

INTISARI

Museum UGM merupakan sebuah museum universitas yang terletak di dalam kawasan kampus UGM, tepatnya di Kompleks Bulaksumur, Sleman, D.I. Yogyakarta. Keistimewaan yang ditonjolkan dalam museum ini yaitu menyajikan berbagai koleksi berkaitan dengan informasi yang menunjukkan nilai-nilai UGM sebagai salah satu universitas negeri tertua dan terbesar di Indonesia. Museum UGM memiliki akun Instagram resmi yang dapat diakses di *@museumugm*. Selama tahap observasi awal, diketahui bahwa unggahan dari akun Instagram Museum UGM didominasi oleh konten yang berisi ucapan selamat seperti saat memperingati suatu hari raya. Konten lain yang berkaitan dengan informasi koleksi menjadi tertutup oleh konten ucapan tersebut. Adapun pengunjung yang datang ke Museum UGM pada tahap observasi hanya terdapat beberapa pengunjung. Berdasarkan paparan di atas, maka penelitian yang dilakukan penulis merupakan penelitian yang berkaitan dengan peran dari Instagram bagi Museum UGM. Penelitian ini dirasa untuk mengetahui peran utama dari media sosial Instagram bagi Museum UGM.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis data, dan tahap penarikan kesimpulan. Pada tahap pengumpulan data terbagi menjadi dua sumber data yaitu sumber data primer yang terbagi lagi menjadi tahap wawancara, tahap wawancara, tahap kuesioner, tahap survei lokasi, dan dokumen data pengunjung Museum UGM. Sedangkan sumber data sekunder didapatkan dari studi pustaka. Kemudian, pada tahap analisis data dilakukan dengan cara reduksi data dan penyajian data dalam penelitian dengan metode kualitatif dilakukan dengan memakai tabel, grafik, dan lain hal sebagainya. Tahap terakhir dalam penelitian ini merupakan tahap penarikan kesimpulan. Tahap ini merupakan hasil penelitian untuk menjawab rumusan masalah penelitian yang berdasarkan pada hasil dari tahap analisis data

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram Museum UGM memiliki peran sebagai media promosi bagi Museum UGM. Selain itu, penggunaan Instagram sebagai media promosi Museum UGM juga berperan dalam menjangkau generasi muda untuk mengetahui Museum UGM. Hal tersebut dilihat dari hasil *insight* akun Instagram *@museumugm* dengan rentang usia 25-34 tahun dengan 35,5% dan diikuti oleh rentang usia 18-24 tahun dengan 29,9%. Walau pada observasi awal ditemukan bahwa konten yang diunggah di Instagram Museum UGM didominasi oleh konten ucapan seperti peringatan hari raya, tetapi berdasarkan hasil kuesioner para responden mengungkapkan bahwa Instagram Museum UGM berperan sebagai media promosi bagi Museum UGM.

Kata kunci: *Instagram, Strategi Promosi Museum, Museum UGM*

ABSTRACT

The UGM Museum is a university museum located within the UGM campus area, in the Bulaksumur Complex, Sleman, D.I. Yogyakarta. The specialty highlighted in this museum is that it presents various collections related to information that shows UGM's values as one of the oldest and largest state universities in Indonesia. Museum UGM has an official Instagram account which can be accessed at @museumugm. During the initial observation stage, it was discovered that uploads from the UGM Museum's Instagram account were dominated by content containing congratulations such as when commemorating a holiday. Other content related to collection information becomes covered by the said content. There were only a few visitors who came to the UGM Museum during the observation stage. Based on the explanation above, the research conducted by the author is research related to the role of Instagram in the UGM Museum. This research is considered quite important because the results obtained from this study are to determine the main role of social media Instagram for the UGM Museum.

This study uses a qualitative method that consists of three stages, namely the data collection stage, the data analysis stage, and the conclusion drawing stage. At the data collection stage, it is divided into two data sources, namely primary data sources which are further divided into the interview stage, the interview stage, the questionnaire stage, the site survey stage, and UGM Museum visitor data documents. Meanwhile, secondary data sources were obtained from literature studies. Then, at the data analysis stage, it was carried out by means of data reduction and presentation of data in qualitative research using tables, graphs, and so on. The last stage in this study is the stage of conclusion. This stage is the result of research to answer the research problem formulation based on the results of the data analysis stage

The results of this study indicate that the UGM Museum's Instagram social media has a role as a promotional medium for the UGM Museum. In addition, the use of Instagram as a promotional medium for the UGM Museum also plays a role in reaching the younger generation to get to know the UGM Museum. This can be seen from the insights of the Instagram account @museumugm with an age range of 25-34 years with 35.5%, followed by an age range of 18-24 years with 29.9%. Although initial observations found that content uploaded to the UGM Museum's Instagram was dominated by greeting content such as commemorations of holidays, based on the results of the questionnaire the respondents revealed that the UGM Museum's Instagram served as a promotional medium for the UGM Museum. Therefore, it can be concluded that the role of the UGM Museum's Instagram social media is a promotional medium for the UGM Museum.

Keywords: *Instagram, Museum Promotion Strategy, UGM Museum*