Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
5 (2) 2025, Page 595-610

Membumikan Sejarah: Tantangan dan Peluang dalam Strategi Promosi Museum Aceh

Fakhruddin[1], Rahma Maula[2]
[1,2] Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, Banda Aceh
Corresponding Author: Fakhrudin, f4khrudd1n@ar-raniry.ac.id

Published: April, 2025

ABSTRAK

Memahami dan mempromosikan wisata sejarah dan kebudayaan sebagai sarana dakwah, menggunakan media sosial, poster, dll. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pendukung dan hambatan yang dihadapi oleh bidang perancang promosi museum dalam mempromosikan museum Aceh sebagai media dakwah islam, serta strategi yang dapat digunakan untuk mengatasi hambatan dan memaksimalkan pendukung. Wisata syariah di Museum Aceh. Metode penelitian yang berbasis kualitatif Metode pengumpulan data termasuk melakukan observasi di Museum Aceh dan melakukan wawancara dengan enam narasumber yang akurat dan terdokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Museum Aceh mengedepankan kebutuhan pengunjung yang membutuhkan pengetahuan Islam dengan melakukan Dakwah Islam melalui sejarah Islam yang ada di sana. Namun, karena kekurangan tenaga kerja, Museum Aceh kekurangan pengetahuan tentang cara promosi Islam harus dilakukan.

Kata Kunci: Strategi, Promosi, Tantangan, Peluang, Museum Aceh

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Salah satu wisata Aceh adalah Museum Aceh merupakan salah satu destinasi wisata halal. Museum Aceh memiliki potensi wisata untuk bisa dikunjungi wisatawan, useum Aceh memiliki potensi wisata untuk bisa dikunjungi wisatawan, Museum Aceh memiliki potensi wisata untuk bisa dikunjungi wisatawan," ujar Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh, Almuniza Kamal. Ia menambahkan bahwa koleksi benda-benda bersejarah dan budaya yang ada di museum tersebut sangat beragam dan representatif bagi sejarah Aceh. Mulai dari artefak prasejarah, peninggalan kerajaan-kerajaan Aceh, hingga benda-benda yang berkaitan dengan perang Aceh dan masa modern. Selain koleksinya, Museum Aceh juga memiliki bangunan yang unik dan menarik. Bangunan utama museum ini adalah Rumah Aceh, sebuah rumah tradisional Aceh yang dipindahkan dari Blangpidie pada tahun 1914. Rumah Aceh ini menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang ingin melihat arsitektur tradisional Aceh secara langsung. Museum Aceh, sebagai institusi yang menyimpan dan

memamerkan warisan budaya Aceh, memiliki peran krusial dalam membentuk identitas daerah dan menarik wisatawan.

Museum Aceh dapat menjadi salah satu destinasi wisata unggulan di Aceh dan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan pariwisata di daerah tersebut. Almuniza juga mengajak masyarakat Aceh untuk lebih mencintai dan melestarikan sejarah dan budaya Aceh, salah satunya dengan mengunjungi Museum Aceh. akan tetapi dengan potensi yang ada menjadikan Museum Aceh harus bersaing mendapatkan kunjungan wisatawan dari berbagai potensi wisata yang ada dari dalam maupun luar daerah. Hal ini tentu dalam mempromosikan wisata Museum Aceh memiliki tantangan untuk mendapatkan pengunjung yang ramai, baik pengunjung dari luar daerah maupun dalam daerah. Oleh karena itu, promosi yang efektif dan inovatif menjadi kunci utama. Museum Aceh perlu memanfaatkan berbagai platform promosi, mulai dari media sosial, website yang informatif, hingga kerjasama dengan agen perjalanan dan hotel. Selain itu, penyelenggaraan *event-event* menarik secara berkala, seperti pameran temporer, workshop budaya, atau pertunjukan seni tradisional, dapat meningkatkan daya tarik museum.

Penting juga untuk memperhatikan kualitas pelayanan dan fasilitas yang memadai, seperti ketersediaan informasi dalam berbagai bahasa, aksesibilitas bagi penyandang disabilitas, dan area parkir yang luas. Dengan strategi promosi yang tepat dan pengelolaan yang profesional, Museum Aceh dapat bersaing dengan destinasi wisata lainnya dan menjadi ikon wisata halal yang membanggakan bagi Aceh.Salah satu wisata Aceh adalah Museum Aceh merupakan salah satu destinasi wisata halal. Museum Aceh memiliki potensi wisata untuk bisa dikunjungi wisatawan, akan tetapi dengan potensi yang ada menjadikan Museum Aceh harus bersaing mendapatkan kunjungan wisatawan dari berbagai potensi wisata yang ada dari dalam maupun luar daerah. Hal ini tentu dalam mempromosikan wisata Museum Aceh memiliki tantangan untuk mendapatkan pengunjung yang ramai, baik pengunjung dari luar daerah maupun dalam daerah.

Pengembangan pariwisata tidaklah berjalan sendiri, perlu keterlibatan berbagai pihak dalam pengembangan wisata termasuk dalam promosi dan mengatur strategi. Elemen yang terlibat dalam pengembangan parawisata salah satunya adalah duta wisata. Mereka bertindak sebagai pihak yang ikut mendukung terlaksananya kegiatan yang diadakan oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan bersama duta wisata. Disinilah kemampuan duta wisata sebagai jembatan penghubung antara pihak eksternal dan pihak internal dalam mempromosikan pariwisata khususnya wisata Mesium Aceh kepada kalangan anak muda dan masyarakat luas. Pengembangan pariwisata tidaklah berjalan sendiri, perlu keterlibatan berbagai pihak dalam pengembangan wisata termasuk dalam promosi dan mengatur strategi. Elemen yang terlibat dalam pengembangan parawisata salah satunya adalah duta wisata. Mereka bertindak sebagai pihak yang ikut mendukung terlaksananya kegiatan yang diadakan oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan bersama duta wisata. Disinilah kemampuan duta wisata sebagai jembatan penghubung antara pihak eksternal dan pihak internal dalam mempromosikan pariwisata

khususnya wisata Mesium Aceh kepada kalangan anak muda dan masyarakat luas.Keberadaan duta wisata menjadi penting karena mereka memiliki potensi untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Duta wisata dapat memanfaatkan platform digital untuk berbagi informasi mengenai Museum Aceh, menampilkan koleksi-koleksinya yang menarik, dan menceritakan sejarah serta budaya Aceh dengan cara yang kreatif dan mudah dipahami.

Lebih dari sekadar wajah pariwisata, duta wisata juga berperan dalam mengedukasi masyarakat tentang pentingnya melestarikan warisan budaya. Mereka dapat mengadakan kegiatan seperti workshop, seminar, atau tur virtual ke museum untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap sejarah Aceh. Dengan pendekatan yang personal dan relatable, duta wisata dapat mengubah persepsi bahwa museum adalah tempat yang membosankan menjadi tempat yang menarik dan relevan bagi kehidupan sehari-hari.

Selain itu, duta wisata juga dapat menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, seperti sekolah, universitas, komunitas seni, dan media massa untuk memperluas jangkauan promosi pariwisata Museum Aceh. Mereka dapat menginisiasi program-program kolaboratif yang melibatkan berbagai elemen masyarakat untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih berkesan dan berkelanjutan. Dengan demikian, duta wisata tidak hanya mempromosikan Museum Aceh sebagai destinasi wisata, tetapi juga sebagai pusat pembelajaran dan pelestarian budaya yang berharga bagi generasi mendatang.

Metode yang digunakan ialah metode kualitatif. Media dakwah pada zaman Rasulullah dan sahabat sangat terbatas, berkisar pada dakwah qauliyah bi al-lisan dan dakwah *fi'liyyah bi al-uswah*, media penggunaan surat (*rusail*), serta media qashash (tukang cerita) dan muallafat (karangan tertulis). Pada zaman modern ini, banyak media yang dapat dimanfaatkan dalam dakwah yaitu televisi, film, pers, majalah, musik dan juga fiksi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuka peluang sekaligus tantangan baru bagi para dai dan mubaligh. Dulu, dakwah dari mimbar ke mimbar menjadi andalan, kini jangkauan dakwah bisa menembus batas ruang dan waktu melalui internet. Platform media sosial seperti *Facebook, Instagram, Twitter*, dan *YouTube* menjadi lahan subur untuk menyebarkan pesan-pesan agama. Podcast dan video dakwah menawarkan fleksibilitas bagi pendengar dan penonton untuk mengakses konten kapan saja dan di mana saja.

Namun, meluasnya media dakwah juga menghadirkan persoalan. Konten yang berkualitas harus bersaing dengan banjir informasi yang seringkali menyesatkan atau bahkan berbahaya. Verifikasi dan validasi sumber informasi menjadi krusial untuk menghindari penyebaran berita bohong (*hoax*) dan ujaran kebencian yang dapat memecah belah umat. Selain itu, dakwah melalui media juga menuntut kreativitas dan inovasi agar pesan-pesan agama dapat diterima dengan baik oleh audiens yang beragam. Penggunaan bahasa yang santun, visual yang menarik, dan pendekatan yang relevan dengan isu-isu kekinian menjadi kunci keberhasilan dakwah di era digital ini. Dengan pemanfaatan yang bijak dan bertanggung jawab, media dakwah modern dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dan membangun masyarakat yang lebih baik.

Dakwah *qauliyah* atau lisan dilakukan dengan memberikan ceramah, khotbah, dan diskusi langsung kepada masyarakat, sehingga ajaran Islam dapat disampaikan secara langsung dan jelas. Dakwah *fi'liyyah* atau praktik, di mana Rasulullah SAW menunjukkan ajaran Islam melalui tindakan dan perilaku sehari-hari, memberikan teladan nyata bagi umatnya. Selain itu, penggunaan surat (*rusail*) adalah metode formal yang digunakan Rasulullah SAW untuk mengundang penguasa dan pemimpin dari berbagai wilayah agar menerima Islam.Kemudian, dakwah bil hal, yang menekankan pada perbuatan nyata dan kontribusi positif terhadap masyarakat, juga menjadi bagian penting dari strategi dakwah. Ini termasuk membantu sesama yang membutuhkan, membangun infrastruktur, dan menegakkan keadilan. Dengan demikian, dakwah tidak hanya terbatas pada penyampaian pesan secara verbal, tetapi juga diwujudkan melalui tindakan-tindakan yang bermanfaat dan berlandaskan nilai-nilai Islam.

Keselarasan antara qauliyah, *fi'liyyah*, dan bil hal menjadi kunci keberhasilan dakwah dalam menyebarkan ajaran Islam secara komprehensif dan berkelanjutan. adalah metode formal yang digunakan Rasulullah SAW untuk mengundang penguasa dan pemimpin dari berbagai wilayah agar menerima Islam.

Metode lainnya termasuk qashash atau tukang cerita, di mana Rasulullah SAW dan sahabat menggunakan cerita-cerita dari Al-Qur'an dan teladan untuk mengajarkan nilai-nilai Islam secara menarik dan mudah dipahami. Terakhir, muallafat atau karangan tertulis digunakan untuk menyebarkan ajaran Islam melalui tulisan yang menjelaskan prinsip-prinsip Islam dan memberikan panduan praktis. Kombinasi dari metode-metode ini mencerminkan pendekatan yang efektif dan menyeluruh dalam menyebarkan pesan Islam pada masa itu.Selain itu, penting juga untuk menyoroti penggunaan syair dan puisi sebagai alat dakwah.

Para penyair Muslim, dengan keindahan bahasa dan rima yang memukau, menciptakan karya-karya yang menginspirasi dan membangkitkan semangat keimanan. Syair-syair ini seringkali berisi pujian kepada Allah SWT, nasihat-nasihat bijak, dan gambaran tentang keagungan Islam, sehingga mudah diterima dan diingat oleh masyarakat. Tidak ketinggalan pula, diskusi dan debat terbuka, yang menjadi wadah untuk bertukar pikiran, menjawab pertanyaan, dan meluruskan kesalahpahaman tentang Islam. Rasulullah SAW sendiri seringkali terlibat dalam diskusi semacam ini, menunjukkan kesediaan untuk berdialog dan memberikan penjelasan yang rasional dan komprehensif. Dengan keragaman metode yang diterapkan, dakwah Islam pada masa itu mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat, dari kaum terpelajar hingga masyarakat awam, sehingga pesan Islam dapat tersebar luas dan meresap ke dalam hati setiap individu. atau karangan tertulis digunakan untuk menyebarkan ajaran Islam melalui tulisan yang menjelaskan prinsip-prinsip Islam dan memberikan panduan praktis. Kombinasi dari metode-metode ini mencerminkan pendekatan yang efektif dan menyeluruh dalam menyebarkan pesan Islam pada masa itu.

Upaya Perancang Promosi Dalam Memanfaatkan Potensi Museum Aceh Sebagai Media Dakwah Islam Di Tengah Berbagai Dukungan Dan Hambatan

a. Media Promosi Pesan Dakwah Islam Museum Aceh

Dakwah harus dilakukan sesuai dengan perkembangan zaman sekarang yang sudah maju dalam hal teknologi maupun ilmu pengetahuan. Sebab aktivitas dakwah yang maju akan membawa pengaruh terhadap pengajuan agama dan sebaliknya aktivitas dakwah yang lesu akan berakibat pada kemunduran agama. Karena adanya hubungan timbal balik seperti itu maka Islam meletakkan kewajiban dakwah di atas setiap pemeluknya. Oleh karena itu, seorang da'i (juru dakwah) di era digital ini dituntut untuk melek teknologi dan memahami dinamika ilmu pengetahuan. Dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar atau majelis taklim, tetapi meluas ke platform-platform daring seperti media *sosial, website, podcast*, dan *video streaming*. Konten dakwah yang relevan, kreatif, dan mudah diakses akan lebih efektif menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang akrab dengan teknologi.

Selain itu, dakwah di era modern juga harus adaptif terhadap isu-isu kontemporer yang dihadapi masyarakat. Da'i perlu memahami tantangan-tantangan zaman seperti perubahan iklim, ketidakadilan sosial, radikalisme, dan disinformasi, serta menawarkan solusi yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Dakwah yang kontekstual dan solutif akan lebih diterima dan memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat.

Namun, kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan juga membawa tantangan tersendiri bagi dakwah. Da'i harus berhati-hati dalam menggunakan teknologi agar tidak terjebak dalam hal-hal yang negatif atau melanggar etika Islam. Konten dakwah harus dipastikan akurat, valid, dan tidak menimbulkan perpecahan. Da'i juga harus menjaga diri dari ujaran kebencian, fitnah, dan konten-konten yang merusak moral.

Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan secara bijak, dakwah dapat menjadi kekuatan positif yang membawa perubahan yang lebih baik bagi masyarakat. Dakwah yang maju dan relevan akan membantu umat Islam untuk memahami dan mengamalkan ajaran agama dengan lebih baik, serta berkontribusi positif bagi pembangunan bangsa dan negara. Kewajiban dakwah ini adalah amanah yang harus diemban oleh setiap Muslim, agar Islam tetap menjadi rahmat bagi seluruh alam.Dakwah harus dilakukan sesuai dengan perkembangan zaman sekarang yang sudah maju dalam hal teknologi maupun ilmu pengetahuan. Sebab aktivitas dakwah yang maju akan membawa pengaruh terhadap pengajuan agama dan sebaliknya aktivitas dakwah yang lesu akan berakibat pada kemunduran agama. Karena adanya hubungan timbal balik seperti itu maka Islam meletakkan kewajiban dakwah di atas setiap pemeluknya.

b. Audiens Pesan Dakwah Islam Museum Aceh

Audiens atau pengunjung Museum Aceh merupakan target dari koleksi-koleksi sejarah yang ada di Museum Aceh. Audiens tersebut bisa saja anak sekolah maupun masyarakat umum yang

membutuhkan pengetahuan terkait sejarah. Dalam hal dakwah Islam melalui pesan yang disampaikan oleh Museum Aceh, maka audiens dari Museum Aceh adalah orang-orang yang ingin dan butuh terhadap ilmu agama.Oleh karena itu, Museum Aceh memiliki peran strategis dalam menyebarkan nilai-nilai Islam yang rahmatan lil alamin melalui artefak dan narasi sejarah yang dipamerkan. Penyampaian pesan dakwah ini dapat dilakukan secara halus dan terintegrasi dengan cerita-cerita sejarah Aceh yang kaya akan nilai-nilai keislaman. Misalnya, koleksi naskah kuno dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan pemikiran-pemikiran ulama Aceh terdahulu yang berkontribusi besar dalam perkembangan Islam di Nusantara.

Selain itu, artefak-artefak seperti perhiasan, pakaian adat, dan senjata tradisional juga dapat diinterpretasikan untuk menyoroti nilai-nilai estetika dan kearifan lokal yang selaras dengan ajaran Islam. Dengan demikian, Museum Aceh tidak hanya menjadi tempat pelestarian sejarah, tetapi juga menjadi pusat penyebaran dakwah Islam yang inklusif dan relevan bagi audiens dari berbagai kalangan.Audiens atau pengunjung Museum Aceh merupakan target dari koleksi-koleksi sejarah yang ada di Museum Aceh. Audiens tersebut bisa saja anak sekolah maupun masyarakat umum yang membutuhkan pengetahuan terkait sejarah. Dalam hal dakwah Islam melalui pesan yang disampaikan oleh Museum Aceh, maka audiens dari Museum Aceh adalah orang-orang yang ingin dan butuh terhadap ilmu agama.

c. Pesan Dakwah Islam dan Pemerintah

Sebagai kota yang pastinya dinaungi oleh pemerintah, pastinya Museum Aceh memiliki hubungan yang erat dengan pemerintah. Museum Aceh yang didirikan dan disediakan langsung oleh pemerintah sudah seharunya memiliki peraturan yang harus ditaati oleh pengunjung atau bahkan masyarakat Aceh.Peraturan-peraturan ini bukan hanya sekadar formalitas, melainkan cerminan dari upaya pelestarian nilai-nilai sejarah dan budaya Aceh yang diamanahkan kepada museum. Pemerintah, melalui Museum Aceh, berperan aktif dalam mengedukasi masyarakat tentang pentingnya menjaga artefak dan informasi bersejarah agar tetap lestari untuk generasi mendatang. Hubungan erat ini juga terwujud dalam dukungan anggaran, pengembangan fasilitas, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia di Museum Aceh. Dengan begitu, Museum Aceh dapat terus menjalankan fungsinya sebagai pusat pembelajaran, penelitian, dan rekreasi yang relevan bagi masyarakat Aceh dan Indonesia secara keseluruhan.

Pemerintah juga seringkali melibatkan Museum Aceh dalam berbagai kegiatan promosi pariwisata dan kebudayaan, baik di tingkat nasional maupun internasional, sebagai wujud komitmen untuk memperkenalkan kekayaan Aceh kepada dunia.Sebagai kota yang pastinya dinaungi oleh pemerintah, pastinya Museum Aceh memiliki hubungan yang erat dengan pemerintah. Museum Aceh yang didirikan dan disediakan langsung oleh pemerintah sudah seharunya memiliki peraturan yang harus ditaati oleh pengunjung atau bahkan masyarakat Aceh.

METODE PENELITIAN

Kajian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu penelitian dengan mencari kualitas yang terdapat dari sebuah kejadian menjadi fenomena atau suatu keadaaan menjadi gejala sosial sehingga dari kejadian tersebut dapat menjadi pelajaran yang sangat penting untuk membantu dalam bidang pengembangan teori maupun konsep, biasanya penelitian kualitatif ini ditemui pada setiap fenomena sosial yanga ada dilingkungan baik itu berupa perilaku, keadaan dan ruang serta waktu. Lokasi penelitian di Museum Aceh. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Ada 6 informan yang digunakan dalam kajian ini untuk memperoleh data terkait strategi mempromosikan museum aceh bidang perancang promosi museum dalam memaksimalkan hambatan dan dukungan.

Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Dengan demikian, kehadiran peneliti menjadi krusial dalam menginterpretasikan makna yang terkandung dalam setiap data yang diperoleh. Analisis data dilakukan secara mendalam dengan pendekatan interpretatif, yang memungkinkan peneliti untuk memahami secara komprehensif konteks sosial dan budaya yang melatarbelakangi strategi promosi Museum Aceh. Proses analisis ini melibatkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang diverifikasi melalui triangulasi data, baik triangulasi sumber, metode, maupun teori. Diharapkan hasil kajian ini dapat memberikan gambaran yang jelas dan mendalam mengenai strategi promosi yang diterapkan Museum Aceh, sekaligus mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambatnya. Lebih lanjut, kajian ini berpotensi memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan strategi promosi museum yang lebih efektif dan berkelanjutan di masa mendatang. Selain itu, temuan penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi pengelola museum lainnya dalam upaya meningkatkan daya tarik museum sebagai lembaga pelestarian budaya dan sumber pembelajaran sejarah.Kajian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu penelitian dengan mencari kualitas yang terdapat dari sebuah kejadian menjadi fenomena atau suatu keadaaan menjadi gejala sosial sehingga dari kejadian tersebut dapat menjadi pelajaran yang sangat penting untuk membantu dalam bidang pengembangan teori maupun konsep, biasanya penelitian kualitatif ini ditemui pada setiap fenomena sosial yanga ada dilingkungan baik itu berupa perilaku, keadaan dan ruang serta waktu. Lokasi penelitian di Museum Aceh.

Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Ada 6 informan yang digunakan dalam kajian ini untuk memperoleh data terkait strategi mempromosikan museum aceh bidang perancang promosi museum dalam memaksimalkan hambatan dan dukungan. Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan dan menganalisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rancangan strategi dalam menghadapi kendala serta mengoptimalkan potensi promosi Museum Aceh sebagai sarana dakwah Islam

Museum Aceh memiliki peran penting tidak hanya sebagai tempat pelestarian sejarah dan budaya, tetapi juga sebagai media dakwah yang menyampaikan nilai-nilai Islam melalui pendekatan edukatif dan kultural. Namun, dalam pelaksanaan promosi, berbagai kendala sering kali menjadi penghambat bagi tim perancang promosi untuk mencapai tujuan tersebut secara maksimal. Di sisi lain, terdapat pula berbagai peluang dan potensi besar yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat peran Museum Aceh sebagai sarana dakwah Islam. Oleh karena itu, diperlukan suatu rancangan strategi yang mampu menjawab tantangan yang ada sekaligus mengoptimalkan potensi yang dimiliki, agar Museum Aceh dapat lebih efektif dikenal sebagai pusat penyebaran nilai-nilai Islam berbasis sejarah dan budaya lokal. Berikut hasil penelitian telah dilaksanakan di lapagan.

"Strategi perbedaan promosi museum Aceh dengan museum lainnya di Indonesia, hampir tidak ada perbedaan malah kita museum Aceh yg ketinggalan, kalau museum diluar Aceh seperti di Jawa mereka lebih update, update sosial, pengunjung juga lebih banyak, kesan mereka ketika datang ke museum Aceh beda dengan daerah lain, apalagi mereka mengenal Aceh Islam yg kental, ketika datang kesini dipandu dengan benar oleh pemandu, juga merupakan edukator yg baik juga termasuk salah satu promosi museum." Wawancara dengan Bu Nurhawani, selaku Pegawai Museum Aceh. "Museum Aceh dapat lebih baik beradaptasi dengan kebutuhan dan minat pengunjung dengan melakukan survei untuk mengetahui preferensi dan harapan pengunjung. Selain itu, museum dapat mengadakan program edukatif dan interaktif seperti workshop, diskusi, dan tur khusus yang disesuaikan dengan tema dakwah Islam. Mengembangkan konten digital yang menarik dan informatif juga dapat membantu museum menjangkau audiens yang lebih luas." Wawancara dengan Pengunjung Museum Aceh.

Dari wawancara di atas makan dapat disimpulkan bahwa media sosial menjadi media yang dapat mempromosikan Museum Aceh dengan lebih praktis dan cepat digapai oleh masyarakat banyak, baik yang jauh maupun yang dekat.

"Saya merasa promosi Museum Aceh sebagai media dakwah Islam masih belum mencukupi. Promosi seharusnya lebih gencar dan variatif, misalnya melalui video pendek yang menampilkan koleksi museum, iklan di media sosial, dan kerjasama dengan influencer yang memiliki audiens luas. Promosi juga bisa ditingkatkan melalui event dan pameran temporer yang menarik minat masyarakat."Wawancara dengan Pengunjung Mu`seum Aceh.

"Peluang mempromosikan melalui medsos sangat besar dan mudah. Tantangannyapun lebih besar, harus lebih kreatif dan inovatif dalam mempromosikan dan mengupdate setiap kegiatan - kegiatan yang berlangsung." Wawancara dengan Ibu Nurhawani, selaku Pegawai Museum Aceh.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki potensi yang sangat besar sebagai sarana promosi Museum Aceh, khususnya dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam kepada masyarakat luas. Platform digital seperti Instagram, Facebook, dan TikTok mampu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang cenderung lebih aktif di dunia maya. Melalui konten-konten kreatif, seperti cerita sejarah Islami, dokumentasi koleksi museum, maupun narasi visual yang menarik, Museum Aceh memiliki peluang untuk tampil sebagai pusat pembelajaran sejarah dan nilai-nilai keislaman yang relevan dengan perkembangan zaman. Selain itu, interaksi langsung dengan audiens melalui fitur komentar, polling, dan sesi tanya jawab dapat meningkatkan engagement dan membangun komunitas yang peduli terhadap Museum Aceh. Kolaborasi dengan tokoh agama, influencer, atau komunitas kreatif juga dapat memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan citra positif museum. Strategi konten yang terencana dengan baik, didukung oleh analisis data dan pemahaman terhadap tren media sosial, akan menjadi kunci keberhasilan Museum Aceh dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana dakwah dan promosi yang efektif. Dengan demikian, Museum Aceh tidak hanya menjadi tempat penyimpanan artefak sejarah, tetapi juga menjadi ruang dialog dan pembelajaran yang hidup, relevan, dan inspiratif bagi masyarakat Aceh dan Indonesia secara umum. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki potensi yang sangat besar sebagai sarana promosi Museum Aceh, khususnya dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam kepada masyarakat luas. Platform digital seperti Instagram, Facebook, dan TikTok mampu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang cenderung lebih aktif di dunia maya. Melalui konten-konten kreatif, seperti cerita sejarah Islami, dokumentasi koleksi museum, maupun narasi visual yang menarik, Museum Aceh memiliki peluang untuk tampil sebagai pusat pembelajaran sejarah dan nilai-nilai keislaman yang relevan dengan perkembangan zaman.

Namun demikian, di balik peluang tersebut terdapat tantangan yang tidak kalah besar. Persaingan konten digital yang sangat tinggi, minimnya sumber daya manusia yang ahli di bidang promosi digital, serta keterbatasan dalam pemahaman tentang strategi komunikasi digital yang efektif menjadi kendala utama. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih serius dan berkelanjutan dari pihak Museum Aceh untuk berinovasi dan meningkatkan kapasitas tim promosi agar mampu menyajikan dakwah Islam secara menarik, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik pengguna media sosial saat ini.Selain itu, fragmentasi audiens di media sosial juga menjadi perhatian khusus. Pengguna media sosial memiliki preferensi dan minat yang beragam, sehingga strategi promosi yang general dan tidak tertarget cenderung kurang efektif. Museum Aceh perlu melakukan segmentasi audiens yang cermat, memahami perilaku mereka di media sosial, dan mengembangkan konten yang relevan dan personal bagi setiap segmen. Hal ini membutuhkan analisis data yang mendalam dan pemanfaatan tools analitik media sosial secara optimal.

Penting juga untuk membangun kolaborasi strategis dengan berbagai pihak, seperti influencer, komunitas daring, dan media massa. Kolaborasi ini dapat membantu Museum Aceh untuk menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan kredibilitas, dan menciptakan buzz positif seputar konten dakwah yang disajikan. Namun, pemilihan mitra kolaborasi harus dilakukan secara selektif, dengan mempertimbangkan kesamaan nilai dan reputasi yang baik.

Lebih lanjut, keberlanjutan konten dakwah digital juga menjadi kunci keberhasilan jangka panjang. Museum Aceh perlu mengembangkan kalender editorial yang terencana dengan baik, menghasilkan konten secara konsisten, dan melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja konten. Evaluasi ini dapat memberikan wawasan berharga tentang jenis konten yang paling efektif, platform media sosial yang paling potensial, dan strategi promosi yang perlu ditingkatkan. Dengan demikian, Museum Aceh dapat terus beradaptasi dengan perubahan tren media sosial dan meningkatkan efektivitas dakwah Islam secara digital. Namun demikian, di balik peluang tersebut terdapat tantangan yang tidak kalah besar. Persaingan konten digital yang sangat tinggi, minimnya sumber daya manusia yang ahli di bidang promosi digital, serta keterbatasan dalam pemahaman tentang strategi komunikasi digital yang efektif menjadi kendala utama. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih serius dan berkelanjutan dari pihak Museum Aceh untuk berinovasi dan meningkatkan kapasitas tim promosi agar mampu menyajikan dakwah Islam secara menarik, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik pengguna media sosial saat ini.

Dengan kata lain, keberhasilan Museum Aceh dalam menjalankan fungsi dakwah Islam melalui media sosial sangat bergantung pada kreativitas, konsistensi, serta kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan preferensi audiens. Museum tidak lagi hanya menjadi tempat menyimpan benda bersejarah, tetapi juga sebagai ruang aktif penyebaran nilai-nilai Islam yang menyatu dalam narasi sejarah lokal.Lebih jauh lagi, keberhasilan ini turut dipengaruhi oleh kemampuan museum dalam merangkul komunitas daring. Melalui interaksi yang aktif, museum dapat membangun loyalitas audiens, menerima masukan konstruktif, dan bahkan melibatkan mereka dalam proses kurasi konten. Kolaborasi dengan tokoh agama, influencer Muslim, atau komunitas sejarah lokal juga dapat memperluas jangkauan dakwah museum secara signifikan.

Namun, perlu diingat bahwa dakwah Islam melalui media sosial memiliki tantangan tersendiri. Informasi yang beredar di dunia maya sangatlah beragam, dan museum harus mampu menyajikan konten yang akurat, relevan, dan menarik, serta menghindari narasi yang provokatif atau kontroversial. Verifikasi fakta yang cermat dan penyajian informasi yang berimbang menjadi kunci untuk menjaga kredibilitas museum sebagai sumber pengetahuan Islam yang terpercaya. Dengan demikian, Museum Aceh dapat terus berkontribusi dalam menyebarkan nilai-nilai Islam yang rahmatan lil alamin melalui platform digital, sekaligus melestarikan warisan budaya Aceh yang kaya akan sejarah dan kearifan lokal. Dengan kata lain, keberhasilan Museum Aceh dalam menjalankan fungsi dakwah Islam melalui media sosial sangat bergantung pada kreativitas, konsistensi, serta kemampuan adaptasi terhadap

perkembangan teknologi dan preferensi audiens. Museum tidak lagi hanya menjadi tempat menyimpan benda bersejarah, tetapi juga sebagai ruang aktif penyebaran nilai-nilai Islam yang menyatu dalam narasi sejarah lokal.

Tantangan Strategis Promosi Museum Aceh sebagai Wahana Dakwah Islam oleh Bidang Perancang Promosi

a. Tantangan Media Promosi

"Masyarakat merasa memiliki hubungan yang lebih dekat dengan Museum Aceh dan diterima dengan positif. Tantangannya adalah bagaimana mengemas rancangan media promosi yang menarik, tidak menggurui dan berbeda dengan yang lain tapi masih sesuai dengan gaya Museum Aceh." Wawancara dengan Bu Nurhawani, selaku Pegawai Museum Aceh.

Kemudian promosi yang kurang menarik juga menjadi salah satu masalah. Banyak orang yang tidak tahu tentang apa yang ditawarkan oleh Museum Aceh, terutama dari sisi dakwah Islam dan sejarah yang ada di sana. Jika promosi yang dilakukan tidak menarik atau kurang informatif, tentu saja orang tidak merasa tertarik untuk datang. Kami sedang berupaya untuk meningkatkan kualitas promosi dengan membuat konten yang lebih menarik di media sosial, serta memperbaiki pelayanan dengan menambah pelatihan bagi staf museum dan memperkaya informasi yang disajikan. Kami juga ingin menawarkan pengalaman yang lebih interaktif agar pengunjung merasa lebih terlibat.

b. Tantangan dari Pemerintah

"Ada perbedaan tapi tidak terlalu signifikan. Penyebabnya karena Museum Aceh bukan institusi pemerintah yang tupoksinya melakukan dakwah islam, sehingga tidak terlalu sering melakukan dakwah islam pada setiap kegiatan promosinya, tapi walaupun demikian kegiatan promosi dakwah islam tetpa dilakukan. Rancangan juga disesuaikan dengan gaya Museum Aceh." Wawancara dengan Beni Arona, selaku Pegawai Museum Aceh.

Sebenarnya ada perbedaan, namun tidak terlalu signifikan. Penyebab utamanya adalah karena Museum Aceh bukanlah institusi pemerintah yang memiliki tugas pokok dan fungsi (tupoksi) khusus untuk melakukan dakwah Islam. Itu sebabnya, dalam kegiatan promosi museum, dakwah Islam tidak selalu menjadi fokus utama. Namun demikian, meskipun dakwah Islam tidak menjadi tujuan utama dalam setiap kegiatan promosi, museum tetap menyisipkan pesan-pesan dakwah dalam berbagai kesempatan."

Benar. Meskipun bukan tugas utama, museum tetap melakukan promosi dakwah Islam melalui berbagai koleksi sejarah dan cerita yang ada di museum. Tentunya, rancangan promosi ini disesuaikan dengan karakteristik dan gaya Museum Aceh, agar tetap relevan dengan audiens dan tujuan museum yang lebih luas."

Kami lebih fokus pada pendekatan edukatif dan kultural yang menggabungkan dakwah Islam dengan sejarah lokal Aceh. Dengan cara ini, kami berharap pesan dakwah Islam tetap tersampaikan,

tetapi dalam bentuk yang lebih sesuai dengan konteks dan gaya Museum Aceh. Jadi, meskipun promosi dakwah tidak selalu eksplisit, kami tetap berusaha mengaitkan nilai-nilai Islam dalam setiap aspek kegiatan yang kami lakukan."

Berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan bawah Museum Aceh dalam mengintegrasikan dakwah Islam melalui kegiatan promosi meskipun bukan merupakan fokus utama mereka. Analisis terhadap wawancara ini dapat dibagi dalam beberapa aspek penting, yang mencakup alasan mengapa dakwah Islam tidak menjadi tujuan utama dalam kegiatan promosi, strategi yang digunakan untuk tetap menyisipkan pesan dakwah, dan cara Museum Aceh menyesuaikan promosi dengan karakteristik dan gaya mereka.

Fleksibilitas Museum Aceh dalam mengadaptasi dakwah Islam ke dalam konteks yang lebih luas, tanpa harus terbebani dengan kewajiban formal sebagaimana institusi dakwah lainnya. Dengan tidak menjadikannya sebagai fokus utama, Museum Aceh mampu menjaga keseimbangan antara edukasi budaya, sejarah lokal, dan pesan dakwah Islam.Keunikan ini memungkinkan Museum Aceh menyajikan narasi Islam yang lebih inklusif dan kontekstual, menyentuh aspek-aspek kehidupan masyarakat Aceh yang beragam, mulai dari seni, arsitektur, hingga tradisi lokal yang diwarnai nilai-nilai Islam. Pendekatan ini sangat penting, mengingat dakwah yang kaku dan dogmatis seringkali kurang efektif dalam menjangkau audiens yang luas dan beragam. Museum Aceh, dengan posisinya sebagai lembaga pelestari budaya, justru dapat menjadi jembatan yang menghubungkan masa lalu dengan masa kini, menampilkan bagaimana Islam telah menjadi bagian integral dari identitas dan peradaban Aceh.

Museum dapat berperan sebagai ruang dialog, memfasilitasi diskusi konstruktif tentang interpretasi Islam yang berbeda-beda, serta mendorong pemahaman yang lebih mendalam tentang warisan Islam di Aceh, tanpa terjebak dalam polarisasi atau konflik ideologis. Dengan demikian, Museum Aceh tidak hanya menjadi tempat penyimpanan artefak sejarah, tetapi juga menjadi pusat pembelajaran dan refleksi yang relevan bagi masyarakat Aceh modern. Fleksibilitas Museum Aceh dalam mengadaptasi dakwah Islam ke dalam konteks yang lebih luas, tanpa harus terbebani dengan kewajiban formal sebagaimana institusi dakwah lainnya. Dengan tidak menjadikannya fokus utama, Museum Aceh mampu menjaga keseimbangan antara edukasi budaya, sejarah lokal, dan pesan dakwah Islam. Dakwah Islam di Museum Aceh lebih bersifat edukatif dan kultural, mengutamakan nilai-nilai Islam dalam konteks yang lebih luas daripada sekadar penyampaian pesan dakwah yang langsung. Ini juga menggambarkan pentingnya pengintegrasian dakwah dalam kehidupan sehari-hari dan sejarah budaya, yang dapat diterima lebih luas oleh audiens tanpa menonjolkan tujuan dakwah secara terbuka.Pendekatan ini juga sejalan dengan pelestarian warisan budaya Aceh yang kaya, dimana nilai-nilai Islam telah lama terjalin erat dalam seni, adat istiadat, dan tradisi masyarakat.

Dengan menampilkan artefak-artefak sejarah dan budaya yang mencerminkan pengaruh Islam, museum menjadi ruang yang efektif untuk menumbuhkan apresiasi terhadap kontribusi Islam dalam membentuk identitas Aceh. Lebih jauh, strategi dakwah yang halus ini menghindari potensi

resistensi atau penolakan yang mungkin timbul jika dakwah disampaikan secara frontal, sehingga memungkinkan pengunjung untuk merenungkan nilai-nilai Islam secara pribadi dan kontekstual. Museum Aceh, dalam hal ini, berperan sebagai jembatan antara masa lalu dan masa kini, menghubungkan generasi muda dengan akar budaya mereka yang berlandaskan pada ajaran Islam yang luhur. Dakwah Islam di Museum Aceh lebih bersifat edukatif dan kultural, mengutamakan nilai-nilai Islam dalam konteks yang lebih luas daripada sekadar penyampaian pesan dakwah yang langsung. Ini juga menggambarkan pentingnya pengintegrasian dakwah dalam kehidupan sehari-hari dan sejarah budaya, yang dapat diterima lebih luas oleh audiens tanpa menonjolkan tujuan dakwah secara terbuka.

Penyesuaian ini menunjukkan bahwa Museum Aceh berusaha mengembangkan identitas promosi yang sejalan dengan tujuan utama mereka, yaitu sebagai lembaga pelestari dan penyampai sejarah dan budaya Aceh. Dengan memadukan dakwah Islam secara halus dalam konteks sejarah lokal, museum dapat menggaet audiens yang lebih luas tanpa kehilangan fokus mereka sebagai institusi budaya. Ini mencerminkan penerapan prinsip komunikasi yang efektif, di mana audiens yang beragam dapat menerima pesan yang diinginkan tanpa merasa terpaksa atau tertekan oleh konteks agama. Penyesuaian ini juga dapat dilihat sebagai strategi untuk menavigasi sensitivitas lokal. Aceh, dengan sejarah panjangnya dan penerapan syariat Islam, memiliki preferensi dan norma budaya yang perlu dihormati. Dengan memasukkan elemen dakwah yang lembut, Museum Aceh berusaha untuk tetap relevan dan diterima oleh masyarakat setempat, sambil tetap menjalankan fungsi edukatif dan konservasinya. Pendekatan ini menghindari potensi resistensi atau kritik yang mungkin muncul jika museum hanya berfokus pada aspek-aspek sejarah dan budaya yang sekuler. Ini adalah contoh bagaimana institusi budaya dapat beradaptasi dengan konteks sosio-kultural yang spesifik untuk mencapai tujuan mereka secara efektif.

Selain itu, ini menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang audiens dan cara terbaik untuk berkomunikasi dengan mereka dalam cara yang bermakna dan menghormati nilai-nilai mereka. Museum Aceh berusaha mengembangkan identitas promosi yang sejalan dengan tujuan utama mereka, yaitu sebagai lembaga pelestari dan penyampai sejarah dan budaya Aceh. Dengan memadukan dakwah Islam secara halus dalam konteks sejarah lokal, museum dapat menggaet audiens yang lebih luas tanpa kehilangan fokus mereka sebagai institusi budaya. Ini mencerminkan penerapan prinsip komunikasi yang efektif, di mana audiens yang beragam dapat menerima pesan yang diinginkan tanpa merasa terpaksa atau tertekan oleh konteks agama.

Pendekatan edukatif dan kultural ini sangat penting karena dapat memperkenal kan Islam dalam bentuk yang lebih aplikatif dan praktis. Penggunaan pendekatan ini memungkinkan audiens untuk belajar tentang sejarah Islam dalam konteks lokal mereka, yang berpotensi membangun pemahaman yang lebih dalam dan menghargai nilai-nilai Islam tanpa harus mengaitkannya secara langsung dengan doktrin atau ajaran agama. Ini juga mencerminkan strategi komunikasi yang berbasis pada pemahaman sosial dan budaya audiens. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya

memfasilitasi penyebaran informasi tetapi juga mempromosikan dialog yang inklusif dan berkelanjutan. Alih-alih menekankan pada perbedaan, pendekatan edukatif dan kultural lebih fokus pada kesamaan nilai-nilai kemanusiaan universal yang dapat ditemukan dalam berbagai tradisi, termasuk Islam. Misalnya, melalui seni, musik, dan cerita rakyat, pesan-pesan tentang keadilan, persaudaraan, dan kasih sayang dapat disampaikan secara efektif tanpa memicu resistensi atau prasangka yang mungkin muncul jika Islam diperkenalkan hanya sebagai sebuah sistem kepercayaan formal.

Kontribusi peradaban Islam dalam berbagai bidang seperti ilmu pengetahuan, matematika, dan astronomi, audiens dapat melihat Islam sebagai bagian integral dari sejarah dunia dan sumber inspirasi bagi kemajuan manusia. Ini membantu menghilangkan stereotip negatif dan membangun jembatan pemahaman yang lebih baik antar budaya.Pendekatan edukatif dan kultural ini sangat penting karena dapat memperkenalkan Islam dalam bentuk yang lebih aplikatif dan praktis. Penggunaan pendekatan ini memungkinkan audiens untuk belajar tentang sejarah Islam dalam konteks lokal mereka, yang berpotensi membangun pemahaman yang lebih dalam dan menghargai nilai-nilai Islam tanpa harus mengaitkannya secara langsung dengan doktrin atau ajaran agama. Ini juga mencerminkan strategi komunikasi yang berbasis pada pemahaman sosial dan budaya audiens.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis terhadap potensi dan tantangan penggunaan media sosial untuk promosi Museum Aceh, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam mendukung kegiatan dakwah Islam yang dilakukan oleh museum.

Media sosial memiliki potensi besar untuk mempromosikan Museum Aceh dan menyampaikan pesan dakwah Islam, terutama kepada generasi muda. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan museum menjangkau audiens yang lebih luas dengan konten kreatif, seperti cerita sejarah Islami dan koleksi museum. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah persaingan konten digital, keterbatasan sumber daya manusia, dan pemahaman strategi komunikasi digital yang efektif.

Museum Aceh perlu berinovasi dan meningkatkan kapasitas tim promosi agar dapat menyajikan dakwah Islam dengan cara yang menarik dan sesuai dengan karakteristik audiens. Kolaborasi dengan influencer dan komunitas daring dapat memperluas jangkauan promosi. Keberhasilan jangka panjang bergantung pada kreativitas, konsistensi, dan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan media sosial dan teknologi. Dengan demikian, Museum Aceh dapat terus berkontribusi dalam menyebarkan nilai-nilai Islam dan melestarikan budaya Aceh melalui media sosial.

Kemudian Museum Aceh berhasil mengadaptasi dakwah Islam dengan pendekatan yang lebih fleksibel dan kontekstual, mengintegrasikan pesan-pesan Islam ke dalam konteks budaya dan sejarah

lokal Aceh tanpa menjadikannya fokus utama. Pendekatan ini memungkinkan museum untuk menjaga keseimbangan antara edukasi budaya, sejarah lokal, dan dakwah Islam, menciptakan narasi yang inklusif dan relevan bagi audiens yang beragam. Museum Aceh menggunakan strategi edukatif dan kultural, memperkenalkan nilai-nilai Islam melalui artefak sejarah, seni, dan tradisi lokal, yang membangun pemahaman yang lebih mendalam tanpa menghadirkan dakwah secara frontal. Pendekatan ini penting untuk menghindari resistensi dan memungkinkan audiens untuk merenungkan nilai-nilai Islam secara pribadi dan kontekstual. Selain itu, museum berperan sebagai ruang dialog yang mendorong pemahaman yang lebih luas tentang warisan Islam di Aceh, sambil tetap menghormati norma budaya lokal. Dengan demikian, Museum Aceh tidak hanya menjadi tempat penyimpanan sejarah, tetapi juga pusat pembelajaran dan refleksi yang relevan bagi masyarakat Aceh modern, menghubungkan masa lalu dengan masa kini, dan menciptakan jembatan pemahaman antara budaya lokal dan ajaran Islam yang universal.

DAFTAR PUSTAKA

Ar, N. (2012). The manuscript collection of the Aceh Museum. *Indonesia and the Malay World*, *40*(116)

Azmi, N., Nurhaliza, dkk. (2021). Eksplorasi Etnomatematika Dan Geometri Pada "Rumoh Aceh". *Ar-Riyadhiyyat: Journal of Mathematics Education*, *2*(1).

Burhanudin, dkk (2022). Membangun Harmoni Kehidupan Dengan Etika Komunikasi Islam. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan*, *26*(1).

Endarwati, dkk (2022). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alternatif Strategi Pemasaran Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, *6*(3).

Ghofur, A. (2019). Dakwah Islam di Era Milenial. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, *5*(2).

Hasan, dkk. (2024). Pengaruh globalisasi terhadap eksistensi identitas budaya lokal dan Pancasila. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, *2*(1).

Hasil Wawancara Beni Arona, Penelaah Teknis Kebijakan Museum Aceh, 26 Juni 2024

Hasil Wawancara Mudha Parsya, Kepala Museum Aceh, 27 Juni 2024

Hasil Wawancara Mudha Parsya, Kepala Museum Aceh, 29 Juni 2024

Hasil Wawancara Muhammad Nur Aulia, Kurator Museum Aceh, 29 Juni 2024

Hasil Wawancara Muhammad Nur Aulia, Kurator Museum Aceh, 29 Juni 2024

Hasil Wawancara Nur Hasanah, Kepala Tata Usaha UPTD Museum Aceh, 27 Juni 2024

Hasil Wawancara Nurhawani, Kurator Museum Aceh, 27 Juni 2024

Hasil Wawancara dengan Nurhawani, Kurator Museum Aceh, 27 Juni 2024

Hasil Wawancara dengan Nurhawani, S.S, Kurator Museum Aceh, 27 Juni 2024

Hasil Wawancara dengan Pengunjung Museum Aceh, 28 Juni 2024

Hasil Wawancara dengan Pengunjung Museum Aceh, 28 Juni 2024

Herman, dkk, (2020). Character education in an Acehnese cultural saga: Hikayat Prang Sabi. *Lingua Cultura*, *14*(2), 179-186.

Kasir, Awali. (2024). Peran dakwah digital dalam menyebarkan pesan Islam di era modern. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, *11*(1).

Khairina, U. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Aceh Tengah Dalam Promosi Industri Wisata Lokal. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, *5*(1).

Mawarni, M., & Abdi (2021). Persepsi Wisatawan Mengenai Kelayakan Fasilitas Umum Objek Wisata Putroe Aloeh Gampong Alue Sungai Pinang Kabupaten Aceh Barat Daya. *Jurnal Pendidikan Geosfer*, *6*(2).

Milala, & Fakhri, M. (2022). Analisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada objek wisata puncak gundaling di Kabupaten Karo. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, *5*(3).

Mulia, Sholahuddin. (2020). Tourism Development in Banda Aceh City (A Study of Tourism Policy Implementation Based on Aceh Qanun Number 8 of 2013 concerning Tourism). *Siasat*, *5*(2).

Pelealu, & Winoto (2023). Museum as a History Learning Information Center. In *Unima International Conference on Social Sciences and Humanities (UNICSSH 2022)* (pp. 1757-1763). Atlantis Press.

Putri, Sulaeman. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Shop pada Kedai Kopi Anaqi Di Kabupaten Subang. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, *7*(2).

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.

Saleh, R., & Anisah, N. (2019). Pariwisata Halal di Aceh: Gagasan dan Realitas di Lapangan. *Sahafa Journal of Islamic Communication*, *1*(2).

Supriyatno, Strategi Dakwah Multikultural. Dakwah Multikultural, 41.

Thomas, D. (2006). Receiving and acquiring wisdom in Islam. *Journal of Chinese philosophy*, *33*(3).

Yunita, dkk, (2021). Pembuatan content marketing sebagai strategi menumbuhkan brand awareness bagi pelaku usaha di era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, *2*(2).