

## INTISARI

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, media sosial kini memegang peranan penting sebagai sarana komunikasi yang mampu membentuk persepsi publik, termasuk dalam bidang kebudayaan. Museum, sebagai lembaga yang bertugas melestarikan nilai sejarah dan budaya, dituntut untuk beradaptasi dengan cara masyarakat mengakses informasi yang kini lebih terhubung melalui platform digital. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi bagaimana Museum Benteng Vredeburg memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, dalam menarik minat kunjungan masyarakat setelah terjadinya perubahan lanskap sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran (*mixed methods*) yang menggabungkan wawancara mendalam dan observasi partisipatif sebagai metode kualitatif, serta survei online terhadap 50 responden melalui purposive sampling sebagai pendekatan kuantitatif. Fokus utama penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana strategi media sosial dijalankan oleh museum dalam menyampaikan informasi, membangun keterlibatan audiens, dan menyesuaikan diri dengan kebiasaan digital masyarakat saat ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram menjadi platform yang sangat efektif dalam menarik perhatian calon pengunjung. Sebagian besar responden mengaku mengetahui informasi mengenai museum melalui konten visual yang diunggah di akun Instagram resmi. Fitur-fitur seperti reels serta penyediaan spot-spot foto yang estetik di dalam area museum turut mendukung pengalaman berkunjung yang lebih menarik dan mendorong pengunjung untuk berbagi momen mereka secara organik di media sosial. Strategi ini tidak hanya memperkuat keterikatan antara museum dan pengunjung, tetapi juga menciptakan promosi berkelanjutan yang tumbuh dari partisipasi aktif masyarakat. Dengan demikian, pengelolaan media sosial yang adaptif dan kreatif terbukti mampu menjadi jembatan efektif dalam mempromosikan nilai-nilai sejarah dan budaya kepada generasi yang lebih digital.

**Kata Kunci:** media sosial, manajemen museum, promosi digital, Instagram, Museum Benteng Vredeburg

## ABSTRACT

In today's digital age, social media has become a powerful communication tool that significantly influences public perception—including in the cultural sector. Museums, as institutions responsible for preserving historical and cultural heritage, are now challenged to adapt to the ways in which society accesses information in increasingly digital spaces. This study seeks to explore how the Vredeburg Fort Museum utilizes social media, particularly Instagram, to boost public interest and visitor engagement in response to shifting social dynamics.

Using a mixed-methods approach, this research combines qualitative data from in-depth interviews and participant observation with quantitative insights from an online survey involving 50 purposively selected respondents. The aim is to examine how social media functions not only as a platform for sharing information, but also as a dynamic space for engagement and cultural promotion tailored to the behaviors of modern, digitally connected audiences.

The findings reveal that Instagram plays a strategic role in influencing visitors' decisions. Most respondents reported discovering the museum through its official Instagram account, where visually appealing content—especially reels and aesthetic photo spots—captured their interest. These digital efforts not only enhance visitor experience but also encourage organic, user-generated promotion through social sharing. This form of engagement strengthens the museum's visibility and builds long-term connections with audiences. Ultimately, the study highlights how effective, creative, and adaptive social media management can help museums remain relevant and impactful in a rapidly evolving digital society.

**Keywords:** social media, museum management, digital promotion, Instagram, Vredeburg Fort Museum