

Virtual Tour Museum Sonobudoyo Yogyakarta sebagai Media Komunikasi pada Masa Pandemi Covid-19

Maulida Fitria¹, Abdurrauf Said²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan *Virtual tour* Museum Sonobudoyo Yogyakarta sebagai media komunikasi pada masa pandemi Covid-19. Permasalahan penelitian berangkat dari kebijakan pembatasan sosial yang menyebabkan museum tidak dapat beroperasi secara normal, sehingga berdampak pada menurunnya jumlah pengunjung dan terbatasnya akses masyarakat terhadap koleksi serta kegiatan edukatif museum. Kondisi ini mendorong Museum Sonobudoyo untuk melakukan transformasi digital melalui penyelenggaraan tur virtual sebagai alternatif penyampaian informasi dan interaksi dengan publik. Penelitian ini menggunakan metode sejarah yang meliputi tahap heuristik, kritik sumber, interpretasi, dan historiografi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di lokasi, studi pustaka terhadap buku dan artikel ilmiah, serta penelusuran sumber digital dari situs web resmi museum dan media daring terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 menjadi momentum percepatan digitalisasi museum. Museum Sonobudoyo mengembangkan berbagai program berbasis digital seperti *virtual tour*, pameran daring, ruang diskusi, pertunjukan budaya virtual, serta kegiatan edukatif yang dapat diakses secara luas oleh masyarakat. Kehadiran tur virtual tidak hanya berfungsi sebagai solusi sementara dalam mempertahankan eksistensi museum selama masa pembatasan aktivitas publik, tetapi juga memperluas jangkauan komunikasi museum kepada audiens yang lebih luas tanpa batasan ruang dan waktu. Transformasi ini menunjukkan adanya perubahan paradigma museum dari institusi yang berorientasi pada ruang fisik menjadi ruang digital yang interaktif, inklusif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta kebutuhan komunikasi publik di era digital.

Kata kunci: museum virtual, digitalisasi museum, komunikasi publik, pandemi Covid-19, transformasi digital.

Abstract

This study aims to analyze the use of the Sonobudoyo Museum Virtual tour in Yogyakarta as a medium of public communication during the Covid-19 pandemic. The research problem stems from social restriction policies that have prevented museums from operating normally, resulting in a decline in visitor numbers and limited public access to museum collections and educational activities. This condition prompted the Sonobudoyo Museum to undergo digital transformation by organizing virtual tour s as an alternative means of conveying information and interacting with the public. This study uses historical methods, including heuristics, source criticism, interpretation, and historiography. Data collection was conducted through direct observation at the location, literature studies of books and scientific articles, and digital source searches

¹ Magister Sejarah, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada,
maulidafitria2003@mail.ugm.ac.id

² Sejarah dan Peradaban Islam, Fakultas Adab dan Humaniora, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta,
auf.a.said@ppimcensis.or.id

from the museum's official website and related online media. The results of the study show that the Covid-19 pandemic has become a momentum for the acceleration of museum digitalization. The Sonobudoyo Museum has developed various digital-based programs such as virtual tour s, online exhibitions, discussion rooms, virtual cultural performances, and educational activities that are widely accessible to the public. The presence of virtual tour s not only served as a temporary solution to maintain the museum's existence during the period of restrictions on public activities, but also expanded the museum's communication reach to a wider audience without space and time limitations. This transformation shows a paradigm shift in museums from institutions oriented towards physical space to interactive, inclusive digital spaces that are adaptive to technological developments and public communication needs in the digital era.

Keywords: *Virtual museum, museum digitization, public communication, Covid-19 pandemic, digital transformation.*

PENDAHULUAN

Pandemi yang berlangsung sejak penghujung tahun 2019 hingga sekitar tahun 2021 membawa konsekuensi luas dalam berbagai aspek kehidupan. Dampaknya tidak hanya terasa pada sektor kesehatan, tetapi juga mempengaruhi pola komunikasi dan interaksi sosial masyarakat. Pembatasan aktivitas tatap muka yang dialihkan ke bentuk komunikasi jarak jauh. Berbagai negara memberlakukan kebijakan pembatasan wilayah (*lockdown*) serta mengimbau untuk membatasi mobilitas agar tetap berada di rumah. Di Indonesia, upaya pencegahan penyebaran Covid-19 diwujudkan melalui kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Kebijakan ini berdampak langsung pada sektor pariwisata dan kebudayaan, termasuk operasional museum yang harus dihentikan sementara. Kondisi serupa juga terjadi di bidang pendidikan, di mana kegiatan belajar mengajar dialihkan dari sistem tatap muka ke pembelajaran jarak jauh (PJJ), baik bagi peserta didik, siswa, maupun tenaga pendidik.

Melalui Surat Edaran Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 36962/MPK.A/HK/2020 tentang pelaksanaan pembelajaran secara Daring, lembaga pendidikan diinstruksikan untuk menggantikan proses pembelajaran konvensional dengan pemanfaatan teknologi digital. Perubahan ini menegaskan bahwa pandemi tidak hanya menjadi krisis kesehatan, tetapi juga memicu transformasi besar dalam sistem Pendidikan, faktor lainnya yang terdampak adalah pariwisata, khususnya museum yang selama ini menjadi destinasi favorit wisatawan domestik maupun mancanegara. Museum umumnya dikunjungi sebagai sarana rekreasi edukatif, tempat masyarakat menikmati jejak peradaban dan perjalanan sejarah manusia lintas waktu.

Di sisi lain, museum juga memiliki peran strategis sebagai media pembelajaran, terutama dalam pendidikan sejarah, mulai dari jenjang pendidikan anak usia dini hingga perguruan tinggi. Pembelajaran berbasis museum mampu mendorong peserta didik untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan kreatif melalui keterlibatan langsung dengan koleksi dan artefak yang dipamerkan. diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2015 tentang Museum, museum merupakan lembaga yang bertugas melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, serta mengomunikasikannya kepada masyarakat.

Meskipun dalam situasi keterbatasan akibat pandemi, museum tetap memiliki tanggung jawab untuk menyelenggarakan fungsi edukatif dan komunikatif. Kondisi ini mengharuskan pengelola dan pekerja museum untuk beradaptasi dan berinovasi, khususnya dalam menghadirkan layanan yang kreatif, relevan, dan tetap menjangkau masyarakat secara optimal melalui pemanfaatan media digital.

Pembatasan aktivitas selama pandemi COVID-19 menyebabkan kegiatan kunjungan harus dilaksanakan secara jarak jauh. Kondisi ini sekaligus menuntut museum melakukan penyesuaian pola pelayanan dengan meminimalkan interaksi tatap muka, khususnya dalam kegiatan pemanduan. Situasi ini menjadi tantangan tersendiri bagi pengelola museum untuk tetap memberikan layanan edukatif kepada masyarakat. Dalam konteks ini, perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, terutama komunikasi digital, menjadi alternatif strategis untuk mengalihkan layanan tatap muka ke dalam bentuk layanan daring. Salah satu inovasi yang berkembang adalah pemanfaatan *virtual tour*, yang kemudian menjadi fenomena menarik untuk dikaji secara akademis.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas pemanfaatan Museum Sonobudoyo dalam berbagai perspektif. Salah satunya adalah artikel mengenai pemanfaatan museum sebagai sumber belajar bagi masyarakat yang ditulis oleh Muhammad Dhiauddin Ahnaf, Yudan Hermawan, dan Fitta Ummaya Shanti. Selain itu, terdapat artikel berjudul *Pengaruh Penerapan Konsep Digitalisasi di Museum Sonobudoyo Yogyakarta* yang ditulis oleh Friska Ariani Br. Sitepu dan Annisaa Nurul Atiqah. Penelitian lain berjudul *Pengembangan Museum Sonobudoyo sebagai Daya Tarik Wisata Edukasi di Era New Normal* yang ditulis oleh Risa Ayu Dithaa, Danang Prasetyo, dan Moch. Nur Saymsu. Selanjutnya kajian mengenai tata pameran museum juga dibahas dalam tulisan *Tata Pamer Museum Negeri pada Masa Lalu dan Masa Kini: Studi Museum Nasional Indonesia dan Museum Sonobudoyo* karya Ashar Murdihastomo, Dimas Seno Bismoko, dan Rama Putra Siswantara.

Meskipun berbagai penelitian tersebut telah memberikan kontribusi penting dalam memahami peran dan pengembangan museum, penelitian ini memiliki fokus yang berbeda. Kajian ini secara khusus menelaah pemanfaatan *virtual tour* sebagai media komunikasi digital dalam pelayanan publik di Museum Sonobudoyo. Dalam implementasinya, museum memanfaatkan aplikasi *Virtual tour 360* yang tersedia pada situs web resmi museum, sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pihak pengelola museum dan pengunjung. Melalui media ini, pengalaman berkunjung tetap dapat berlangsung secara interaktif meskipun dilakukan secara berani. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menjelaskan bagaimana *virtual tour* dimanfaatkan sebagai media komunikasi digital dalam pelayanan museum, khususnya selama masa pandemi COVID-19.

Perkembangan teknologi pada era digital secara signifikan memengaruhi cara manusia menjalani kehidupan, berinteraksi, berperilaku, serta memperoleh dan memanfaatkan informasi. Jaringan internet, perangkat digital, dan berbagai aplikasi komunikasi kini menjadi kebutuhan yang tidak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari, terlebih ketika pandemi memaksa masyarakat menjalankan sebagian besar kegiatan dari rumah. Internet kemudian berfungsi sebagai sarana utama untuk bekerja, belajar, maupun berkomunikasi dengan keluarga dan rekan kerja. Berbagai Media sosial seperti Instagram, Tik-tok dan Youtube digunakan untuk menyebarkan informasi secara Masif. Keunggulan media internet yang memiliki jangkauan luas, fleksibilitas ruang dan waktu, serta biaya relatif terjangkau menjadikannya sarana efektif dalam menghubungkan organisasi dengan publiknya.

Meskipun teknologi komunikasi digital menawarkan kemudahan, keberhasilan komunikasi tetap sangat bergantung pada kemampuan manusia dalam menafsirkan pesan secara tepat. Oleh karena itu, penggunaan bahasa verbal dan nonverbal yang efektif tetap menjadi unsur penting untuk menghindari kesalahpahaman komunikasi. Dalam konteks museum sebagai destinasi wisata edukatif sekaligus sumber pembelajaran, pemanfaatan teknologi digital menjadi langkah strategis agar museum tetap terhubung dengan publik, baik melalui kunjungan fisik maupun layanan digital. Dengan demikian, museum perlu terus beradaptasi mengikuti perkembangan teknologi agar fungsi

utamanya sebagai pusat edukasi, informasi, dan penyebaran pengetahuan tetap dapat dijalankan secara optimal.

Museum virtual pada dasarnya merupakan integrasi antara konsep museum konvensional dengan teknologi multimedia dan jaringan internet. Melalui teknologi, koleksi museum dapat disajikan dalam berbagai bentuk representasi digital, seperti visual dua dimensi maupun tiga dimensi, informasi historis, konteks sosial budaya, serta berbagai data pendukung lainnya. Representasi digital tersebut memungkinkan masyarakat melakukan kunjungan jarak jauh dan mengakses sebagian koleksi museum tanpa batasan ruang, sekaligus berfungsi sebagai sarana promosi yang memperluas jangkauan layanan museum kepada publik secara lebih luas.

Virtual tour Museum merupakan suatu hasil dari gabungan antara konsep museum secara fisik dengan konsep komputer multimedia dengan didukung oleh perkembangan teknologi komunikasi (Wulandari, 2021).

Keene (Schweibenz, 2019) berpendapat jika kunjungan virtual ke museum bukan sebagai untuk menghilangkan semua fungsi tradisionalnya (kunjungan langsung), tetapi guna menyampaikan tujuan dari museum tersebut dengan menggunakan sarana elektronik. Sedangkan menurut Mintz (Schweibenz, 2019) mengatakan jika kunjungan virtual ke museum adalah sebuah pengalaman dan bentuk komunikasi dalam media baru (*new media*). Wulandari (2021) melalui penelitiannya yang berjudul *Virtual tour* Sebagai Media Komunikasi Digital Dalam Pelayanan Museum Kehutanan Di Masa Pandemi Covid-19 menjelaskan jika hasil penelitian tersebut menunjukkan jika pandemi Covid19 telah membuat pengelola museum perlu melakukan transformasi digital dalam memberikan pelayanannya kepada publik. Dalam konteks ini, Museum Kehutanan telah berhasil memanfaatkan media komunikasi digital berupa *virtual tour* untuk memfasilitasi kunjungan dari masyarakat secara daring. *Virtual tour* tersebut dilakukan dengan aplikasi zoom dan penyebaran informasi dilakukan melalui media sosial. Berdasarkan penelitian (Syarifuddin, 2017) dengan judul *Virtual Museum: A Learning Material of Indonesia National History* menjelaskan jika hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan virtual museum, siswa dapat memperoleh pengalaman tidak langsung pada proses pembelajaran secara daring. Selain itu virtual museum juga dapat menghemat waktu serta biaya yang lebih murah dibandingkan ketika pengunjung melakukan kunjungan secara langsung ke museum. Sedangkan menurut penelitian Schweibenz (2019) dengan judul *The Virtual Museum: An Overview of It's Origins, Concepts, and Terminology* menjelaskan hasil penelitian yang menunjukkan jika konsep inti dari virtual museum merupakan sesuatu yang akan terus berkembang kedepannya. Dalam konteks penelitian ini, hal tersebut akan menjadi penting karena dalam waktu dekat bahkan kini pun sudah mulai terjadi pergeseran pengetahuan dan pengalaman karena seluruh generasi mulai menggunakan kegiatan yang didukung dengan teknologi virtual digital dalam berinteraksi. Pada masa depan nanti, museum akan memiliki karakter ganda dimana tetap harus mengemas agar kegiatan kunjungan secara langsung dapat menarik, namun juga harus tetap mengikuti perubahan zaman yang serba digital dengan memiliki program virtual museum.

Permasalahan seputar dampak pandemi COVID-19 yang membuat pelajar dan tenaga pengajar harus melakukan pembelajaran jarak jauh sehingga tidak dapat melakukan kunjungan (*study*) ke Museum. Di sisi lain, adanya penyesuaian atau adaptasi pelayanan museum di masa pandemi yang meminimalisir tatap muka dalam pelayanan khususnya pemanduan tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi para pekerja di museum. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi seperti komunikasi digital menjadi sebuah pilihan untuk mengalihkan semua bentuk komunikasi tatap muka

(langsung) menjadi komunikasi digital (daring). *Virtual tour* menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk diteliti. Beberapa penelitian tentang *virtual tour* telah ditulis dan diterbitkan dalam jurnal ilmiah. (Wibowo et al., 2020) melakukan penelitian tentang *virtual tour* museum (VTM) dalam pembelajaran sejarah di masa pandemi COVID-19. Pembahasannya lebih kepada media belajar sejarah dan dalam penelitiannya hanya mengungkap *virtual tour* melalui media website museum yang bersangkutan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah *virtual tour* dipakai sebagai media komunikasi digital oleh Museum Sonobudoyo dalam pelayanan publik. Teknologi komunikasi yang dimanfaatkan pun berbeda. Museum Kehutanan menggunakan aplikasi zoom meeting yang memudahkan komunikasi dua arah antara pemandu museum dan peserta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pemanfaatan *virtual tour* sebagai media komunikasi digital dalam pelayanan Museum Kehutanan di masa pandemi COVID-19. Komunikasi Digital Perkembangan teknologi mengubah dan mempengaruhi cara kita hidup, berinteraksi, berperilaku, serta cara kita belajar, mendapatkan informasi serta menggunakannya. Manusia kini sangat terkoneksi dengan teknologi komunikasi. Keberadaan jaringan internet, perangkatnya serta aplikasinya menjadi sebuah kebutuhan di masa kini. Kebutuhan ini menjadi lebih lagi ketika pandemi COVID19 menimpa seluruh dunia di akhir tahun 2019 dengan persebarannya yang begitu cepat, memaksa pemerintah untuk meminta masyarakat berdiam diri di rumah.

Pengertian Internet dan Museum Menurut (Sucahya, 2013), internet sebenarnya adalah suatu jaringan longgar dimana ribuan jaringan komputer yang saling terhubung. Internet merupakan singkatan dari *interconnected network* atau jaringan-jaringan saling terkoneksi dari sistem komputer yang dapat saling diakses. Internet juga dapat diartikan sebagai jaringan rangkaian komputer dengan komputer lain di seluruh dunia, yang berguna untuk berkomunikasi dan bertukar informasi, file, data, suara, gambar dan sebagainya antar individu di seluruh dunia. Internet adalah perkakas sempurna untuk menyiagakan dan mengumpulkan sejumlah besar orang secara elektronis. Internet sebagai media komunikasi digital membantu menghubungkan organisasi dengan publiknya. Dengan interkoneksi teknologi yang terjadi saat ini Marshal McLuhan dalam (Yuniarto, 2019) menggambarkan bahwa apa yang terjadi di dunia saat ini adalah sebuah *global village* (desa global). Istilah desa global ini merujuk pada pemanfaatan teknologi komunikasi digital mengecilkan bumi menjadi sebuah desa melalui informasi yang tersaji secara cepat, dimana saja dan kapan saja. Dalam pandangannya, tidak hanya inovasi teknologi yang telah mengubah masyarakat, namun proses inovasi itu sendiri telah dipercepat dengan penerapan teknologi tersebut. Meskipun ditemukannya teknologi komunikasi digital untuk memudahkan komunikasi manusia, namun yang terpenting adalah keterlibatan manusia dalam mengartikan pesan. Sehingga bahasa verbal dan nonverbal dalam komunikasi memiliki fungsi agar tidak terjadi miss communication yang berdampak fatal: merugikan dan merusak lingkungan.

Oleh karena itu, pemanfaatan kecanggihan teknologi berbasis digital sesuai dengan tuntutan masyarakat modern saat ini diharapkan dapat memudahkan komunikasi dalam berinteraksi di lingkungan. (Farida, 2015) Demikian halnya dengan Museum, dimana sebagai sebuah destinasi wisata dan juga sumber belajar bagi para pelajar dan mahasiswa, museum harus terkoneksi dengan publiknya, yakni pengunjung museum baik secara fisik maupun digital, terutama dalam pelayanan.

Untuk tetap memenuhi fungsinya sebagai pusat dan sumber edukasi dan ilmu pengetahuan, Museum harus turut berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi. Peran media digital adalah sebagai alat bantu komunikasi dan pembelajaran untuk mendukung penyerapan informasi,

edukasi, dan ilmu pengetahuan dalam museum, karena salah satu fungsi utama museum adalah sebagai sarana dan sumber edukasi dan pengetahuan bagi semua orang. Museum virtual adalah hasil dari gabungan konsep museum secara fisik dengan komputer multimedia dan teknologi komunikasi Internet. Museum virtual merepresentasikan sedemikian rupa untuk memberikan lebih banyak informasi tentang objek: gambar dalam semua bentuk (2D, 3D, detil, analisis fisika-kimia, dll.) serta pengetahuan tentang gambar (informasi intrinsik tentang objek, ekstrinsik informasi mengenai konteks objek, informasi historiografi, informasi referensi, dll.). Itu merepresentasikan museum itu sendiri dengan membuatnya menjadi sebuah kunjungan jarak jauh. Alhasil, museum dapat dikunjungi secara virtual dari kejauhan, terima kasih kepada teknologi internet yang menawarkan kemungkinan untuk melihat sebagian dari koleksi museum yang disajikan kepada publik dan berbagai jenis layanan; dengan cara ini menjadi alat promosi sebenarnya (DJINDJIAN, 2007).

Menurut Mintz dalam (Schweibenz, 2019), kunjungan (*tour*) ke sebuah museum secara virtual merupakan sebuah pengalaman media komunikasi baru. Pemanfaatan teknologi komunikasi digital memungkinkan museum menerima kunjungan atau memberi tour bagi para pengunjungnya secara virtual. Kehadiran pemandu dalam menjelaskan koleksi museum tentunya menjadi sebuah pengalaman tersendiri yang membuat pengunjung merasa berada di museum dan juga mampu mendapatkan informasi sebagai sumber edukasi. Melansir laman (ICOM, 2021) *International Council of Museums* terkait perayaan Hari Museum Internasional pada tanggal 25 Mei 2021, dimana tema yang diusung adalah *The Future of Museums: Recover and Reimagine*. Tema ini diambil melalui pemikiran yang mendalam terkait situasi dan kondisi museum-museum di seluruh dunia saat ini yang sangat terdampak oleh pandemi COVID-19. Bila diterjemahkan tema tersebut adalah Masa Depan Museum Pulih dan Bangkit, tentunya ICOM mengundang museum, profesional dan komunitasnya untuk membuat, membayangkan dan berbagi praktik teknologi komunikasi baru (bersama) untuk penciptaan nilai, model bisnis baru untuk institusi.

Budaya dan inovatif solusi pemanfaatan komunikasi digital untuk menjawab tantangan sosial, ekonomi dan lingkungan saat ini, khususnya di situasi pandemi COVID-19 yang melanda seluruh dunia. Dari tema ini tergambar jelas bahwa peran teknologi komunikasi digital menjadi sesuatu yang penting untuk diadaptasi oleh museum dan menjadi sebuah solusi dalam mengatasi permasalahan museum, khususnya dalam pelayanan kepada publiknya.

METODE

Lokasi penelitian ini berada di Jl. Pangurakan No. 6, Ngupasan, Kec. Gondomanan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, yang mencakup Museum Sonobudoyo beserta kantor pengelolanya. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada kesesuaian dengan fokus kajian artikel, sekaligus akses terhadap sumber data primer yang relevan dengan tema penelitian. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode sejarah yang meliputi tahap heuristik, kritik sumber, interpretasi, dan historiografi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di lokasi, studi pustaka terhadap buku dan artikel ilmiah, serta penelusuran sumber digital dari situs web resmi museum dan media daring terkait. Observasi dilaksanakan pada ruang pameran, area layanan edukasi, serta unit pengelolaan koleksi untuk memperoleh pemahaman kontekstual mengenai sistem pengelolaan museum. Data primer yang dihimpun meliputi catatan hasil pengamatan lapangan, hasil wawancara mendalam, serta dokumentasi visual berupa foto dan video sesuai dengan ketentuan yang berlaku di lokasi penelitian. Pengumpulan sumber primer juga dilakukan melalui wawancara dengan

petugas registrasi dan pemandu museum, serta informan kunci yang memiliki keterkaitan langsung dengan pengelolaan koleksi dan kegiatan edukasi museum. Wawancara dan diskusi dilakukan dengan Bapak Agustinus Wisnu Kristiyanto selaku Kepala Seksi Koleksi, Konservasi, dan Dokumentasi, pada Jumat, 12 September 2025. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan Mba Iccha Pratita selaku edukator museum pada tanggal yang sama, serta diskusi dengan Mas Rahmed selaku pegawai museum guna memperkaya data empiris penelitian. Pengumpulan sumber sekunder dilakukan melalui studi kepustakaan terhadap berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian. Peneliti mengakses koleksi perpustakaan dan arsip di Universitas Gadjah Mada, termasuk koleksi perpustakaan fakultas yang menyediakan literatur mengenai antropologi, kebudayaan, dan sejarah Indonesia. Selain itu, peneliti juga melakukan penelusuran literatur di *Jogja Library Center* untuk memperoleh referensi terkait fungsi museum dan kajian sejarah budaya. Penelusuran literatur ilmiah dilakukan dengan memanfaatkan basis data akademik seperti *JSTOR*, *Publish or Perish*, *Google Scholar*, *Scopus Search*, *OPAC UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, serta *OPAC Perpustakaan Nasional Republik Indonesia*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. *Virtual tour* sebagai Strategi Komunikasi Publik yang Interaktif

Pandemi Covid-19 membawa perubahan terhadap sistem pelayanan publik, termasuk pada lembaga kebudayaan seperti Museum Sonobudoyo. Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menyebabkan penutupan sementara museum dan pembatasan kunjungan fisik, sehingga fungsi edukatif, informatif, dan rekreatif museum tidak dapat dijalankan secara konvensional. Dalam konteks ini, Museum Sonobudoyo menghadapi tantangan untuk tetap menjalankan mandatnya sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2015 tentang Museum, yakni melindungi, mengembangkan, memanfaatkan, dan mengomunikasikan koleksi kepada masyarakat. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa pandemi menjadi momentum percepatan transformasi digital di lingkungan museum. Pengelola menyadari bahwa pelayanan publik tidak dapat berhenti hanya karena keterbatasan fisik. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi alternatif yang mampu menjembatani keterpisahan ruang antara museum dan masyarakat. Transformasi ini bukan semata respons darurat, tetapi juga bentuk adaptasi institusional terhadap perubahan pola komunikasi masyarakat yang semakin terdigitalisasi. *Virtual tour museum* adalah sarana pembelajaran yang konstruktif dan inovatif bagi siswa. Kunjungan museum lewat media daring menjadi salah satu cara untuk membuat museum dan setiap koleksi yang tersimpan lebih mudah diakses. Fasilitas *virtual tour museum* menjadi kesempatan untuk semua yang belum pernah berkunjung ke museum secara langsung karena keterbatasan waktu atau biaya untuk bisa setidaknya melihat isi koleksi yang terdapat pada museum, selain itu kebanyakan *virtual tour museum* tidak dikenai biaya tiket alias gratis (Wulandari et al., 2021).

Sejak Indonesia di landa pandemi Covid-19 pada awal Maret 2020 lalu, pemerintah memutuskan untuk mengambil langkah konkrit dengan menutup berbagai destinasi wisata di Indonesia, salah satunya adalah museum. Museum Sonobudoyo memanfaatkan fitur *Virtual tour* 360 yang tersedia pada laman resminya sebagai solusi pelayanan daring. *Platform* ini memungkinkan pengunjung menjelajahi ruang pameran secara visual melalui tampilan panorama interaktif, sehingga menghadirkan simulasi pengalaman kunjungan langsung. Berdasarkan temuan lapangan, *virtual tour* tidak hanya berfungsi sebagai media dokumentasi koleksi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi dua arah antara museum dan pengunjung. Interaksi dilakukan melalui sesi pendampingan daring

menggunakan platform konferensi video, yang memungkinkan edukator museum menjelaskan koleksi secara real time sekaligus merespons pertanyaan peserta. Dengan demikian, *virtual tour* menjadi medium komunikasi digital yang menggabungkan unsur visual, audio, dan interaktivitas (Ditha et al., 2021).

Dalam perspektif teori komunikasi massa, penggunaan media digital ini menunjukkan pergeseran dari komunikasi satu arah menuju komunikasi interaktif berbasis jaringan (*networked communication*). Museum tidak lagi hanya menyampaikan informasi secara pasif, melainkan membangun relasi komunikatif dengan publiknya. Sebagai media komunikasi publik, *virtual tour* memiliki karakteristik fleksibel, efisien, dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan ini banyak dimanfaatkan oleh institusi pendidikan yang melaksanakan pembelajaran jarak jauh. Guru dan siswa dapat mengikuti tur virtual sebagai bagian dari pembelajaran sejarah dan kebudayaan (Sitepu & Atiqah, 2022).

Keunggulan *virtual tour* terletak pada kemampuannya mengintegrasikan narasi sejarah dengan visualisasi ruang dan koleksi. Hal ini memperkuat pemahaman peserta didik karena mereka tidak hanya menerima penjelasan verbal, tetapi juga melihat representasi digital objek yang dibahas. Dalam konteks komunikasi publik, pendekatan ini meningkatkan efektivitas penyampaian pesan sekaligus mempertahankan fungsi edukatif museum. Namun demikian, terdapat keterbatasan dalam pengalaman emosional dan sensorik yang tidak sepenuhnya dapat digantikan oleh teknologi digital. Interaksi langsung dengan artefak dan atmosfer ruang museum tetap memiliki nilai autentik yang berbeda dibandingkan pengalaman virtual. Konsep museum virtual sebagaimana dikemukakan dalam berbagai kajian menempatkan teknologi digital sebagai perluasan (*extension*) dari fungsi museum konvensional, bukan sebagai pengganti sepenuhnya. Dalam konteks ini, temuan penelitian mengonfirmasi bahwa *virtual tour* di Museum Sonobudoyo berfungsi sebagai media komunikasi baru (*new media*) yang memperluas jangkauan layanan publik (Murdiastomo et al., 2023).

Karakteristik new media seperti interaktivitas, digitalisasi, dan konvergensi media terlihat jelas dalam implementasi *virtual tour*. Platform ini memadukan unsur fotografi digital, desain grafis, jaringan internet, serta komunikasi sinkron melalui aplikasi konferensi video. Integrasi tersebut mencerminkan transformasi model komunikasi dari pola linear menuju pola partisipatoris. Temuan ini juga menunjukkan bahwa museum di era digital memiliki karakter ganda tetap mempertahankan kunjungan fisik sebagai pengalaman autentik, sekaligus mengembangkan layanan virtual sebagai strategi komunikasi jangka panjang. Dengan demikian, *virtual tour* bukan sekadar respons sementara terhadap pandemi, melainkan bagian dari evolusi institusi museum dalam menghadapi masyarakat digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi *virtual tour* memberikan dampak positif terhadap citra dan keberlanjutan pelayanan Museum Sonobudoyo. Museum mampu mempertahankan eksistensinya di ruang publik meskipun dalam kondisi krisis. Selain itu, digitalisasi layanan membuka peluang kolaborasi dengan sekolah, komunitas, dan institusi lain di luar wilayah Yogyakarta (Hermawan et al., 2021).

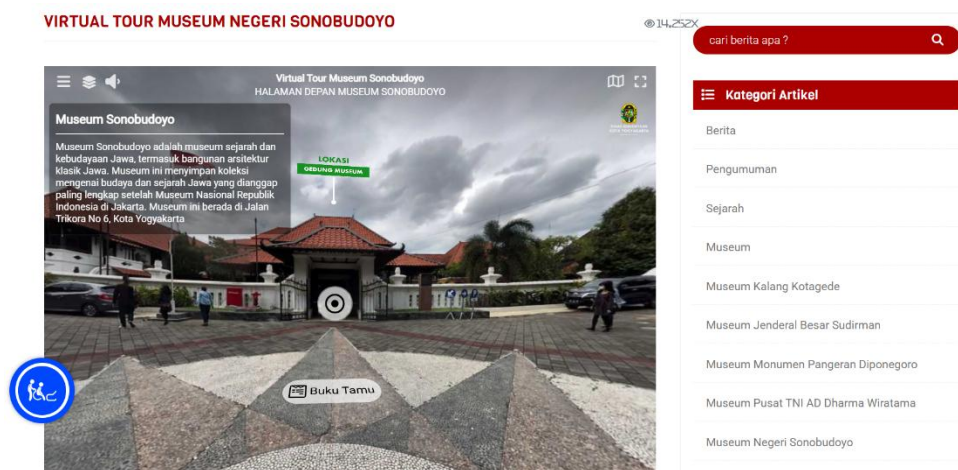
Secara konseptual, temuan ini memperkuat gagasan bahwa pelayanan publik di era digital tidak lagi terbatas pada kehadiran fisik, melainkan pada kemampuan institusi membangun komunikasi yang adaptif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan *virtual tour* dapat diposisikan sebagai strategi komunikasi jangka panjang yang melengkapi, bukan menggantikan, layanan kunjungan langsung.

Virtual tour Museum Sonobudoyo merupakan salah satu bentuk inovasi digital yang dikembangkan untuk memperluas akses masyarakat terhadap museum. Program ini mulai diperkenalkan oleh Dinas Kebudayaan (Kundha Kabudayaan) Daerah Istimewa Yogyakarta melalui platform virtual yang diluncurkan pada 27 Maret 2021 bekerja sama dengan Jogja 360 Net. Melalui teknologi panorama 360 derajat, pengunjung dapat menjelajahi ruang-ruang pameran secara daring seolah-olah berada langsung di dalam museum. Inisiatif ini kemudian terus dikembangkan, salah satunya melalui program Indonesia *Virtual tour: Visual Anak Negeri* pada Juni 2022 yang memperluas jangkauan promosi museum kepada publik yang lebih luas.

Dalam *virtual tour* tersebut, pengunjung dapat melihat berbagai ruang pamer dan sebagian koleksi yang dimiliki oleh Museum Sonobudoyo. Namun demikian, informasi mengenai koleksi tidak disajikan secara lengkap dan mendalam. Keterangan yang ditampilkan hanya berupa deskripsi singkat mengenai nama objek, asal-usul, atau kategori koleksi. Pembatasan informasi ini dilakukan dengan tujuan strategis, yaitu mendorong masyarakat untuk tetap datang secara langsung ke museum agar dapat memperoleh pengalaman yang lebih utuh serta informasi yang lebih mendalam mengenai koleksi yang dipamerkan.

Selain itu, pembatasan detail informasi juga berkaitan dengan upaya perlindungan terhadap koleksi museum. Dengan tidak menampilkan data yang terlalu rinci dalam platform digital, pihak pengelola museum berupaya mengurangi potensi terjadinya pemalsuan atau penyalahgunaan informasi terkait artefak yang dimiliki museum. Oleh karena itu, *virtual tour* tidak hanya berfungsi sebagai media edukasi dan komunikasi publik, tetapi juga sebagai sarana promosi yang efektif untuk memperkenalkan museum kepada masyarakat luas, khususnya bagi pengunjung yang berada di luar Yogyakarta, sekaligus menjaga keamanan dan keaslian koleksi budaya yang dimiliki museum.

Gambar 1. Virtual Tour Museum Sonobudoyo



2. Implementasi Media Sosial Museum Sonibudoyo sebagai media komunikasi pada masa pandemi covid-19

Pada masa pandemi Covid-19, Museum Sonobudoyo melakukan transformasi signifikan dalam strategi komunikasi melalui pemanfaatan berbagai platform media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dan edukasi kepada masyarakat. Transformasi tidak hanya bertujuan untuk mempertahankan eksistensi institusi, tetapi juga memastikan bahwa fungsi edukatif dan kultural tetap

berjalan secara optimal di tengah keterbatasan mobilitas masyarakat. Pemanfaatan media sosial oleh museum mencerminkan perubahan paradigma dalam praktik komunikasi budaya, dari yang bersifat konvensional menuju pendekatan yang lebih partisipatif dan berbasis teknologi. Media sosial memungkinkan museum untuk menjangkau audiens yang lebih luas, tidak terbatas pada pengunjung lokal, tetapi juga masyarakat global. Selain itu, platform digital juga memberikan ruang bagi interaksi dua arah antara museum dan publik, yang sebelumnya relatif terbatas dalam konteks kunjungan fisik.

Platform YouTube menjadi salah satu media utama yang dimanfaatkan untuk menyampaikan konten yang bersifat informatif dan edukatif. Melalui format audiovisual, museum menghadirkan berbagai konten seperti edukasi protokol kesehatan, pentingnya menjaga kebersihan selama pandemi, serta dokumentasi koleksi museum dalam bentuk video naratif. Penyajian koleksi melalui video memungkinkan audiens untuk memperoleh pengalaman yang lebih mendalam dibandingkan dengan teks atau gambar statistik. Misalnya, koleksi budaya yang sebelumnya hanya dapat dilihat secara langsung kini dapat diakses melalui visualisasi yang dilengkapi dengan penjelasan naratif, sehingga meningkatkan pemahaman dan apresiasi masyarakat terhadap warisan budaya. Selain itu, YouTube juga berfungsi sebagai arsip digital yang dapat diakses kapan saja, sehingga memperpanjang umur konten dan meningkatkan nilai edukatifnya.

Di sisi lain, platform TikTok dimanfaatkan sebagai media komunikasi yang lebih ringan, singkat, dan menarik secara visual. Karakteristik TikTok yang berbasis video pendek mendorong museum untuk mengemas konten secara kreatif dan komunikatif agar dapat menarik perhatian audiens dalam waktu singkat. Konten yang disajikan umumnya fokus pada pengenalan ruang-ruang pameran, koleksi unggulan, serta aktivitas di dalam museum. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan informasi, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan audiens, khususnya generasi muda yang merupakan pengguna utama platform tersebut. Dengan gaya bersosialisasi yang santai dan interaktif, museum mampu mengurangi kesan formal yang sering melekat pada institusi budaya, sehingga menjadi lebih relevan dan menarik bagi kalangan muda.

Lebih lanjut, penggunaan TikTok juga mencerminkan strategi adaptasi terhadap perubahan pola konsumsi media di masyarakat. Generasi digital cenderung lebih menyukai konten yang cepat, visual, dan mudah dipublikasikan. Oleh karena itu, kehadiran museum di TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai upaya membangun brand awareness dan meningkatkan keterlibatan masyarakat. Tingginya tingkat interaksi pada konten TikTok menunjukkan bahwa strategi ini efektif dalam memperluas jangkauan audiens serta meningkatkan visibilitas museum di ruang digital.

Sementara itu, platform Instagram berperan sebagai media utama dalam penyebaran informasi edukatif dan aktual selama pandemi. Instagram memungkinkan museum untuk menyajikan konten dalam berbagai format, seperti gambar, infografis, dan video pendek, yang dikemas secara visual menarik dan komunikatif. Konten yang dipublikasikan meliputi peringatan hari besar, edukasi budaya, layanan informasi museum, serta kampanye kesehatan terkait Covid-19. Melalui desain grafis yang informatif dan estetis, museum dapat menyampaikan pesan secara efektif kepada masyarakat luas.

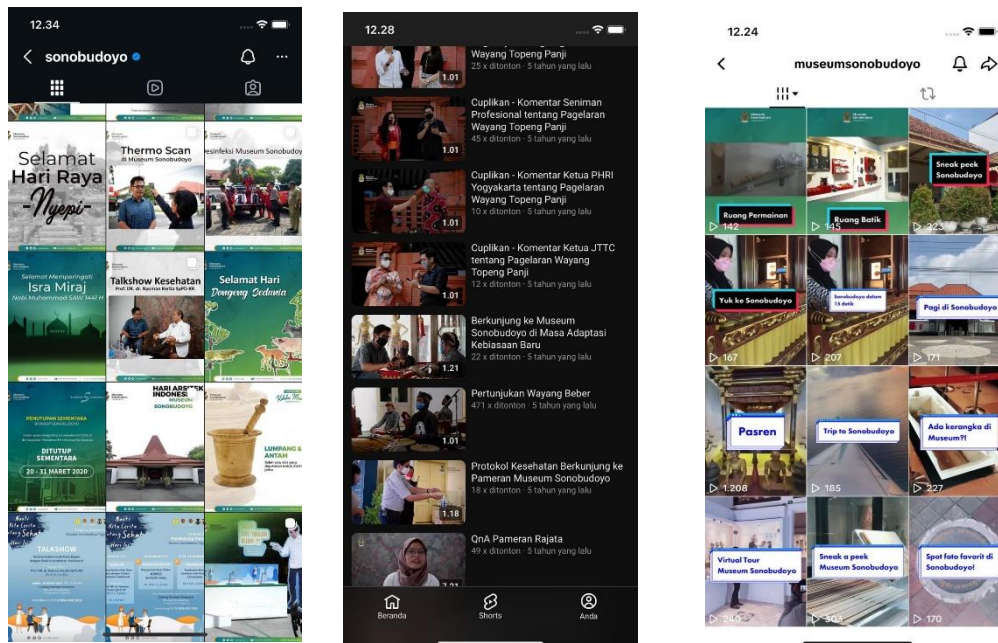
Instagram juga berfungsi sebagai etalase digital yang merepresentasikan identitas dan citra museum. Konsistensi dalam penggunaan visual, warna, dan gaya komunikasi menjadi faktor penting dalam membangun brand image yang kuat. Selain itu, fitur interaktif seperti komentar, likes, dan direct message memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara museum dan pengikutnya. Hal

ini memberikan peluang bagi museum untuk menerima umpan balik secara langsung dari masyarakat, sekaligus meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam aktivitas museum digital.

Integrasi ketiga platform media sosial tersebut menunjukkan adanya strategi komunikasi yang terencana dan adaptif dalam menghadapi situasi krisis. Setiap platform memiliki karakteristik dan segmentasi audiens yang berbeda, sehingga penggunaannya disesuaikan dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. YouTube lebih fokus pada konten edukatif yang mendalam, TikTok pada konten kreatif yang menarik dan interaktif, serta Instagram pada penyampaian informasi yang visual dan aktual. Kombinasi ini memungkinkan museum untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat dengan pendekatan yang beragam.

Lebih jauh lagi, penerapan media sosial sebagai media komunikasi pada masa pandemi juga menunjukkan pergeseran fungsi museum dari sekadar ruang penyimpanan artefak menjadi institusi yang aktif dalam membangun narasi budaya di ruang publik digital. Museum tidak lagi hanya menjadi tempat melihat koleksi, tetapi juga menjadi sumber pengetahuan yang dapat diakses secara luas melalui teknologi. Dalam konteks ini, media sosial berperan sebagai jembatan yang menghubungkan museum dengan masyarakat, sekaligus memperkuat peran museum sebagai agen pelestarian budaya.

Dengan demikian, pemanfaatan media sosial oleh Museum Sonobudoyo selama pandemi Covid-19 tidak hanya merupakan respons terhadap situasi krisis, tetapi juga menjadi langkah strategis dalam mengembangkan model komunikasi yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi, edukasi, dan pelestarian budaya secara digital. Transformasi ini menunjukkan bahwa museum mampu beradaptasi dengan perubahan zaman, sekaligus mempertahankan relevansinya di tengah dinamika masyarakat yang terus berkembang.



Gambar 2.1. Gambar sebelah kiri (Instagram Museum Sonobudoyo), tengah (Youtube Museum Sonobudoyo), sebelah kanan (Tiktok Museum Sonobudoyo)

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa Museum Sonobudoyo berhasil melakukan strategi komunikasi publik secara adaptif dan inovatif selama masa pandemi Covid-19. Transformasi ini dilatarbelakangi oleh kebijakan pembatasan sosial yang menyebabkan terhentinya aktivitas kunjungan langsung ke museum, sehingga memaksa institusi untuk mengalihkan layanan edukasi dan komunikasi ke ranah digital. Dalam konteks ini, pemanfaatan teknologi komunikasi digital tidak hanya menjadi solusi sementara, tetapi berkembang menjadi strategi penting dalam menjaga keberlanjutan fungsi museum sebagai lembaga edukatif dan kultural.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *virtual tour* menjadi salah satu inovasi utama dalam menjaga interaksi antara museum dan masyarakat. *Virtual tour* tidak hanya berfungsi sebagai media representasi visual koleksi museum, tetapi juga sebagai sarana komunikasi interaktif yang memungkinkan terjadinya hubungan dua arah antara pengelola dan pengunjung. Melalui teknologi ini, museum mampu menghadirkan pengalaman kunjungan yang mendekati kondisi nyata, meskipun dilakukan secara daring. Hal ini memperkuat peran museum sebagai media pembelajaran yang tetap relevan di tengah keterbatasan mobilitas masyarakat. Selain itu, *virtual tour* juga terbukti mampu memperluas jangkauan akses publik terhadap koleksi museum tanpa batasan ruang dan waktu, sehingga berkontribusi pada peningkatan inklusivitas layanan museum.

Selain *virtual tour*, pemanfaatan media sosial seperti YouTube, TikTok, dan Instagram juga menjadi bagian integral dari strategi komunikasi digital museum. Setiap platform memiliki karakteristik dan segmentasi audiens yang berbeda, sehingga penggunaannya disesuaikan dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. YouTube dimanfaatkan untuk menyampaikan konten edukatif yang mendalam dan bersifat audiovisual, TikTok digunakan untuk menyajikan konten kreatif dan ringan yang menarik bagi generasi muda, sementara Instagram berfungsi sebagai media utama dalam penyebaran informasi visual yang aktual dan edukatif. Integrasi ketiga platform ini menunjukkan bahwa museum telah mengembangkan pendekatan komunikasi yang tersegmentasi, adaptif, dan berbasis pada kebutuhan audiens.

Lebih lanjut, temuan penelitian ini mengindikasikan adanya pergeseran paradigma dalam fungsi museum, dari yang semula berorientasi pada ruang fisik menjadi institusi yang juga beroperasi secara digital. Museum tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat penyimpanan dan pameran artefak, tetapi juga sebagai pusat komunikasi budaya yang aktif di ruang digital. Transformasi ini sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi yang mendorong terciptanya model komunikasi yang lebih interaktif, partisipatif, dan tidak terbatas secara geografis. Dalam hal ini, media digital berperan sebagai jembatan yang menghubungkan museum dengan masyarakat luas, sekaligus memperkuat posisi museum sebagai agen pelestarian budaya di era digital.

Namun demikian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa digitalisasi museum tidak sepenuhnya dapat menggantikan pengalaman kunjungan langsung. Interaksi fisik dengan koleksi, suasana ruang pameran, serta pengalaman emosional yang dirasakan pengunjung tetap memiliki nilai autentik yang tidak dapat direplikasi secara digital. Oleh karena itu, *virtual tour* dan media sosial sebaiknya diposisikan sebagai pelengkap (*complementary*) dari layanan konvensional, bukan sebagai pengganti sepenuhnya. Pendekatan ini mencerminkan konsep museum hibrida, yaitu kombinasi antara layanan fisik dan digital yang saling melengkapi.

Sebagai pokok pikiran baru, penelitian ini menegaskan bahwa pandemi Covid-19 telah menjadi katalisator percepatan digitalisasi museum, sekaligus membuka peluang bagi pengembangan model komunikasi publik yang lebih inovatif dan berkelanjutan. Ke depan, museum tidak hanya dituntut

untuk mampu beradaptasi terhadap perubahan teknologi, tetapi juga harus mampu merancang strategi komunikasi digital yang lebih terintegrasi, interaktif, dan berorientasi pada pengalaman pengguna (user experience). Dengan demikian, transformasi digital yang dilakukan tidak berhenti sebagai respons terhadap krisis, tetapi berkembang menjadi bagian dari strategi jangka panjang dalam pengelolaan museum di era digital.

Secara keseluruhan, implementasi *virtual tour* dan media sosial oleh Museum Sonobudoyo selama pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa institusi budaya memiliki kapasitas untuk berinovasi dan beradaptasi dalam menghadapi situasi krisis. Transformasi ini tidak hanya mempertahankan eksistensi museum, tetapi juga memperluas perannya sebagai ruang komunikasi publik yang inklusif, edukatif, dan relevan dengan perkembangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Arbi, A. 2003. *Dakwah dan Komunikasi*. Jakarta: UIN Jakarta Pers
- Bayu, D. J. 2021. Anak Muda Dominasi Jumlah Pendengar Podcast di Indonesia. Kata Data. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/03/10/anak-mudadominasi-jumlah-pendengar-podcast-di-indonesiapendengar-podcast-di-indonesia-didominasianak-muda>
- Bungin. 2019. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Daymond, C., Holloway, I. 2008. *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communication*, diterjemahkan oleh Cahya Wiratama dengan judul *Metode-Metode Riset Kualitatif*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- De Porter, Bobbi dan Hernacki, Mike. 1992. *Quantum Learning*. Membiasakan Belajar Nyaman dan Menyenangkan. Terjemahan oleh Alwiyah Abdurrahman. Bandung: Penerbit Kaifa.
- Dennis McQuail. 2011. Teori Komunikasi Massa. In Buku 1 Edisi 6. Salemba Humanika.
- Ditha, R. A., Prasetyo, D., & Syamsu, Moch. 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>
- Fauziddin. 2014. *Pembelajaran PAUD Bermain Cerita Menyanyi Secara Islami*. Bandung. PT. Remaja Rosda Karya.
- Hermawan, Y., Dhiauddin Ahnaf, M., & Ummaya Santi, F. (2021). Pemanfaatan Museum Sonobudoyo Sebagai Sumber Belajar Untuk Masyarakat. *Lifelong Education Journal*, 1(1), 81–90. <https://doi.org/10.59935/lej.v1i1.6>
- Hotimah, H., Darajat, D. M., Khudzaeva, E., & Kamarusdiana, K. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Smart Village Desa Patrasana Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang. *Relations: Journal of Media Studies and Public Relations*, 1(1), 36-46.
- Khofifa, I. N., Sari, R. A. W., & Dewi, R. (2024). Implementasi Cyber Public Relations Program Patriot Desa Melalui Website dan Media Sosial Instagram. *Relations: Journal of Media Studies and Public Relations*, 1(2), 71-86.
- Marpelina, L., & Asrofin, R. F. (2022). Eksistensi Museum Virtual Masa Pandemi Covid-19. *JURNAL PENELITIAN SEJARAH DAN BUDAYA*, 8(1), 45–66. <https://doi.org/10.36424/jpsb.v8i1.282>

- Murdiastomo, A., Bismoko, D. S., & Siswantara, R. P. (2023). Tata Pamer Museum Negeri Pada Masa Lalu Dan Masa Kini: Studi Museum Nasional Indonesia dan Museum Sonobudoyo. *PURBAWIDYA*, 12(1), 17–31. <https://doi.org/10.55981/purbawidya.2023.264>
- Sitepu, F. A. B., & Atiqah, A. N. (2022). Pengaruh penerapan konsep digitalisasi di Museum Sonobudoyo Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 16(1), 1. <https://doi.org/10.47256/kji.v16i1.135>
- Sujimat, D. Agus. 2000. *Penulisan karya ilmiah*. Makalah disampaikan pada pelatihan penelitian bagi guru SLTP Negeri di Kabupaten Sidoarjo tanggal 19 Oktober 2000 (Tidak diterbitkan). MKKS SLTP Negeri Kabupaten Sidoarjo
- Suparno. 2000. *Langkah-langkah Penulisan Artikel Ilmiah* dalam Saubah, Ali dan Waseso, M.G. 2000. Menulis Artikel untuk Jurnal Ilmiah. Malang: UM Press.
- UNESA. 2000. *Pedoman Penulisan Artikel Jurnal*, Surabaya: Lembaga Penelitian Universitas Negeri Surabaya.
- Wulandari, Y. F., Caesariano, L., & Bastian, Y. (2021). *Virtual tour Sebagai Media Komunikasi Digital Dalam Pelayanan Museum Kehutanan Di Masa Pandemi Covid-19*. 01.
- Zahbi, C. R., & Muslimah, F. (2024). TikTok sebagai Strategi Branding Publikasi Konten Berita di Media Era. id. *Relations: Journal of Media Studies and Public Relations*, 1(1), 1-16.