah mendapatkan pengikut sebanyak 4.795 dengan total unggahan 1.315 postingan. Unggahan postingan pada konten Museum KAA berisikan penyebaran informasi

mengenai kunjungan duta besar, kunjungan pengguna, aktivitas mengenai museum KAA, berita terkini, memperingati hari besar, pengumuman penting, dan pemberitahuan *live instagram*. Berdasarkan fitur-fitur yang telah disediakan oleh *instagram*, akun Museum KAA ditemukan telah menggunakan fitur-fitur sebagai berikut : (1) Fitur unggahan foto dan video, untuk fitur ini memang sering dipakai oleh Museum KAA untuk melakukan penyebaran informasi kepada penggunanya. Namun dapat dilihat perbedaan konten yang sangat signifikan dari sebelum masa *pandemic* dan saat terjadi *pandemic Covid-19*, untuk unggahan foto dan video sebelum masa *pandemic* Museum KAA mengunggah konten yang berisikan seperti berita terkini, kegiatan yang sedang berlangsung di Museum KAA, peringatan hari-hari besar serta kunjungan-kunjungan pengguna ataupun kunjungan orang-orang penting. Jika kita lihat konten-konten yang terdapat di Museum KAA saat *pandemic Covid-19*, Museum KAA paling maju dalam menyebarkan informasi kepada pengguna melalui platform yang satu ini. Pandemi Covid-19 tidak menghalangi peran museum dalam menyebarkan informasi, perbedaan konten yang sangat signifikan bertambah konten dengan menggunakan fitur *Live instagram* serta unggahan berita terkini mengenai penyesuaian kunjungan di era new normal maupun kegiatan di

Museum Konferensi Asia Afrika new normal. Jumlah postingan foto pada akun *instagram* Museum KAA sebanyak 1.149 serta postingan video berjumlah 167 video dengan jumlah tayangan rata-rata diatas 100 tayangan setiap postingan videonya. (2) Fitur Feeds, pada fitur *instagram* yang satu ini memang Museum KAA mengunggah foto-foto yang sangat informatif dan berguna bagi penggunanya yang membutuhkan informasi seputar Museum KAA serta koleksi-koleksi foto pada feeds *instagram* Museum KAA memudahkan bagi pengikut atau penggunanya menemukan informasi yang mereka butuhkan. Jika dilihat feeds *instagram* dari postingan fotonya memiliki *tone* warna merah dan hijau sangat identik dengan warna khas dari Museum Konferensi Asia Afrika. (3) Fitur suka dan komentar, setiap postingan yang diunggah pada akun *instagram* Museum KAA rata-rata memiliki 50-70 orang yang menyukai dan kolom komentar dipenuhi oleh antusias orang akan postingan yang baru saja diunggah oleh akun *instagram* Museum KAA. (4) Fitur *Instastory*, fitur ini sangat sering digunakan oleh akun Museum KAA pasalnya fitur *instastory* sangat berfungsi sebagai penyebaran informasi yang paling cepat, sebab pada kasusnya pengguna *instagram* lebih dulu melihat *instastory* saat pertama kali membuka platform *instagram* dibandingkan dengan unggahan atau

postingan pengguna ,biasanya pada fitur *instastory* akun Museum KAA menggunakan dua hingga tiga kali setiap harinya. (5) fitur sorotan cerita, dalam fitur ini akun Museum KAA sudah menggunakan sebagai album penanda kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh Museum Konferensi Asia Afrika, ada 7 album yang masing-masing diberi nama yaitu Reservasi, AAF 2019, Idul Fitri, BHSG 2019, JTP 2019, Jelajah Malam dan ISG. (6) Fitur *Live Instagram*, fitur ini baru digunakan oleh akun *instagram* @asianafricamuseum pada tanggal 5 juni 2020 dengan nama kegiatannya ialah “Ngobrol Bareng Edukator Museum KAA” dan tema *Live instagram* pertamanya ialah “Perubahan Internasional Pasca KAA 1955”. Sejak *pandemic* terjadi memang fitur *Live Instagram* inilah penghubung antara educator Museum KAA dengan penggunanya sebagai penyebaran informasi, terhitung akun *instagram* Museum KAA sudah melakukan 79 live dengan jumlah tayangan lebih dari 100 orang. *Live instagram* diadakan setiap hari jumat pukul 2 siang dengan tema dan educator yang berbeda setiap minggunya.

3. Media Komunikasi Digital Facebook di Museum Konferensi Asia Afrika

Sejak kehadiran *Facebook* publik dapat dengan mudah mencari informasi maupun melakukan penyebaran informasi dan kegiatan setiap harinya dapat berbagi pada

status *facebook*, foto ataupun video. Hal tersebut menyebabkan *facebook* menjadi *platform* pencarian informasi terfavorit di seluruh penjuru dunia, tak terkecuali di Indonesia sendiri (Attaymini, 2020). Peneliti menemukan data dari *We Are Social* disebutkan bahwa negara indonesia ialah pengguna media social *facebook* terbanyak se Asia Tenggara dan berada pada urutan pertama serta pada tingkat dunia Indonesia berada pada urutan ke empat (Septinia, 2018). Media sosial *facebook* mempunyai beberapa keunggulan yang tidak dimiliki oleh *platform* media sosial lainnya dan kini *platform facebook* telah mempunyai fitur-fitur yang canggih dan unik serta keamanannya juga terjamin (Attaymini, 2020)

Museum Konferensi Asia Afrika pun memilih *platform* media social *facebook* dengan nama akun Ppnkaa Mkaa dalam melakukan penyebaran informasi **kepada** penggunanya serta sekaligus sebagai media komunikasi digital dalam memberikan informasi seputar kegiatan yang dilaksanakan di Museum Konferensi Asia Afrika baik secara *online* ataupun *offline*. Museum KAA memilih *facebook* sebagai media komunikasi digitalnya sebab *platform facebook* pun tidak kalah terkenalnya dengan *instagram*, media social *facebook* bisa digunakan oleh siapa saja dan dimana saja selagi masih tersedianya akses jaringan internet yang memadai. Jauh

sebelum *pandemic* Covid-19 muncul Museum KAA sudah menggunakan *platform facebook* sebagai media komunikasi digitalnya maka dari itu pengelola ataupun educator Museum KAA sudah mahir dalam menggunakan fitur-fitur yang tersedia di dalam *platform facebook*, salah satu fitur yang sering digunakan oleh akun AsiaAFricaMuseum ialah fitur “*Update Status Facebook*”, fitur tersebut telah tersedia sejak *platform facebook* diluncurkan pertama kali serta fitur tersebut ialah jantung dari *platform facebook* itu sendiri, pasalnya fitur tersebut digunakan oleh banyak public untuk dapat membagikan informasi yang akan mereka sebarakan contohnya ialah membagikan kegiatan hari-harinya, kerja, liburan dan lain-lain. Setelah mereka dapat menuliskan apa yang mereka rasakan pada kolom postingan dan sehabis itu dapat klik kirim maka otomatis status yang baru saja ditulis tersebarkan informasinya di beranda kepada sesama pengguna facebook. Pada kolom postingan atau status di *platform facebook* tentu tidak hanya menulis status saja yang dapat dibagikan melainkan berbagi foto maupun video dalam status *facebook* pun bisa. Sampai saat ini fitur *update* status *facebook* pada akun Ppnkaa mkaa telah mengunggah lebih dari 100 postingan mengenai kegiatan-kegiatan yang diadakan di Museum Konferensi Asia Afrika.

Pemanfaat media komunikasi digital di Museum KAA pada *platform facebook* tidak hanya dengan membagikan status saja tetapi pihak pengelola Museum KAA telah membuat grup *public* di *facebook* dengan nama *AsiAfricaMuseum* yang dibentuk pada tahun 2010, sampai saat ini anggota grup *public* itu ada 2.737 total anggota. Di dalam grup tersebut akun *Ppnkaa mkaa* adalah admin dari grup *AsiAfricaMuseum*. Sama seperti pada akun *Pnnkaa mkaa* pada grup publik *AsiAfricaMuseumpun* melakukan penyebaran informasi terkait kegiatan di Museum Konferensi Asia Afrika serta yang mengunggah informasi-informasi tersebut ialah dari pihak admin yaitu *Ppnkaa mkaa*. Peneliti juga menemukan jika postingan di antara platform *instagram* dengan *facebook* terdapat kesamaan yang signifikan namun terlihat perbedaan bahwa antusiasme dari pengguna *instagram* pada akun *instagram* Museum KAA terlihat berbeda dengan pengguna *facebook* di akun Museum KAA, hal tersebut disebabkan tidak adanya percakapan yang membuat pengguna tertarik untuk berbalas komentar pada postingan *facebook* *Ppnkaa mkaa*.

4. Media Komunikasi Digital *Twitter* di Museum Konferensi Asia Afrika

Twitter ialah situs jejaring sosial berbasis *web* yang banyak disukai oleh public sebagai media komunikasi digital serta sebagai penyebaran informasi.

Informasi yang ada pada media komunikasi digital *twitter* terdapat pertanyaan, status, komentar maupun opini baik konten yang bersifat negatif ataupun positif. *Platform twitter* ini tersedia dalam *microblog* pada jaringan social sehingga penggunaanya dapat berkirim pesan dan membaca pesan yang sering disebut *tweets* atau kicauan. Kicauan berupa tulisan pengguna yang ditulis tidak lebih dari 140 karakter yang dapat dilihat pada halaman profil pengguna. Kicauan dapat dilihat kapan saja dan oleh siapa saja, namun pengirim pun dapat memilih teman atau pengikutnya yang dapat membalas pesan tersebut. Penggunaan dapat mengetahui *tweets* pengguna lain dalam beranda yang sering disebut oleh *follower* (Nurrudin, 2012).

Museum Konferensi Asia Afrika pertama kali menggunakan *twitter* pada tahun 2010 awal dengan nama *@AsiaAfricaMuseum*, sampai saat ini pengikut *twitter* Museum KAA sudah mencapai 10.495, hal tersebut membuktikan bahwa antusiasme pengguna *twitter* terhadap akun Museum Konferensi Asia untuk melihat maupun menyebarkan informasi mengenai *tweets* dari akun Museum KAA. Penyebaran informasi melalui *platform twitter* mempunyai keunggulan tersendiri dibandingkan dengan platform media sosial lainnya seperti, informasi mudah tersebar dengan cepat, jangkauan untuk pengguna *twitter* lebih

mendominasi dan platform twitter mudah dipakai. Fitur pada *platform twitter* yang memiliki keunggulan paling nyata dalam penyebaran informasi ialah pada fitur *like*, *retweet* dan *comment* (Solihin, 2021). Pada fitur-fitur tersebut sering digunakan oleh pengguna, jika fitur-fitur dimanfaatkan oleh pengguna untuk menyebarkan informasi pada kicauan akun Museum KAA maka otomatis *tweet* akan muncul pada beranda yang mengikuti akun twitter Museum KAA, hal tersebut akan memudahkan dalam penyebaran informasi mengenai Museum KAA. Di setiap harinya akun *twitter* Museum KAA berkicau atau membuat *tweets* contohnya mengenai aktivitas di Museum Konferensi Asia Afrika, berita terkini mengenai Museum KAA, berita tentang peringatan hari-hari besar. Fitur *retweet* dan *like* pun dimanfaatkan oleh akun Museum Konferensi Asia Afrika seperti, menyebarkan informasi mengenai kegiatan kolaborasi antara Museum maupun kolaborasi dengan Komunitas Masyarakat serta menyukai *tweets* dari penggunanya yang menyebutkan Museum Konferensi Asia Afrika dalam *tweetnya*.

5. Media Komunikasi Digital Youtube di Museum Konferensi Asia Afrika

Munculnya *youtube* sebagai media komunikasi digital berhasil mengimbangi televisi yang sering digunakan oleh masyarakat sebagai media informasi paling praktis (Andhika, 2019). Informasi yang

tersedia pada *platform youtube* lebih bermacam-macam dibandingkan dengan televisi. *Platform youtube* pun mampu memberikan daya penetrasi yang dapat hadir pada kehidupan sehari-hari di masyarakat dikarenakan *youtube* dapat diakses melalui perangkat-perangkat lain, seperti *tablets*, *handphone*, ataupun *smart tv*. *Platform youtube* telah menjadi salah satu kejadian yang mendunia, dikarenakan *youtube* menyediakan situs video *sharing* yang berfungsi untuk membagikan video dengan jaringan internet serta *youtube* menyediakan informasi dalam bentuk “gambar bergerak” (Andhika, 2019). Pengguna *youtube* pun bisa membuat video setelah itu diunggah pada server *youtube* yang akan muncul pada beranda di *platform youtube*.

Tak mau kalah dengan perkembangan yang pesat ini, Museum Konferensi Asia Afrika juga mempunyai akun *youtube* bernama *AsiAfrikaMuseum* yang telah mendapat 248 subscriber dan baru dimanfaatkan pada tahun 2017 lalu, sampai saat ini jumlah video yang diunggah sudah ada 138 video yang mempunyai judul yang berbeda-beda. Dapat dilihat saat *pandemic* melanda Indonesia Museum KAA sangat aktif pada media komunikasi digitalnya tak terkecuali dengan *platform youtube* yang satu ini. Video-video pada akun *youtube* Museum KAA mengenai penyebaran informasi di Museum KAA, sebelum masa

pandemic Museum KAA pun sudah aktif dalam penyebaran informasi di platform *youtube* hanya saja jumlah tayangan sedikit, hal ini berbeda saat masa *pandemic* jumlah tayangan meningkat dan jumlah konten-konten yang diunggah oleh akun Museum KAA pun terjadwal setiap minggunya. Ditemukan bahwa saat masa *pandemic* konten-konten yang diunggah didominasi oleh live streaming atau siaran langsung kegiatan-kegiatan yang sedang berlangsung di Museum Konferensi Asia Afrika, kegiatan itu seperti *workshop*, *talkshow*, kunjungan daring, peringatan 66 tahun Asia Afrika, Bulan literasi, dan event-event lainnya yang di selenggarakan secara daring melalui jaringan internet.

6. Media Komunikasi Digital *Website* di Museum Konferensi Asia Afrika

Museum menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah bangunan yang diperlukan sebagai wadah untuk pameran bagi benda-benda yang harus dilindungi dan patut memperoleh perhatian masyarakat, contohnya seperti seni, peninggalan purba/sejarah, barang-barang kuno serta ilmu pengetahuan yang didapat dari benda-benda tersebut. Jika menurut *International Council of Museum (ICOM)*, museum ialah lembaga non profit yang sifatnya tetap sebagai pelayanan informasi masyarakat dan perkembangannya, tempat yang terbuka untuk umum serta berkecimpung dalam ranah pengumpulan, pelestarian, meneliti,

komunikasikan, dan memperlihatkan warisan-warisan sejarah manusia berkembang berupa benda maupun tak benda yang tujuannya untuk penelitian, pendidikan, hiburan dan rekreasi.

Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang terkena dampak *pandemic Covid-19*. Penyebaran virus ini begitu cepat sehingga pemerintah setempat berusaha agar penduduknya tidak terkena virus yang sedang menyebar ini, salah satu caranya ialah dengan mengeluarkan kebijakan PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan tetap berada dirumah selama kebijakan tersebut berlangsung. Tentunya dengan pemerintah mengeluarkan kebijakan tersebut, fasilitas-fasilitas umum ditutup hingga sekolah pun ikut ditutup guna memperkecil aktivitas tatap muka serta memperkecil penyebaran virus Covid-19. Masyarakat mulai bosan melakukan berbagai aktivitas dirumah (Sukaesih1 et al., 2020). Hal inilah yang mendukung para sektor pariwisata dan lembaga informasi untuk menghadirkan suatu inovasi terbaru yaitu layanan wisata virtual yang bisa dikonsumsi oleh masyarakat dengan hanya dari rumah saja (Sukaesih1 et al., 2020). Wisata virtual adalah wisata yang aktivitas dilakukan dari rumah saja dengan media perantara dan jaringan internet. Dengan inovasi ini masyarakat tidak perlu datang ke tempat dan cukup menyediakan media perantara perangkat

keras seperti televisi, komputer ponsel dan lainnya. Layanan wisata virtual yang tepat bagi masyarakat yang bosan dengan adanya kebijakan PSBB tersebut. Selain itu masyarakat juga membantu mendukung suatu lembaga informasi dan biro pariwisata agar tetap melayani masyarakat dengan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat itu sendiri, maka terjadilah pemenuhan kebutuhan informasi pengguna di masa *pandemic* Covid-19.

Lembaga informasi yang aktif bergerak pada masa *pandemic* serta sangat mengedepankan layanan daring bagi penggunanya terkhusus di luar kota Bandung ialah Museum Konferensi Asia Afrika. Penerapan komunikasi digital selama masa pandemi di Museum KAA sudah dilaksanakan dan terus berkembang sampai saat ini, salah satu penerapan komunikasi digital ialah Museum virtual dengan nama *website* <http://asianafrikanmuseum.org/en/virtualmuseum/> sampai saat ini Virtual Museum terus dikembangkan agar dapat memenuhi kebutuhan penggunanya. Museum virtual KAA ini sudah ada dari tahun 2012 namun dapat dilihat pada tahun 2021 sangat signifikan peningkatan kunjungan pada *website* virtual Museum KAA di masa *pandemic* seperti ini. Tidak lain ialah faktor dari masyarakat yang tidak bisa berkunjung ke Museum Konferensi Asia Afrika tapi ingin melihat dan

berekreasi secara virtual, bisa disebabkan oleh masa pandemi yang terus melonjak maupun pengunjung tersebut berasal dari luar kota Bandung sehingga tidak bisa mengunjungi Museum secara langsung. Pengunjung yang mengaplikasikan *virtual tour* Museum KAA di dominasi oleh tingkat pendidikan menengah dan perguruan tinggi, terlihat antusiasme pengunjung pada museum virtual ini agar memenuhi kebutuhan informasinya mengenai ilmu pengetahuan.

Saat kita membuka *website* <http://asianafrikanmuseum.org/en/virtualmuseum/> maka akan menampilkan beranda yang tertulis ada fitur Home, Tentang, Sejarah, Berita, *virtual tour*, Reservasi dan Struktur Organisasi. Fitur Home menampilkan berita-berita terkini dari Museum Konferensi Asia Afrika serta informasi lainnya yang melihatkan berbagai media komunikasi digital yang Museum KAA manfaatkan. Fitur Tentang menampilkan sejarah berdirinya Museum Konferensi Asia dan segala hal yang menyangkut lahirnya Museum KAA. Fitur Berita tentu saja menampilkan artikel-artikel yang berkaitan dengan aktivitas di Museum Konferensi Asia Afrika. Fitur *virtual tour* menampilkan Museum Konferensi Asia Afrika secara virtual atau daring yang dapat diaplikasikan jika anda mengklik fitur tersebut. Fitur reservasi menampilkan jika pengunjung ingin

melakukan kunjungan dengan jumlah peserta yang banyak, maka pengunjung tersebut harus melakukan reservasi terlebih dahulu baik mengunjungi via virtual maupun luring maka pengunjung dengan jumlah peserta banyak akan didampingi oleh pemandu wisata yang telah tersedia. Fitur struktur Organisasi menampilkan susunan kepengurusan di Museum Konferensi Asia Afrika.

Virtual tour museum merupakan salah satu fasilitas media komunikasi digital yang disediakan oleh Museum Konferensi Asia Afrika untuk penggunaannya serta tersedia dalam dua bahasa yaitu bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Jika ingin mengunjungi Museum Konferensi Asia Afrika secara virtual, hal pertama yang harus dilakukan ialah mengunjungi *website* <http://asian africanmuseum.org/en/virtualmuseum/> pada tampilan beranda terdapat fitur *virtual tour*, maka pengunjung akan langsung ditampilkan suasana Museum KAA panorama 360°. Panorama merupakan suatu tampilan terhadap suatu lingkungan yang luas dan tak putus maupun terpotong. Selain terdapat panorama didalam *virtual tour* pun terdapat fotografi panorama, fotografi panorama ialah sebuah metode fotografi yang menggunakan alat-alat khusus dan perangkat lunak berfungsi sebagai penangkap gambar dengan cara meluaskan atau melebarkan aspek pandangan (DWi, 2011). Hal tersebut

berbeda dengan memotret dengan cara biasa yang jika dilihat gambar tersebut hanya datar dan tidak memiliki ruang. Dalam *virtual tour* menyediakan penggambaran panorama yang mirip pemandangan asli dari suatu tempat. Dengan begitu pengguna dapat mendeskripsikan yang lebih baik ketika melihat panorama yang ditampilkan dalam *virtual tour* secara menyeluruh.

Jika ingin dipandu oleh pemandu wisata Museum KAA menyediakan fasilitas yang bernama “SI BARON” atau Sami- Sami Belajar Online, fasilitas tersebut bisa dinikmati oleh pengguna dengan melakukan reservasi pada fitur reservasi yang terdapat pada beranda awal *website* Museum Konferensi Asia Afrika. Fasilitas “SI BARON” merupakan inovasi terbaru yang berfungsi sebagai pemandu wisata di *virtual tour* Museum KAA yang akan didampingi oleh pemandu wisata berkompeten di bidangnya. Selanjutnya jika sudah melakukan reservasi pada fasilitas “SI BARON” maka pihak pengelola Museum KAA akan memberitahukan jadwal yang akan berlangsung pada *virtual tour*nya. Jika tidak didampingi oleh pemandu wisata atau “SI BARON” maka pengguna perlu mengetahui fitur-fitur pada *virtual tour* Museum KAA yang nantinya akan mempermudah dalam wisata virtual dan tidak perlu khawatir jika tidak menggunakan fasilitas “SI BARON”

pengguna bisa mendengarkan cerita-cerita secara audio visual dengan menggunakan fitur suara dengan cukup menekan tombol suara pada spot-spot yang pengguna akan diketahui informasinya. Inovasi baru ini cukup membantu pengguna dalam memahami informasi yang disampaikan melalui virtual. Langkah-langkah jika pengguna menggunakan fasilitas “SI BARON” pengguna akan diberi jadwal *virtual tour* Museum KAA dan diberi *link Zoom*. *Zoom* ialah aplikasi *zoom meeting* yang digunakan sebagai media komunikasi digital dan media perantara interaksi antara satu sama lain melalui jaringan internet (Wulandari et al., 2021). Aktivitas *virtual tour* dengan fasilitas “SI BARON” mengundang peserta *virtual tour* untuk menghadiri pada aplikasi *zoom*. Satu persatu peserta *virtual tour* sudah masuk pada aplikasi *Zoom* setelah itu staf pengelola Museum KAA menjadi pembawa acara yang bertindak sebagai penanggung jawab acara *virtual tour*, pembawa acara menyampaikan susunan acara *virtual tour*. Selanjutnya staff pengelola Museum KAA lainnya bertindak sebagai penyampai materi mengenai Sejarah Museum Konferensi Asia Afrika. Museum KAA memulai aktivitas *virtual tour* melalui komunikasi digital selama 2 jam acara terjadi interaksi tanya jawab antara narasumber dengan peserta *virtual tour*.

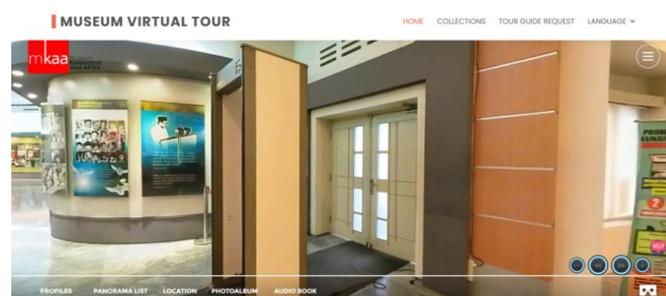
Fitur-Fitur pada *virtual tour* Museum KAA terdapat *Profile*, *Panorama List*, *Location*, *Photo Album*, *Audio Book*. Masing-masing dari fitur tersebut mempunyai fungsinya masing-masing, fitur *Profile* menampilkan kisah lahirnya Museum Konferensi Asia Afrika dalam dua bahasa Indonesia dan Inggris. Fitur *Panorama list* menampilkan gambar 360° dari spot-spot yang berbeda namun tetap di ruangan Museum KAA, spot-spot pada fitur *Panorama List* menampilkan 63 spot dari sudut yang berbeda-beda di dalam Museum Konferensi Asia Afrika. Fitur *Photo Album* menampilkan photo-photo proses berdirinya Museum Konferensi Asia Afrika dan proses lahirnya Konferensi Asia Afrika itu sendiri. Fitur *Audio Book* menampilkan buku-buku yang berkaitan dengan perjuangan Konferensi Asia Afrika, pada fitur *audio book* Museum KAA menyediakan fasilitas buku dengan judul “*Bandung The Connection*” yang mana pada fitur tersebut pengguna hanya perlu mendengarkan melalui file suara yang telah tersedia yang berjumlah 30 episode. Fitur *Location* tentu saja menampilkan letak dari Museum Konferensi Asia Afrika di Bandung Jl. Asia Afrika No.65, Braga, Kecamatan Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat Kode Pos 40111 Telepon 022-4233564.

Virtual tour Museum KAA tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan,

kelebihannya yaitu dapat menjangkau pengguna yang berasal dari luar Kota Bandung maupun luar negeri untuk memenuhi kebutuhan informasinya serta dapat melihat koleksi-koleksi di Museum KAA hanya dengan di rumah saja. Informasi yang didapatkan pengguna tentunya dapat diuji keabsahannya, pasalnya informasi yang telah tersedia pada media komunikasi digital sudah melalui kurasi dari tim pengelola media social Museum Konferensi Asia Afrika. Menurut informan 1 museum virtual pun mempunyai kekurangannya dalam segi komunikasi dan penyampaian informasi yang tidak maksimal, disebabkan jika pengguna tidak menggunakan layanan “SI BARON” pengguna tidak akan merasakan pengalaman dan mendapatkan informasi dengan lengkap seperti dipandu langsung saat di Museum, tetapi Museum Konferensi Asia Afrika berusaha meningkatkan layanan komunikasi digital dengan penambahan konten untuk disematkan pada Museum Virtual KAA.

Penyebaran informasi dengan pemanfaatan media komunikasi digital berbasis *website* wisata *virtual tour* yang dilakukan oleh Museum Konferensi Asia Afrika sebagai penghubung antara pengguna dengan pemandu wisata maupun edukator Museum KAA. Hal ini dinilai cukup efektif dalam menyebarkan informasi disebabkan terjadinya

komunikasi dua arah dengan menggunakan jaringan internet. Pemandu wisata dapat menyampaikan informasi secara *real time* dan tentunya pengguna dapat bertanya kepada pemandu jika merasa ada yang ingin ditanyakan.



Gambar 8. Museum *Virtual Tour*

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 9. Virtual Tour Dengan Menggunakan Zoom Meeting

Sumber: Youtube AsiaAfricaMuseum

E. KESIMPULAN (*CONCLUSION*)

Museum Konferensi Asia Afrika ialah salah satu Museum di Bandung yang bergerak di masa *pandemic* Covid-19. Transformasi digital dalam penyebaran informasi kepada penggunanya menjadi solusi terbaik dengan kondisi seperti ini. Museum Konferensi Asia Afrika sangat mengedepankan pengembangan media komunikasi digitalnya seperti *Instagram*,

Facebook, Twitter, Youtube dan *Virtual tour*. Hingga saat ini Museum Konferensi Asia Afrika terus membuat inovasi baru dan berkembang dalam media komunikasi digitalnya. Pemanfaatan media komunikasi *virtual tour* menjadi solusi bagi pengguna untuk memenuhi kebutuhan informasinya mengenai museum KAA. *Virtual tour* Museum KAA membuat inovasi baru dengan layanan “SI BARON” Sami Sami Belajar Online, layanan tersebut berfungsi sebagai pemandu wisata secara virtual. Peserta *virtual tour* dapat melihat-melihat koleksi-koleksi dan suasana di Museum KAA tanpa harus datang ke tempat cukup berdiam diri dirumah dan mempunyai jaringan internet yang memadai. Meski dalam pemanduan wisata *virtual tour* hanya menggunakan platform *Zoom* tidak menyebabkan interaksi antara peserta dengan pemandu wisata. Media komunikasi digital memang memberikan kemudahan untuk Museum Konferensi Asia Afrika, pasalnya pihak pengelola Museum dapat melakukan penyebaran informasi mengenai Museum KAA pada media komunikasi digital. Satu-satunya kelemahan dari pemanfaatan media komunikasi digital terdapat pada jaringan internet yang tidak memadai hal tersebut akan menghambat proses penyebaran informasi.

DAFTAR PUSTAKA (*REFERENCES*)

BUKU

Ade, I., & Wan, R. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Trans Info Media.

Deddy Mulyana. (2016). *Suatu Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT REMAJA ROSDAKARYA

ARTIKEL JURNAL

Andhika, A. (2019). PENGGUNAAN VIDEO PROMOSI WISATA MELALUI YOUTUBE UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATAWAN KE PROVINSI KALIMANTAN SELATAN. *MUTAKALLIMIN; Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2 (2).

Attaymini, R. (2020). Pemanfaatan Facebook selama Masa Pandemi Covid-19 Di Masjid Nurul Huda, Ngoto, Sewon, Bantul, Yogyakarta. *PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 3 (1), 34–46.

Ayun. (2015). Fenomena Remaja Dalam Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Channel*, 3 (2), 1–16.

Bawden, D. (2017). *Information and digital literacies : a review of concepts*. April 2001. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000007083>

Berthon, Pitt, P. & S. (2015). Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers: Implications for international marketing strategy. *Business Horizons*, 55 (3), 261–271. doi:<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2012.01.007>

Chandra. (2018). Pengguna Facebook Terbanyak ke 4. *Kompas.Com*. <https://tekno.kompas.com/read/2018/0%0A3/02/08181617/indonesia-pengguna%02facebook-terbanyak-ke-4-di-dunia/>

DWi, D. (2011). *A2-10 - DIDIK_DWI_P -*

VIRTUAL TOUR BERBASIS WEB.pdf.

Fauzi, S. (2021). Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Penyebaran Informasi Oleh Dinas Komunikasi dan Informatika. *Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*, 13 (1), 52–58.

Frommer. (2010). Here's how to use Instagram. Retrieved from *Business Insider*.

Musiin, & Eko, R. (2020). *Literasi Digital Nusantara* (R. Giovanni (ed.)). ANDI.

Nurrudin. (2012). *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Buku Litera.

Siregar, M. S. (2020). *Universitas Sumatera Utara*.

Sukaesih¹, Khadijah¹, U. L. S., Rukmana¹, E. N., Ningsih¹, A. . R., Ariyan¹, P. M., Angelina¹, R. B., Syifa¹, R. N., & Yuliani¹. (2020). Wisata Virtual Pada Perpustakaan Digital Selama Masa Pandemi Covid-19. *Tornare - Journal of Sustainable Tourism Research*, 2 (3), 63–77.

Wulandari, Y. F., Caesariano, L., Murtiadi, & Bastian, Y. (2021). Virtual Tour Sebagai Media Komunikasi Digital Dalam Pelayanan Museum Kehutanan Di Masa Pandemi Covid-19. *Media Penyiaran*, 1 (1), 9–15.

Yulianti Fajar Wulandari, Lymbarski Caesariano, Murtiadi, Y. B. (2021). *Virtual Tour Sebagai Media Komunikasi Digital Dalam Pelayanan Museum*. 01, 9–15.

Inta Leliana, Gogali, Vannesa Agusta. (2019). *Strategi Humas Kementerian Perindustrian Dalam Menginformasikan Layanan Publik Melalui Youtube*. 110-119

Fatmawati, endang. *Kebutuhan Informasi Pustaka Dalam Teori Dan Praktek*.

Mayasari Silvina, Clavinda. (2018). *Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museun Nasional Indonesia (MNI) Kepada Masyarakat*. 9 (2)