

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara kepulauan di Asia Tenggara yang menjadi negara terluas ke-14 di dunia dengan pulau terbanyak ke-6 di dunia dengan jumlah 17.504 pulau, dan Indonesia memiliki populasi penduduk tertinggi ke-4 dimana mayoritas pemeluk agama islam terbanyak setelah Pakistan. Hal ini menjadikan Indonesia memiliki berbagai macam warisan budaya dan adat yang unik, hal tersebut dapat dimanfaatkan menjadikan sebuah tempat yang berisikan informasi mengenai hal tersebut.

Perpustakaan tidak menjadi satu-satunya tempat untuk mencari sebuah informasi, tetapi museum juga termasuk ke dalam sumber informasi. Hal tersebut karena museum terdapat koleksi yang mengandung banyak informasi Sehingga fungsi museum tidak hanya menjadi tempat wisata tetapi juga sebagai sumber informasi serta tinjauan untuk pengunjung. Museum dengan perpustakaan sedikit memiliki kesamaan yakni: sama-sama sebagai sumber informasi, sebagai sarana sumber peneliti ilmiah, sama-sama memiliki tahap inventarisasi dan klasifikasi, serta sama-sama adanya preservasi. Dari banyaknya persamaan tersebut terdapat perbedaan yang signifikan yaitu mengenai pelayanan yang diberikan, jika museum tidak dapat meminjam koleksi yang ada didalamnya kecuali ada kegiatan *cultural*,

berbeda dengan perpustakaan koleksi yang tersedia memang untuk dipinjamkan kepada pengunjung yang membutuhkan informasi.

Museum menurut ICOM (*Internasional Council of Museum*), merupakan suatu lembaga yang bersifat permanen dan tidak mencari keuntungan dalam melayani masyarakat. Perkembangannya terbuka untuk umum dan bertujuan untuk mengawetkan, mengkomunikasikan, dan menampilkan barang-barang pembuktian manusia dan lingkungan untuk tujuan pengkajian, pendidikan, dan rekreasi.

Museum dalam pandangan Islam memiliki penjelasan bahwa manusia yang beriman kepada Allah SWT dan berilmu, penting untuk menghargai Sejarah pada masa lalu sehingga warisan Sejarah di daerah tertentu dapat digunakan sebagai pembelajaran bagi masyarakat. Dijelaskan dalam surat Yusuf ayat 111:

لَقَدْ كَانَتْ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةً لِأُولِي الْأَلْبَابِ مَا كَانَ حَدِيثًا يُفْتَرَى  
وَلَكِنْ تَصْدِيقَ الَّذِي بَيْنَ يَدَيْهِ وَتَفْصِيلَ كُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى  
وَرَحْمَةً لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ

*“Sesungguhnya pada kisah-kisah mereka itu terdapat pengajaran bagi orang-orang yang mempunyai akal. Al Quran itu bukanlah cerita yang dibuat-buat, akan tetapi membenarkan (kitab-kitab) yang sebelumnya dan menjelaskan segala sesuatu, dan sebagai petunjuk dan rahmat bagi kaum yang beriman. (QS. Yusuf ayat 111)*

Al-Mukhtashar menafsirkan, bahwa kisah-kisah para rasul dan umat-umatnya dan kisah yusuf dan saudara-saudaranya mendukung Pelajaran berharga bagi mereka yang berpikir untuk memahami makna dibalik cerita tersebut. Dalam Al-

Qur'an menegaskan bahwa isi kitab-kitab bukanlah sebuah dongeng atau fiksi, melainkan suatu hal yang perlu dijelaskan secara rinci mengenai kebenaran, seperti masalah hukum dan ketentuan syariat, menuntun kepada setiap kebaikan, dan menjadi rahmat bagi orang-orang yang beriman kepadanya. Karena merekalah yang akan memanfaatkan apa yang terkandung di dalamnya (Tafsir Al-Mukhtashar, 2017).

Berdasarkan tafsir diatas dapat disimpulkan bahwa peristiwa yang sudah terjadi di masa lalu dapat digunakan untuk pembelajaran dimasa mendatang. Dengan hal ini museum memiliki peran dalam menyimpan dan wadah untuk menjaga benda-benda dengan nilai yang berharga di masa lalu. Jika dikaitkan dengan tafsir ayat diatas museum dijadikan sebagai tempat pembelajaran yang terjadi di masa lalu yang mungkin dapat dijadikan sebagai sumber pembenahan diri dengan hal-hal baik yang dapat dicontoh atau sebagai pemahaman supaya tidak kembali terulang peristiwa yang tidak diinginkan, seperti peperangan, ataupun kearah yang tidak benar.

Dalam hal ini minat masyarakat mengenai sejarah dan budaya dapat dikatakan cukup baik untuk mengenal dan rasa ingin tahu mengenai sejarah dan budaya islam, namun tidak banyak juga khususnya generasi muda yang minat untuk mengetahui Sejarah dan budaya islam, rendahnya minat tersebut disebabkan karena metode pembelajaran sejarah yang kurang menarik dan peran guru dalam penyampaian materi tanpa variasi, monoton, dan membosankan. (Sudrajat et al., 2021).

Kemajuan pesat informasi, komunikasi, dan teknologi dapat memunculkan bahaya bagi keragaman identitas dan budaya. Dengan keadaan yang seperti itu

kehadiran identitas semakin dibutuhkan di era globalisasi untuk melindungi budaya (Setiawati et al., 2023). Begitupun dengan MINHA yang menyediakan informasi dan membahas mengenai sejarah dan budaya pada masalah dengan perkembangan zaman yang serba canggih dimana penggunaan internet terus meningkat dengan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa pada tahun 2024, berdasarkan hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dipublikasi oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) sebesar 79,5% dibandingkan dengan periode sebelumnya maka terjadi peningkatan 1,4% (Prasetyo et al., 2024). Dengan ini pihak pengelola museum dapat memanfaatkan internet dalam penggunaan media sosial dimana akan berdampak positif dalam berkomunikasi tanpa batas ruang dan waktu (Isan & Nasir, 2023), sehingga dapat melakukan promosi untuk mengenalkan sejarah dan budaya Islam kepada masyarakat supaya sejarah dapat dikenal dan meningkatkan minat masyarakat dalam mengenal sejarah dan budaya terutama untuk generasi muda dimana mereka ialah sebagai penerus bangsa.

Menurut William J. Stanton, Michael J. etzel, Bruce J. Walker alih Bahasa H. Djasalim Saladin (2011) berpendapat promosi adalah unsur yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang suatu produk, untuk mempengaruhi keputusan mereka perusahaan berusaha mengenalkan sebuah sejarah dan budaya dengan informasi yang mereka miliki kepada masyarakat dengan memanfaatkan promosi, promosi dapat dilakukan secara mandiri maupun dengan menggunakan pihak lain untuk memaksimalkan promosi yang dilakukan. Kegiatan promosi dapat berdampak positif dalam mengenalkan

sejarah dan budaya kepada masyarakat, sehingga dengan melakukan promosi masyarakat dapat melakukan kunjungan secara langsung ke museum untuk mengenal sejarah dan budaya Islam lebih mendalam. Oleh karena itu, yang menjadi kunci utama untuk mencapai efisiensi dan efektivitas dalam menetapkan strategi adalah komunikasi pemasaran, karena berfungsi sebagai wadah untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat umum. (Astuti et al., 2024). Menurut Kotler komunikasi pemasaran merupakan sarana yang digunakan perusahaan yang bertujuan sebagai memberikan informasi, mempengaruhi, kepada masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diketahui bahwa strategi promosi memiliki keterkaitan yang bisa menyalurkan informasi kepada masyarakat mengenai sejarah dan budaya Islam di Indonesia.

Alasan penulis mengambil lokasi penelitian di Museum Islam Indonesia K.H. Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang karena penulis telah melakukan prapenelitian dengan berkunjung ke sana dan menemukan masalah dilokasi sehingga peneliti menjadikan lokasi ini untuk dilakukan penelitian. Dibuktikan dengan melakukan wawancara dengan petugas museum di bidang humas dan edukato dan juga mengamati situasi dan kondisi sekitarnya. Hasil dari prapenelitian di zaman yang serba modern ini dapat menjadi tantangan tersendiri menjadikan MINHA untuk tetap eksis kepada masyarakat yang bergantung dengan dunia maya dan minat untuk mengenal Sejarah dan budaya Islam Indonesia. Dengan hal ini perlu dilakukan beberapa strategi promosi untuk mengenalkan sejarah dan budaya Islam di Indonesia supaya masyarakat mengetahui bahwa MINHA juga menyediakan

informasi mengenai sejarah penting guna menambah wawasan diri. MINHA memiliki beberapa media sosial seperti Tiktok, Instagram, X, YouTube, dan WhatsApp. Tetapi dari banyaknya media yang dimiliki MINHA saat ini masih berfokus di satu media sosial saja yakni melalui Instagram untuk melakukan penyebaran informasi ataupun mengenalkan sejarah kepada masyarakat. Promosi melalui internet atau media sosial ini dapat dikatakan mudah berhasil karena konten yang berisikan informasi yang tersedia di internet sangat kaya dan beragam, serta tidak perlu mengkhawatirkan dalam kebebasan berekspresi yang terhalang oleh ruang atau halaman dari sebuah koran (Widiastuti, 2020).

Dalam kegiatan mengenalkan sejarah dan budaya Islam Indonesia kepada masyarakat tidak lepas dari strategi promosi untuk menjalin komunikasi dengan masyarakat. Maka dari itu dalam penelitian ini akan membahas strategi promosi MINHA dalam mengenalkan sejarah dan budaya Islam Indonesia kepada masyarakat. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dari itu penulis menetapkan judul “Strategi Promosi Museum Islam Indonesia K.H. Hasyim Asy’ari Tebuireng Jombang dalam mengenalkan Sejarah dan Budaya Islam kepada Masyarakat”.

## **B. Fokus Masalah**

1. Bagaimana strategi MINHA Tebuireng Jombang dalam mengenalkan sejarah dan budaya Islam di Indonesia kepada Masyarakat?
2. Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam promosi di museum MINHA Tebuireng Jombang?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi seperti apa yang digunakan MINHA dalam mengenalkan sejarah dan budaya Islam di Indonesia kepada masyarakat.
2. Untuk mengetahui faktor dan hambatan pada saat melakukan promosi di MINHA Tebuireng Jombang.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

#### **1. Manfaat Akademik**

Memberikan sebuah kontribusi dalam perkembangan Ilmu Perpustakaan dan pemahaman mengenai topik tertentu serta dapat dijadikan sebagai referensi dalam karya ilmiah bagi keseluruhan civitas akademik mahasiswa Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, terutama di jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam.

#### **2. Manfaat bagi kelembagaan**

Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa dan ber hubungan dengan penelitian ini dan menambahkan referensi ke perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

#### **3. Manfaat bagi peneliti**

Dapat menambah wawasan mengenai kajian strategi promosi pada museum untuk mempelajari dan memahami topik lebih mendalam serta dapat menjadikan jawaban atas permasalahan yang ada.

## **E. Penegasan Istilah**

### 1. Strategi promosi

Rencana terstruktur yang dibuat untuk mengenalkan, mempromosikan, atau meningkatkan kesadaran publik tentang suatu produk, layanan, ide, atau organisasi.

### 2. Museum

Sebuah lembaga yang sangat penting dan berguna bagi masyarakat. Museum tidak hanya dijadikan sebagai tempat menyimpan benda-benda bersejarah, tetapi sebagai pusat sejarah, seni, hiburan, dan ilmu pengetahuan yang terbuka untuk semua kalangan.

### 3. Sejarah

Peristiwa yang terjadi di masa lalu dan mempunyai nilai sejarah dengan adanya bukti berupa peninggalan.

### 4. Budaya Islam

Aturan hidup yang berasal dari perpaduan antara ajaran Islam dengan kebiasaan dan nilai-nilai masyarakat tertentu.