JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)
http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm
Vol. 9, No. 4, Agustus 2025, Hal. 3335-3350
e-ISSN 2614-5758 | p-ISSN 2598-8158
Crossref : https://doi.org/10.31764/jmm.v9i4.32154

MENGENALKAN KEAJAIBAN NTT MELALUI MUSEUM: STRATEGI KREATIF UNTUK MENGGUGAH MINAT GENERASI MUDA

Viktorianus Mahendra Da Lopez[1*], Yonas Ferdinand Riwu[2], Dyah Wahyu Nastiti[3], I Nyoman Arya Wiguna[4], Herlina Helmy Klau[5], Sergius Fribontius Bon[6], I Komang Arthana[7]
[1,2,3,4] Program Studi Manajemen, Universitas Nusa Cendana, Indonesia
[5,6]Program Studi Akuntansi, Universitas Nusa Cendana, Indonesia
[7]Program Studi Magister Manajemen, Universitas Nusa Cendana, Indonesia
viktorianus.da.lopez@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Museum sebagai penjaga warisan budaya mengalami penurunan minat dari generasi muda, padahal memiliki potensi sebagai ruang edukatif yang menyenangkan. Kegiatan ini bertujuan untuk mendorong partisipasi generasi muda dalam mengenalkan keajaiban NTT melalui strategi kreatif berbasis media sosial dan melatih softskill penggunaan media sosial. Metode yang digunakan meliputi penyuluhan oleh dua narasumber dan workshop oleh satu narasumber, dengan fokus pada peran museum serta pelatihan pembuatan konten promosi. Kegiatan dilaksanakan di Aula UPTD Museum Daerah Provinsi NTT dan melibatkan 84 peserta (69 siswa dan 15 guru dari 15 SMA/SMK). Evaluasi dilakukan melalui angket (sebanyak 5 soal) untuk mengukur kepuasan dan minat siswa menjadi digital ambassador. Hasil menunjukkan 97% peserta merasa puas dan 100% siswa aktif membuat dan mengunggah konten promosi museum ke media sosial. Namun, lima sekolah masih memerlukan pelatihan tambahan. Kegiatan ini disarankan untuk dilakukan secara berkala dan konten siswa dipublikasikan melalui kanal resmi museum untuk meningkatkan literasi budaya generasi muda.

Kata Kunci: Museum Daerah Provinsi NTT; Konten Kreatif; Media Sosial; Strategi Kreatif.

Abstract: *Museums as guardians of cultural heritage have experienced a decline in interest from the younger generation, even though they have the potential to be fun educational spaces. This activity aims to encourage the participation of the younger generation in introducing the wonders of NTT through creative strategies based on social media and training soft skills in using social media. The methods used include counseling by two speakers and a workshop by one speaker, focusing on the role of museums and training in creating promotional content. The activity was carried out in the Hall of the NTT Provincial Museum UPTD and involved 84 participants (69 students and 15 teachers from 15 high schools/vocational schools). The evaluation was carried out through a questionnaire (5 questions) to measure student satisfaction and interest in becoming digital ambassadors. The results showed that 97% of participants were satisfied and 100% of students actively created and uploaded museum promotional content to social media. However, five schools still need additional training. This activity is recommended to be carried out periodically and student content published through the museum's official channels to improve cultural literacy for the younger generation.*

Keywords: *Regional Museum of East Nusa Tenggara; Creative Content; Social Media; Creative Strategy.*

Article History:
Received: 12-06-2025
Revised : 23-06-2025
Accepted: 24-06-2025
Online : 01-08-2025

This is an open access article under the CC–BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Era digital telah mentranformasikan cara informasi diproses, disebarluaskan, dan diakses. Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk cara museum memamerkan, meneliti, dan mengomunikasikan warisan budaya (Legêne et al., 2016). Dalam konteks ini, museum sebagai lembaga penjaga warisan fisik dan intelektual, atau setidaknya di masyarakat pasca industri, beroperasi dalam budaya digital yang dinamis. Pemanfaatan TIK dalam museum terus berkembang, membuka peluang baru dalam pembuatan makna dan keterlibatan masyarakat, terutama generasi muda yang tumbuh dalam ekosistem digital (Erwin Permana et al., 2024). Dengan demikian, museum perlu beradpatasi agar tetap relevan dan manarik bagi pengunjung. Transformasi ini menjadi tantangan sekaligu peluang bagi museum untuk meningkatkan interkasi dengan masyarakat.

Museum memiliki peran krusial sebagai ruang edukasi yang memperkenalkan peradaban kepada masyarakat. Untuk meningkatkan daya ingat dan pengalaman belajar menarik, konsep *mnemonic* dapat diintegrasikan. *Mnemonik* merupakan salah satu cara untuk meningkatkan daya ingat dengan mengaktifkan otak kanan dengan membuat cerita, lagu, atau irama serta berimajinasi, sehingga lebih mudah untuk mengingat informasi, catatan, dan lain-lain (Putra, 2024). Dengan car aini, informasi menjadi mudah diingat. Konten digital yang dihasilkan dapat menjadi media yang ampuh dalam penyaluran edukasi kepada masyarkat. Selain itu, konten digital juga berfungsi sebagai teknik pemasaran yang manarik di banyak madia. Menurut (Erwin Permana et al., 2024), *content marketing* memiliki efek jangka panjang dalam membangun hubungan dengan pelanggan melalui media berupa gambar, audio, video, *blog*, dan bentuk media lainnya.

Secara formal menurut Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2015 tentang museum, museum didefinisikan sebagai lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengkomunikasikannya kepada masyarakat. Berdasarkan konferensi umum ICOM (International Council of Museums) yang ke-22 di Wina, Austria, pada 24 Agustus 2007, museum didefinisikan sebagai lembaga tetap yang tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat dan kemajuan mereka. Museum terbuka untuk umum dan berfungsi untuk mengumpulkan, merawat, meneliti, mengomunikasikan, dan memamerkan warisan budaya dan lingkungannya baik secara kebendaan maupun takbenda untuk tujuan penelitian, pendidikan, dan rekreasi (KEMENDIKBUDRISTEK, 2019). Museum dibagi menjadi tiga kategori menurut ICOM diantaranya museum nasional, museum regional, dan museum local (Kresnatama et al., 2020). Kategori ini membantu dalam pengelolaan dan pengembangan museum sesuai dengan konteks local dan nasional.

Museum Daerah Provinsi NTT merupakan museum regional. Berdiri nya Museum Daerah Provinsi NTT tidak terlepas dari Proyek Pelita - Bidang Kebudayaan, Museum Daerah Provinsi Nusa Tenggara Timur didirikan pada tahun 1977/1978 dan dikelola oleh Kanwil Departemen Pendidikan dan Kebudayaan NTT. Berdasarkan SK Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.01/1991, resmi berdiri sebagai UPT pada 9 Januari 1991. Sesuai dengan UU No. 22/1999, pada tahun 2000, Kanwil Pendidikan dan Kebudayaan Pemprov NTT diberi wewenang untuk mengelolanya. Museum pertama kali berada di bawah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata berdasarkan PP No.41/2007, tetapi pada tahun 2014 beralih ke Dinas Pendidikan dan Kebudayaan. Sejak 1 Januari 2017, namanya berubah menjadi Bidang Kepurbakalaan dan Permuseuman. Pada tahun 2020, namanya diubah menjadi UPTD Museum NTT oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi NTT (Kemendikbudristek, 2021).

Museum Daerah Prov.NTT menjadi salah satu pilihan destinasi wisata edukatif bagi anak-anak sekolah maupun pengunjung umum yang ada di Nusa Tenggara Timur, khususnya Kota Kupang. Menurut wawancara Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dengan Kepala UPTD Museum Daerah Provinsi NTT, tingkat kunjungan wisatawan ke museum sudah mencapai target yang diharapkan, yaitu 20.000 kunjungan/Tahun. Kunjungan ini berasal dari akses langsung dan media social. Namun Kepala UPTD berharap bahwa tingkat kunjungan ini bisa ditingkatkan lagi dengan melakukan promosi secara intens melalui media sosial. Sayngnya, ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang memadai untuk pengelolaan media social masih menjadi kendala. Kurangnya SDM yang terlatih menyebabkan pengelolalaan media social museum kurang optimal.

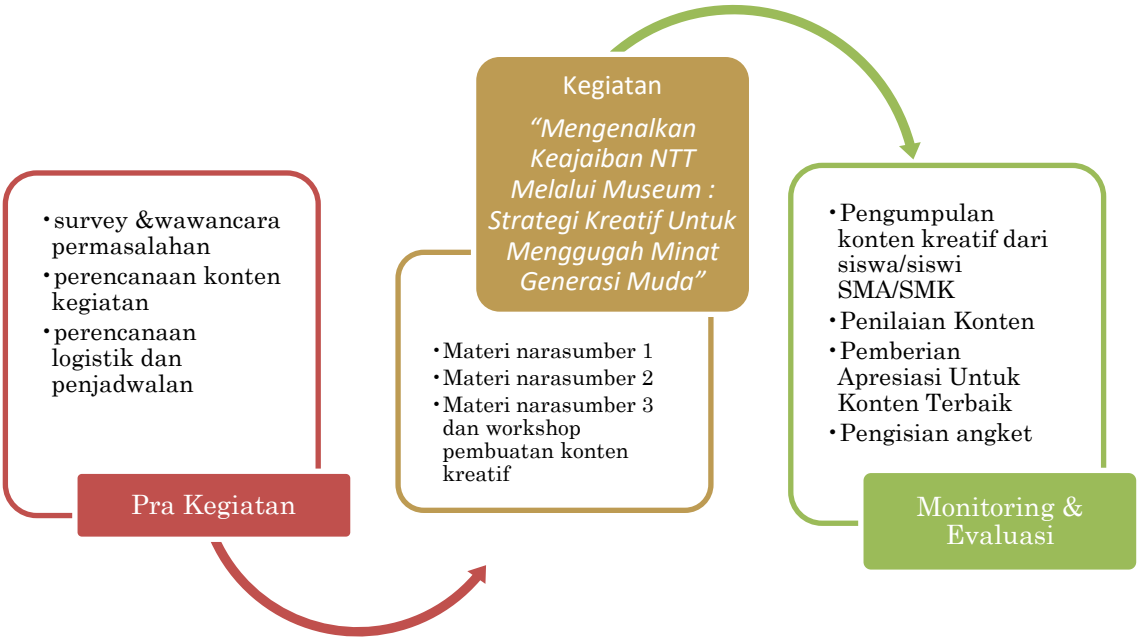
Media sosial adalah alat popular dalam membangun hubungan antara pelanggan dan sebuah merek (Arora et al., 2019). Media sosial juga mampu merubah konsumen menjadi seorang partisipan yang aktif dan menjadi rekan bagi merek untuk penciptaan cerita yang menarik (De Vries & Carlson, 2014; Hollebeek et al., 2019). Teori ini sangat relevan dengan permasalahan yang dihadapi Museum Daerah NTT dalam meningkatkan engagement media sosial dan menarik minat generasi muda. Media sosial bukan hanya alat promosi, tetapi juga dapat menjadi sarana interaksi dua arah antara museum dan audiensnya. Penelitian Ariyani (2023) menunjukkan bahwa efektivitas promosi dari museum benteng *vredereburg* dinilai cukup berhasil dari sisi membangunawareness, membuat responden mencoba produk yang ditawarkan museum *(trial)* dan membuat sebagian responden terus menggunakan produk yang dipromosikan museum *(reinforcement)*. Dengan strategi yang tepat, museum dapat mengubah pengikutnya dari sekadar konsumen pasif menjadi partisipan aktif yang ikut serta dalam menciptakan cerita dan pengalaman berharga mengenai warisan budaya NTT.

Ke depannya, Museum Daerah Prov.NTT harus lebih aktif dalam mendorong interaksi, misalnya dengan mengadakan kontes foto atau video,

sesi tanya-jawab langsung (live streaming), serta kampanye berbasis partisipasi seperti user-generated content dan pendekatan interpretatif. Pendekatan ini bertujuan agar pengunjung dapat menghargai koleksi, bermain permainan interaktif, melihat dan menganalisis artefak, dan mengambil dokumentasi yang menarik di lingkungan museum (Renold et al., 2023). Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan memberikan workshop kepada pegawai museum dan pelajar mengenai strategi kreatif dalam pengelolaan media sosial. Pegawai museum akan dibekali pengetahuan tentang konten yang menarik, bagaimana menggunakan storytelling untuk memperkuat daya tarik koleksi museum, serta memanfaatkan platform digital seperti Instagram dan TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih luas serta membangun kerjasama yang baik dengan anak muda, khususnya pelajar SMA/SMK. Melalui pelatihan ini, museum dapat meningkatkan interaksi dan memastikan bahwa warisan budaya tetap relevan dan menarik di era digital.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan pada kegiatan *"Mengenalkan Keajaiban NTT Melalui Museum: Strategi Kreatif Untuk Menggugah Minat Generasi Muda"* menggunakan metode penyuluhan dan workshop. Penyuluhan dilakukan oleh dua narasumber, sedangkan *workshop* dilakukan oleh satu narasumber. Penyuluhan berfokus pada tema peran museum sebagai penjaga warisan budaya dan identitas daerah serta tata kelola museum berbasis edukasi dan partisipasi generasi muda. Sedangkan workshop berfokus pada mengajarkan kepada siswa/siswi untuk membangun strategi kreatif sebagai *digital ambassador* untuk membangun daya tarik budaya melalui media sosial, dengan meningkatkan keterampilan praktis siswa/siswi dalam pengelolaan media sosial dan pembuatan konten kreatif. Kegiatan ini dilaksanakan di Aula UPTD Museum Daerah Provinsi NTT dan melibatkan 84 siswa dari puluhan SMA/SMK yang ada di Kota Kupang dan ditunjuk langsung oleh Kepala UPTD Museum Daerah Provinsi NTT melalui Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi NTT dan beberapa pegawai dari UPTD Museum Daerah Provinsi NTT. Langkah-Langkah pelaksanaan kegiatan dapat dilihat secara rinci pada Gambar 1.



Gambar 1. Langkah-Langkah Pelaksanaan Kegiatan (2025)

Pra kegiatan dimulai dengan melakukan survey dan wawancara dengan Kepala UPTD Museum Daerah Provinsi NTT. Survey dan wawancara dilakukan untuk menangkap permasalahan yang terjadi di museum terkait promosi media sosial, pengelolaan koleksi benda, dan kondisi dari kesiapan Sumber Daya Manusia yang ada dalam menghadapi era digital. Setelah mendapatkan permasalahan yang ada, maka tim pelaksana kegiatan menyusun rencana materi yang akan dibawakan oleh para narasumber. Narasumber yang dilibatkan dalam kegiatan ini adalah Kepala UPTD Museum Daerah Provinsi NTT, Akademisi Profesional dalam bidang *good governance* dan manajemen perubahan, dan *Influencer* media sosial *Instagram* dari Kota Kupang. Materi-materi yang dibawakan narasumber diantaranya: (1) Menjelajahi Keajaiban NTT: Peran Museum sebagai Penjaga Warisan Budaya dan Identitas Daerah; (2) Tata Kelola Museum Berbasis Edukasi dan Partisipasi Generasi Muda; (3) Museum di Era Digital: Strategi Kreatif Membangun Daya Tarik Budaya melalui Media Sosial; dan (4) Workshop pembuatan konten kreatif untuk media sosial.

Setelah kegiatan ini dilaksanakan, siswa/siswi SMA/SMK yang hadir diajak untuk mengikuti kompetisi pembuatan konten kreatif untuk promosi Museum Daerah Provinsi NTT. Konten kreatif yang dibuat kemudian akan dinilai oleh *influencer* yang menjadi narasumber untuk dipilih tiga konten terbaik. Para pemenang kemudian diberikan sertifikat dan hadiah uang. Penilaian seperti ini digunakan untuk meningkatkan partisipasi siswa dalam mengikuti lomba tersebut dan sekaligus membantu promosi digital melalui konten media sosial untuk meningkatkan *awareness* masyarakat, khususnya di Kota Kupang untuk melihat kondisi museum saat ini, koleksi yang dimiliki serta informasi lainnya yang dapat diperoleh melalui konten

tersebut. Evaluasi juga dilakukan melalui pengisian angket untuk para siswa. Angket ini diberikan untuk menilai kepuasan siswa dalam mengikuti kegiatan serta mengukur kemauan siswa untuk menjadi *digital ambassador* bagi Museum Daerah Provinsi NTT.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pra Kegiatan

Pra kegiatan dimulai dengan melakukan observasi dan wawancara awal dengan Kepala UPTD Museum Daerah Provinsi NTT. Observasi dan wawancara awal ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang sedang dihadapi oleh museum terkait dengan promosi dan pengelolaan media sosial. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa museum saat ini sudah memiliki media sosial, namun kekurangan Sumber Daya Manusia yang dapat mengelola media sosial tersebut. Disamping itu, museum juga sangat membutuhkan peran anak muda dalam pelestarian museum serta membutuhkan keterlibatan anak muda untuk mempromosikan koleksi museum kepada masyarakat luas. Kepala UPTD Museum Daerah Provinsi NTT juga berharap bahwa kedepannya, museum juga berperan aktif dalam membagikan informasi penting mengenai koleksinya, sehingga dapat dijadikan referensi bagi masyarakat, khususnya anak muda ketika membutuhkan informasi dalam membuat konten digital.

Setelah mengkaji permasalahan yang terjadi, maka selanjutnya tim pengabdian menyusun konten yang akan dibawakan selama kegiatan dan memilih tiga narasumber untuk dilibatkan dalam kegiatan ini, yaitu Kepala UPTD Museum Daerah Provinsi NTT, Akademisi, dan *influencer*. Masing-masing narasumber diberikan tema berbeda yang akan dibawakan dan tema ditentukan oleh tim pengabdian. Tema yang diangkat berfokus pada perkenalan museum, pengelolaan museum berbasis edukasi dan partisipasi anak muda, serta membangun strategi promosi yang efektif bagi museum dengan menggunakan media sosial. Kegiatan dijadwalkan pada tanggal 23 Mei 2025 di aula UPTD Museum Daerah Provinsi NTT. Pada sisi logistik, tim pengabdian menyediakan segala kebutuhan yang digunakan untuk presentasi pemateri, mempersiapkan kunjungan siswa/siswi kedalam museum, serta menyusun mekanisme lomba pembuatan video promosi oleh siswa SMA/SMK. Seluruh logistik dapat disediakan dengan lengkap oleh tim pengabdian.

2. Penyajian Materi Kegiatan

Materi-materi yang disajikan kepada para peserta dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

a. Menjelajahi Keajaiban NTT: Peran Museum Sebagai Penjaga Warisan Budaya dan Identitas Daerah

   Museum memiliki dasar hukum yang jelas untuk menjaga warisan budaya. Di Indonesia, peran museum dilindungi oleh berbagai undang-

undang, seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya, yang menekankan pentingnya pelestarian benda, bangunan, dan situs yang memiliki nilai sejarah dan budaya. Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2015 tentang Museum memperkuat fungsi museum sebagai lembaga yang bertugas mengumpulkan, merawat, mengamankan, dan memanfaatkan benda-benda bernilai budaya untuk kepentingan pendidikan, peneliti, Dengan dasar hukum ini, museum dianggap tidak hanya sebagai tempat penyimpanan barang antik, tetapi juga sebagai lembaga resmi dengan tugas strategis untuk menjaga keberlanjutan warisan budaya bangsa. Dasar hukum lainnya yang berkaitan dengan museum adalah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang pemajuan kebudayaan, Permendikbudristek Nomor 28 Tahun 2022, seperti terlihat pada Gambar 2.

Gambar 2. Narasumber 1 Menjelaskan Tentang Peran Museum (2025)

Narasumber pertama menjelaskan bahwa museum memainkan peran penting dalam menjaga warisan budaya. Melalui aktivitas konservasi, dokumentasi, dan penyajian kembali artefak budaya kepada publik, museum berfungsi sebagai wadah pelestarian. Museum mengumpulkan barang-barang dengan nilai sejarah dan budaya untuk disimpan dan dirawat secara profesional. Aktivitas ini tidak hanya mempertahankan bentuk fisik benda, tetapi juga mempertahankan ingatan kolektif tentang hubungannya dengan masyarakat (Batubara & Maulida, 2024). Museum juga membantu menjaga narasi sejarah agar tidak hilang ditelan waktu melalui dokumentasi yang cermat dan ilmiah. Museum tidak hanya melakukan konservasi, tetapi juga berfungsi sebagai tempat penting untuk pendidikan dan literasi budaya (Mirjaz & Abioso, 2023). Generasi muda dapat belajar tentang sejarah budaya mereka secara langsung dari museum, tempat belajar yang menyenangkan dan kontekstual. Museum meningkatkan pemahaman dan kesadaran budaya masyarakat melalui pameran, program edukasi, lokakarya, dan kunjungan sekolah. Identitas lokal seringkali dihilangkan oleh

arus globalisasi yang cepat, sehingga peran ini sangat penting. Di sinilah museum berfungsi sebagai penjaga nilai-nilai lokal dengan cara yang menarik dan informatif.

Museum juga berfungsi sebagai tempat reaktualisasi budaya, artinya, mereka menampilkan budaya sebagai sesuatu yang tidak bergerak dan masa lalu, tetapi sebagai sesuatu yang masih hidup dan dapat dihidupkan kembali dalam konteks kontemporer. Bentuk nyata dari peran ini adalah acara seperti pertunjukan seni, festival budaya, dan kerja sama dengan seniman lokal (Chatulistiwa et al., 2024). Museum adalah tempat di mana orang dapat berbicara tentang masa lalu, sekarang, dan masa depan. Di sana, budaya lokal dapat berkembang sesuai dengan perubahan zaman. Museum juga berfungsi untuk menyimpan sejarah identitas kolektif masyarakat. Museum menampilkan sejarah, perjuangan, dan prinsip-prinsip komunitas atau daerah. Pada sesi ini, pemateri memberikan contoh tentang masyarakat dapat mendapatkan wawasan tentang warisan budaya masyarakat helong melalui koleksi yang ada di Museum. Museum memberikan wawasan tentang kekayaan budaya yang harus dibanggakan dan diwariskan kepada masyarakat, serta membantu mereka memahami identitas mereka. Untuk membangun identitas daerah yang kuat dan meningkatkan rasa memiliki terhadap budaya sendiri, fungsi ini sangat penting.

Dalam kaitannya dengan pariwisata, museum juga menjadi destinasi wisata budaya yang menarik sebagai eduwisata (Ditha et al., 2021). Banyak wisatawan lokal maupun mancanegara yang menjadikan museum sebagai salah satu tujuan utama saat mengunjungi sebuah daerah. Museum yang dikelola dengan baik bisa memberikan pengalaman wisata yang edukatif sekaligus menghibur. Ini membuka peluang ekonomi bagi daerah dan memperkuat posisi museum sebagai penghubung antara pelestarian budaya dan pengembangan ekonomi kreatif. Namun demikian, tantangan utama yang masih dihadapi oleh UPTD Museum Daerah Provinsi NTT adalah rendahnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya pelestarian budaya, khususnya budaya NTT. Banyak orang masih memandang budaya hanya sebagai sesuatu yang kuno dan tidak relevan dengan kehidupan modern. Padahal, pelestarian budaya adalah upaya menjaga jati diri bangsa dan daerah di tengah perubahan zaman. Oleh karena itu, Museum Daerah Provinsi NTT perlu terus melakukan pendekatan kreatif dan inklusif untuk membangun kesadaran dan partisipasi masyarakat, agar warisan budaya tidak hanya disimpan, tetapi juga dihargai dan dijaga bersama-sama.

b. Tata kelola Museum Berbasis Edukasi dan Partisipasi Generasi Muda
Sesi pemaparan materi yang dibawakan oleh narasumber berikutnya membahas beberapa elemen penting dari manajemen museum yang efektif. Pertama, dibahas tentang definisi dan tujuan manajemen museum. Museum harus diatur, dikelola, dan dikembangkan secara profesional agar dapat mempertahankan warisan budaya, menjadi pusat pendidikan, dan menjadi tempat publik yang inklusif. Ini disebut sebagai tata kelola museum. Tujuan utamanya adalah museum yang tidak hanya akan menyimpan barang bersejarah tetapi juga akan menjadi tempat hidup yang hidup, menarik, dan relevan dengan perkembangan zaman. Narasumber juga menekankan betapa pentingnya memiliki struktur organisasi yang baik untuk museum dan pengelolaan sumber daya manusia yang ada di Museum. Untuk meningkatkan akuntabilitas lembaga, struktur organisasi yang jelas dan fungsional memungkinkan pembagian tugas dan tanggung jawab yang proporsional, yang memungkinkan koordinasi antarbidang kerja di UPTD Museum Daerah Provinsi NTT. Museum juga penting untuk bekerja sama dengan melibatkan pemerintah, dunia usaha, akademisi, media massa, dan komunitas. Pengembangan museum melibatkan banyak faktor, termasuk dukungan kebijakan pemerintah daerah, inovasi teknologi dan anggaran dari dunia usaha, peningkatan pengkajian dan advokasi akademisi, paparan media massa, dan partisipasi dalam kegiatan komunitas (khususnya anak muda) dan masyarakat (Andina, 2024), seperti terlihat pada Gambar 3.

Gambar 3. Narasumber 2 Menjelaskan Tentang Tata kelola Museum (2025)

Poin berikutnya yang dibahas adalah mengenai pengelolaan sumber daya manusia (SDM) di museum. Dalam hal ini, SDM tidak hanya dilihat sebagai pelaksana teknis, tetapi sebagai penggerak utama dalam menghadirkan pengalaman berkunjung yang berkualitas. Pengelolaan SDM yang baik mencakup pelatihan berkelanjutan, penguatan kapasitas kuratorial, dan pengembangan keterampilan dalam komunikasi publik serta teknologi informasi (Djalante, 2025).

Selain pengelolaan internal, strategi pemasaran dan pengembangan pengunjung juga menjadi sorotan. Museum dituntut untuk menyusun strategi promosi yang kreatif, adaptif, dan mampu menjangkau berbagai segmen masyarakat, terutama generasi muda. Pendekatan storytelling, kolaborasi dengan komunitas lokal, serta pemanfaatan media sosial merupakan beberapa strategi yang dapat digunakan untuk menarik minat pengunjung sekaligus membangun hubungan emosional dengan konten budaya yang ditampilkan. Terakhir, ditekankan juga tentang pentingnya evaluasi dan akuntabilitas dalam tata kelola museum. Evaluasi secara berkala diperlukan untuk menilai kinerja program dan pelayanan museum, sedangkan akuntabilitas menjadi dasar kepercayaan publik terhadap pengelolaan museum sebagai lembaga yang terbuka dan bertanggung jawab.

Setelah sesi pemaparan selesai, acara dilanjutkan dengan sesi diskusi yang memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengajukan pertanyaan. Penanya pertama menyampaikan ketertarikan terhadap bagaimana tata kelola museum saat ini bisa bertransformasi dengan bantuan teknologi, khususnya kecerdasan buatan (AI). Pertanyaan ini membuka wacana baru tentang bagaimana museum dapat mengintegrasikan AI dalam pelestarian koleksi, peningkatan interaksi digital, dan pengalaman kunjungan yang lebih personal. Penanya kedua bertanya tentang tujuan dari strategi kreatif yang digunakan untuk menggugah minat generasi muda di Nusa Tenggara Timur. Dalam tanggapan yang disampaikan, dijelaskan bahwa pendekatan kreatif bertujuan untuk menjembatani jarak antara budaya tradisional dan gaya hidup modern generasi muda, sehingga budaya lokal bisa tetap relevan dan hidup dalam keseharian mereka. Sementara itu, penanya ketiga mengangkat isu bagaimana teknologi mampu meningkatkan pengalaman berkunjung ke museum. Teknologi seperti augmented reality (AR), virtual reality (VR), dan aplikasi digital dinilai dapat membuat narasi sejarah dan budaya menjadi lebih hidup, interaktif, dan mudah dipahami oleh generasi yang tumbuh dalam era digital. Salah satu museum yang dicontohkan oleh narasumber adalah *Interactive Art Museum* (I AM) Bali, dimana museum ini mengkolaborasikan teknologi dan seni untuk menciptakan pengalaman menarik untuk pengunjung. Ketiga pertanyaan ini menunjukkan bahwa ada antusiasme besar dari peserta untuk melihat museum tidak hanya sebagai tempat menyimpan masa lalu, tetapi juga sebagai ruang yang terus bergerak dan berinovasi untuk menjawab tantangan masa kini.

c. Museum Di Era Digital: Strategi Kreatif Membangun Daya Tarik Budaya Melalui Media Sosial

Sesi terakhir yang dibawakan oleh narasumber ketiga membicarakan museum di era digital dan bagaimana hal itu berkaitan dengan generasi muda. Narasumber memulai presentasinya dengan menjelaskan bagaimana museum harus menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi untuk tetap relevan di tengah arus digitalisasi. Museum tidak cukup hanya menjadi tempat penyimpanan barang bersejarah, tetapi juga harus tersedia di dunia digital untuk semua orang, terutama generasi muda yang sangat terbiasa dengan penggunaan teknologi, khususnya *smartphone*. Dalam hal ini, museum dapat menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk memberikan konten edukatif tentang koleksi-koleksi yang ada di Museum Daerah Provinsi NTT, yang dapat dibawakan dengan cara yang menghibur namun penuh edukasi. Dengan hal ini, museum sebenarnya dapat menunjuk seorang *ambassador* bagi museum atau membentuk komunitas pecinta museum, hal ini untuk mencegah keterbatasan Museum Daerah Provinsi NTT dalam mengatasi keterbatasan SDM yang menguasai teknologi. Promosi yang konsisten dapat membantu museum dalam meningkatkan *image* nya di generasi muda (Hasan, 2024).

Selanjutnya, narasumber menyoroti peran generasi muda dalam pelestarian dan pengembangan museum. Narasumber mengatakan bahwa generasi muda tidak hanya menjadi target pengunjung museum, tetapi mereka juga dapat menjadi mitra dalam pembuatan konten, menyebarkan informasi budaya, dan terlibat dalam kegiatan kreatif museum. Untuk meningkatkan ketertarikan peserta, narasumber mengadakan sesi interaktif dengan bermain game atau tantangan sederhana. Kegiatan-kegiatan ini dirancang untuk membuka pintu dan membuat peserta lebih terlibat, santai, dan terbuka selama sesi pelatihan berlangsung. Narasumber menguji pengetahuan mereka tentang apa yang mereka ketahui tentang pemanfaatan Instagram dan tiktok, seperti terlihat pada Gambar 4.

Gambar 4. Narasumber 3 Menjelaskan Tentang Museum di Era Digital (2025)

Selain itu, narasumber menawarkan penjelasan praktis tentang cara membuat konten yang menarik. Panduan sederhana yang diberikan kepada peserta diantaranya cara menyusun narasi, memilih visual yang tepat, dan memanfaatkan platform digital untuk menyampaikan cerita budaya dengan cara yang lebih kreatif dan kekinian. Setelah penjelasan, Ibu Hilmi meminta para peserta untuk berlatih membuat konten secara langsung dan memasuki area Museum untuk melihat koleksi-koleksi yang ada. Tujuan dari sesi ini adalah agar peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga mendapatkan pengalaman praktis dalam mengubah gagasan menjadi karya digital yang dapat digunakan untuk mempromosikan warisan budaya lokal di Museum Daerah Provinsi NTT. Terbukti bahwa pendekatan yang interaktif dan aplikatif ini mampu membangkitkan semangat peserta untuk mencoba membuat konten sekaligus membuka mata tentang bagaimana museum dapat menjadi tempat yang menyenangkan dan kreatif, terutama jika diterapkan dengan cara yang sesuai dengan dunia anak muda.

3. Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi dan monitoring dilaksanakan setelah kegiatan dilakukan dengan menggunakan angket sederhana berisi 5 pertanyaan yang ditujukan bagi para peserta dan memeriksa hasil video promosi yang dibuat oleh para peserta dari masing-masing SMA/SMK yang hadir. Hasil pengisian angket dapat dilihat pada Tabel 1. Metode penyampaian interaktif bersama dengan tantangan, permainan, dan praktik langsung membuat pelatihan menyenangkan dan tidak membosankan. Lebih dari 97% peserta menyatakan bahwa mereka ingin mencoba membuat konten kreatif sebagai cara untuk mempromosikan museum. Ini menunjukkan bahwa kegiatan meningkatkan minat dan semangat peserta. Secara keseluruhan, penilaian menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan partisipasi generasi muda dalam pelestarian budaya melalui pendekatan yang edukatif dan kreatif. Peserta juga berharap bahwa kegiatan seperti ini akan dilanjutkan di masa mendatang, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Rekapitulasi Pengisian Angket

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Materi menambah pengetahuan tentang peran museum	60	22	2	0	0
2	Tertarik dan lebih memahami museum di era digital	58	23	3	0	0

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
3	Kegiatan disampaikan dengan cara menyenangkan dan interaktif	65	17	2	0	0
4	Tertarik membuat konten promosi tentang museum	62	20	2	0	0
5	Ingin pelatihan serupa dilakukan kembali di masa mendatang	67	15	2	0	0

Evaluasi lainnya yang dilakukan adalah melihat dan menilai konten video promosi yang dibuat oleh SMA/SMK yang diwakili oleh para siswa/siswi. Penilaian dilakukan oleh narasumber, yaitu Hilmiyatillah Mokhsen yang merupakan salah satu *content creator* dan *influencer* ternama di Kota Kupang. Penilaian dilihat dari beberapa aspek diantaranya kejelasan pesan, kesesuaian dengan tema, kreatifitas dan orisinalitas, visual dan estetika, narasi, daya Tarik promosi, dan dampak potensial. Dari kriteria penilaian tersebut, maka didapatkan 3 sekolah yang menjadi juara pada lomba ini, yaitu SMKS Wirakarya Kupang (Juara 1), SMA Negeri 2 Kupang (Juara 2), dan SMA Kristen Citra Bangsa (Juara 3). Pemenang lomba kemudian diberikan sejumlah hadiah, diantaranya sertifikat dan uang tunai. Pemberian hadiah ini bertujuan untuk meningkatkan semangat, mengapresiasi kreatifitas dan membangun partisipasi siswa/siswi untuk menjadi *digital ambassador* bagi museum.

4. Kendala yang Dihadapi

Dalam kegiatan ini, tidak ada kendala berat yang dirasakan. Kendala kecil yang dihadapi dalam kegiatan ini hanya terdapat pada kegiatan evaluasi video promosi yang dibuat oleh siswa/siswi peserta kegiatan. Rencana penilaian video yang seharusnya mulai dilakukan di tanggal 5 Juni 2025, diundur hingga tanggal 9 Juni 2025. Hal ini disebabkan karena kesulitan dalam berkomunikasi dengan para guru pendamping, khususnya bagi SMA/SMK swasta yang menjadi peserta. Untuk mengatasi kendala ini, maka solusi yang dilakukan adalah melakukan kunjungan langsung ke sekolah-sekolah yang sulit untuk dihubungi dan menanyakan kelanjutan dari video promosi yang sudah dibuat. Semua video akhirnya telah diterima untuk dinilai pada tanggal 8 Juni 2025.

Kendala lainna yang dihadapi adalah bahwa ternyata tidak semua peserta dapat membuat video sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Masih terdapat beberapa peserta yang videonya dinilai kurang layak untuk dipromosikan, sehingga solusi kedepan yang dapat dilakukan adalah melakukan pelatihan lanjutan terkait penggunaan fitur-fitur pada media sosial, teknik pengambilan gambar, *public speaking, serta* pelatihan lainnya

yang bermanfaat untuk para peserta. Pelatihan ini diperlukan sebagai bekal bagi para peserta untuk lebih mengasah kreatifitas mereka dalam membuat konten video pendek di media sosial serta melatih kreatifitas mereka dalam berbicara didepan publik pada media yang mereka gunakan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan "Mengenalkan Keajaiban NTT Melalui Museum: Strategi Kreatif untuk Menggugah Minat Generasi Muda" berjalan dengan sangat baik dan memberikan dampak positif bagi para peserta, terutama para siswa dan guru pendamping. Materi yang disampaikan oleh para pemateri tidak hanya menambah pengetahuan tentang peran museum dalam pelestarian budaya, tetapi juga membuka wawasan tentang bagaimana museum dapat menjadi ruang yang relevan di era digital. Melalui pendekatan yang interaktif, seperti diskusi, tantangan membuat konten, dan permainan kreatif, peserta menjadi lebih antusias dan terlibat aktif sepanjang kegiatan. Hal ini terlihat dari 97% yang merasa puas dengan kegiatan ini dan 100% keterlibatan SMA/SMK dalam mencoba membuat konten promosi yang menarik untuk museum dan mengupload ke sosial media, serta munculnya pemahaman baru bahwa museum bukan hanya tempat menyimpan benda lama, tetapi juga ruang yang hidup untuk belajar dan berkarya. Dari 15 sekolah yang berpatisipasi, hanya terdapat 5 sekolah yang dinilai videonya tidak masuk kedalam kriteria penilaian sehingga membutuhkan pelatihan lebih lanjut terkait membuat konten media sosial.

Disarankan agar pelatihan serupa diadakan secara berkala dan melibatkan lebih banyak sekolah dari seluruh NTT agar dampak dari kegiatan ini berkelanjutan. Sebagai cara untuk mendorong literasi budaya di sekolah, museum juga dapat bekerja sama dengan guru yang ada di sekolah. Untuk membuat siswa merasa dihargai dan lebih terdorong untuk berkontribusi, konten promosi yang mereka buat harus dipublikasikan melalui kanal resmi museum atau media sosial. Terakhir, museum harus tetap relevan, inspiratif, dan membanggakan sebagai penjaga identitas budaya NTT dengan terus mengembangkan pendekatan inovatif dan ramah untuk generasi muda serta membentuk komunitas pecinta museum yang melibatkan para pelajar sebagai *digital ambassador* yang akan mempromosikan museum ke khalayak luas serta berkolaborasi dalam menjaga warisan budaya daerah Nusa Tenggara Timur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Nusa Cendana yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik dan UPTD Museum Daerah Provinsi NTT yang bersedia menjadi mitra untuk kegiatan ini. Tim pengabdian juga berterima kasih kepada 15

SMA/SMK yang sudah berpartisipasi dalam kegiatan ini, khususnya bagi para siswa/siswi dan guru pendamping. Tim pengabdian juga berterimakasih kepada ketiga narasumber utama yang sudah terlibat dan membagikan ilmunya dalam kegiatan ini.

DAFTAR RUJUKAN

Andina, E. (2024). Evaluasi Dan Strategi Pengembangan Museum Di Indonesia. *Bidang Kesejahteraan Rakyat: Kajian Singkat Teradap Isu Aktual Dan Strategis*, *XVI*(10), 21–25.

Ariyani, P. M. (2023). Efektivitas Promosi Museum Benteng Vredeburg Melalui Media Sosial Instagram @Museum.Benteng.Vredeburg Dengan Analisis Model Atr. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, *19*(1), 9–23. https://doi.org/10.53691/jpi.v19i1.309

Arora, A., Bansal, S., Kandpal, C., Aswani, R., & Dwivedi, Y. (2019). Measuring social media influencer index- insights from facebook, Twitter and Instagram. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *49*,Issue? 86–101. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.012

Batubara, A. F., & Maulida, M. (2024). Peran Museum Dalam Pelestarian Sejarah Dan Budaya Masyarakat. *JAPRI (Jurnal Perpustakaan Dan Informasi)*, *6*(2), 41–50.

Chatulistiwa, D., Mustika, N., Khairunnisa, S., & Santoso, G. (2024). Peran Museum Pendidikan Nasional Sebagai Media Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, *3*(2), 122–131.

De Vries, N. J., & Carlson, J. (2014). Examining the drivers and brand performance implications of customer engagement with brands in the social media environment. *Journal of Brand Management*, *21*(6), 495–515. https://doi.org/10.1057/bm.2014.18

Ditha, R. A., Prasetyo, D., & Syamsu, M. N. (2021). Pengembangan Museum Sonobudoyo Sebagai Daya Tarik Wisata Edukasi Di Era New Normal. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, *9*(2), 251. https://doi.org/10.24843/jdepar.2021.v09.i02.p02

Djalante, A. (2025). Strategi Pengembangan Kapasitas Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Efisiensi Kerja Pada Sekretariat Daerah Makassar : Systematic Literature Review. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, *5*(1), 6545–6554. https://j-innovative.org/index.php/Innovative%0AStrategi

Erwin Permana, Nadya Amanda, Noer Fhadya Dwi Aninda, & Syamsurizal. (2024). Penerapan Strategi Content Marketing Untuk Membangun Brand Awareness Produk Skincare Skintific. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, *1*(1), 60–75. https://doi.org/10.61132/jeap.v1i1.308

Hasan, Z. (2024). Strategi promosi museum di era digital dengan optimalisasi media sosial dan pemilihan brand ambassador. *Journal of Indonesia History and Education* , *Volume 4,*(April), 122–131.

Hollebeek, L. D., Sprott, D. E., Andreassen, T. W., Costley, C., Klaus, P., Kuppelwieser, V., Karahasanovic, A., Taguchi, T., Ul Islam, J., & Rather, R. A. (2019). Customer engagement in evolving technological environments: synopsis and guiding propositions. *European Journal of Marketing*, *53*(9), 2018–2023. https://doi.org/10.1108/EJM-09-2019-970

Kemendikbudristek. (2021). *UPT Museum Daerah Provinsi Nusa Tenggara Timur*. Kemendikbudristek. https://museum.kemdikbud.go.id/museum/profile/upt+museum+daerah+provinsi+nusa+tenggara+timur

KEMENDIKBUDRISTEK. (2019). *Apa itu Museum?* Kementerian Pendidikan,

Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi Republik Indonesia. https://museum.kemdikbud.go.id/pengertian-museum#:~:text=Apa itu Museum%3F&text=Menurut Peraturan Pemerintah No. 66,koleksi%2C dan mengomunikasikannya kepada masyarakat.

Kresnatama Basta, D., Karsono, D., & Ismadi. (2020). Museum Alat Musik Tradisional Dan Gedung Opera Di Surakarta Berpendekatan Arsitektur Metafora. *Jurnal Teknik Sipil Dan Arsitektur*, *25*(1), 9. https://doi.org/10.36728/jtsa.v25i1.1062

Legêne, Akker, C., Stevens, M., Lindhé, C., Grammatikopoulou, C., Beaulieu, A., Rijcke, S., Braake, S., Braake, S., & Hennessy, K. (2016). *Museums in a Digital Culture* (C. Van Den Akker & S. Legêne (eds.)). Amsterdam University Press. https://doi.org/10.5117/9789089646613

Mirjaz, N. N., & Abioso, W. S. (2023). Studi Minat Pelajar Sma Di Kota Bandung Terhadap Kehadiran Museum Science And Technology. *Jurnal Desain Dan Arsitektur*, *4*(September), 81–96.

Putra, O. P. (2024). *Studi Interpretatif Fenomenologi : Penggunaan Strategi Mnemonik sebagai Sarana Pembelajaran Bahasa Inggris Perguruan Tinggi*. *07*(01), 5071–5082.

Renold, R., Eppang, B. M., Darmayasa, D., & Djamaluddin, M. A. (2023). Transformasi Museum Kota Makassar Melalui Pengembangan Aktivitas Interpretasi Berbasis Edukasi. *Jambura Journal of Educational Management*, *4*(2), 395–423.

Syaifuddin, S., Makkuraga, A., & Pandjaitan, R. H. (2024). Komunikasi Kreatif Remaja Dalam Promosi Budaya Dan Wisata Berbasis Media Sosial. *Ikra-Ith Abdimas*, *8*(1), 100–107.