

RESEPSI PUBLIK ATAS PEMBERITAAN DIGITAL: CITRA ISTANA MAIMUN SEBAGAI WARISAN BUDAYA

Muhammad Pandu Kamandanu¹, Ratih Hasanah Sudrajat²,

^{1,2}Universitas Telkom, Bandung, Indonesia

Email: muhammadpanduuk@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis resepsi publik terhadap pemberitaan media mengenai Istana Maimun sebagai warisan budaya lokal. Berbagai keluhan terkait fasilitas, suasana pasar, dan pengelolaan yang kurang optimal menjadi latar belakang penelitian ini. Menggunakan metode kualitatif dengan analisis resepsi berdasarkan teori Stuart Hall, penelitian membagi resepsi menjadi *Dominant-Hegemonic*, *Negotiated*, dan *Oppositional*. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan kuisioner terbuka dengan informan dari Balai Pelestarian Kebudayaan Wilayah 2, pengunjung lokal, masyarakat sekitar, media lokal, dan akademisi. Hasil menunjukkan mayoritas publik menerima citra positif Istana Maimun (*Dominant-Hegemonic*), sebagian memiliki pandangan kritis meski menerima pemberitaan tertentu (*Negotiated*), sementara sebagian kecil menolak pemberitaan karena perbedaan kondisi aktual (*Oppositional*). Studi ini merekomendasikan peningkatan komunikasi strategis, fasilitas, dan pengelolaan pedagang untuk memperbaiki citra Istana Maimun. Kolaborasi pemerintah, pengelola, dan media diperlukan untuk mendukung pelestarian warisan budaya secara berkelanjutan.

Kata kunci: Istana Maimun, Analisis Resepsi, Media Digital, Budaya, Pariwisata

ABSTRACT

This study analyzes public reception of media coverage about Istana Maimun as a local cultural heritage. Various complaints regarding facilities, a market-like atmosphere, and suboptimal management serve as the background of this research. Using a qualitative approach with reception analysis based on Stuart Hall's theory, the study categorizes reception into Dominant-Hegemonic, Negotiated, and Oppositional positions. Data were collected through in-depth interviews and open-ended questionnaires with informants from the Cultural Heritage Conservation Center Region 2, local visitors, the surrounding community, local media, and academics. The findings show that the majority of the public accepts Istana Maimun's positive image as portrayed in the media (Dominant-Hegemonic), some hold critical views while partially accepting the coverage (Negotiated), and a small portion rejects the coverage due to discrepancies with actual conditions (Oppositional). The study recommends improving strategic communication, facilities, and vendor management to enhance Istana Maimun's image. Collaboration among the government, management, and media is crucial to support sustainable cultural heritage preservation.

Keywords: Istana Maimun, Reception Analysis, Digital Media, Culture, Tourism

Pendahuluan

Istana Maimun yang terletak di Medan, Sumatera Utara, adalah salah satu warisan budaya penting di Indonesia, dengan sejarah yang panjang sejak berdirinya pada tahun 1888. Istana ini dirancang oleh arsitek Italia, The Van Erp, dengan perpaduan elemen arsitektur Melayu, Islam Timur Tengah, dan Eropa, yang mencerminkan kekayaan budaya yang melekat pada Kerajaan Deli Melayu (Disbudpar, 2019). Sebagai destinasi wisata utama di Medan, Istana Maimun tidak hanya menarik perhatian wisatawan lokal tetapi juga internasional, dan telah menjadi simbol penting dari identitas budaya daerah. Istana ini tidak hanya menawarkan pengalaman wisata

yang kaya akan sejarah dan budaya, tetapi juga menjadi tempat berbagai acara budaya yang menguatkan jati diri budaya lokal (Etikasari & Rambe, 2022). Namun, meskipun Istana Maimun memiliki potensi besar, sejumlah isu terkait fasilitas, pengelolaan, dan citra yang dibentuk oleh pemberitaan media perlu mendapat perhatian lebih lanjut.

Perkembangan teknologi dan media digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat memperoleh informasi, termasuk tentang objek wisata seperti Istana Maimun. Kehadiran media digital, terutama media sosial, telah mempermudah penyebaran informasi (Damstra et al., 2021), tetapi juga memunculkan masalah terkait dengan kredibilitas dan keakuratan informasi yang disampaikan (Rončáková, 2022). Dalam era digital ini, pesan yang disampaikan melalui media dapat mempengaruhi persepsi publik secara cepat, namun sering kali informasi yang tidak terverifikasi dapat memunculkan citra negatif yang tidak sesuai dengan kenyataan (Strömbäck et al., 2020). Hal ini menunjukkan pentingnya media dalam menjaga kredibilitas agar informasi yang disampaikan sesuai dengan kondisi nyata dan tidak merusak reputasi objek wisata. Dalam hal ini, Istana Maimun menjadi contoh penting dalam mengkaji bagaimana media sosial dan media berita dapat membentuk persepsi publik terhadap situs warisan budaya.



Gambar 1. Screenshoot keluhan Pengunjung Istana maimun di twitter

Sumber : (@mwv.mystic, 2021)

Permasalahan ini timbul pada saat temuan peneliti dari sebuah cuitan di akun Twitter @mwv.mystic yang mengungkapkan kekecewaan terkait kondisi Istana Maimun. Pada Gambar 1, pengguna tersebut awalnya memiliki ekspektasi untuk mendapatkan informasi tentang Kerajaan Deli dan melihat peninggalannya saat mengunjungi Istana Maimun. Namun, pada kenyataannya, pengguna tersebut menemukan warung dan jasa sewa kostum yang mengaburkan nilai sejarah istana tersebut. Cuitan yang diposting pada 2 Oktober 2021 ini telah menarik perhatian signifikan dengan 179 komentar, 1,2 ribu retweet, dan 3,9 ribu likes hingga 11 Juni 2024. Maka peneliti tertarik pada cuitan ini bukan hanya karena kesamaan keluhan, tetapi juga karena respons positif yang diterimanya (@mwv.mystic, 2021).

Selama observasi lebih lanjut, peneliti menemukan berbagai komentar yang memperkuat keluhan ini. Gambar 2 menampilkan @syackban_i mengeluhkan akses jalan yang minim dan kondisi dalam istana yang tidak terawat. Selain itu, @OmKiki10 menyatakan adanya sengketa kepemilikan ahli waris yang mengaburkan penanggung jawab perawatan Istana. Komentar lain dari @iirham_ dan @haepeellyy membandingkan Istana Maimun dengan tempat wisata budaya lain seperti Istana Siak dan Museum Baba Nyonya. Komentar-komentar ini menunjukkan bahwa Istana Maimun kurang terawat dibandingkan situs-situs budaya lainnya.



Gambar 2 Screenshoot balasan keluhan pengunjung Istana Maimun di Twitter

Sumber: @mwv.mystic , 2021

Gambar 3 menunjukkan kehadiran pedagang di dalam Istana yang menciptakan kesan pengalaman pengunjung, seperti yang disoroti oleh @najibatulabibah dan @rikimarudin. Kedua komentar ini menyatakan bahwa keberadaan pedagang mengganggu estetika dan nilai sejarah Istana Maimun. Kondisi ini membuat warga lokal seperti @siddiq305078 enggan berkunjung ke Istana meskipun tinggal dekat dengan lokasi tersebut. Komentar dari @rajatoga dan @tengeknih menekankan pentingnya dukungan pemerintah dalam merawat situs bersejarah ini. Mereka berpendapat bahwa jika Istana dikelola oleh pemerintah, kondisinya akan lebih baik.

Berdasarkan keseluruhan paparan di atas, peneliti mengidentifikasi beberapa keluhan utama terhadap kondisi Istana Maimun. Keluhan-keluhan signifikan sesuai dalam pemberitaan digital, seperti kondisi Istana yang tidak terawat (Republika, 2022), sengketa kepemilikan yang mempersulit penanggung jawab perawatan (detiksumut, 2023), serta keberadaan pedagang di dalam Istana yang seperti pasar (Tribun-Medan.com, 2023). Para Pengguna juga mengekspresikan kekecewaan terhadap minimnya dukungan pemerintah dalam menjaga dan memperbaiki kondisi situs bersejarah ini. Penelitian ini bertujuan menganalisis posisi audiens dalam menilai kredibilitas media digital tentang citra Istana Maimun, sebagai masukan untuk meningkatkan pengelolaan situs bersejarah Melayu ini. Pemberitaan media dan pengalaman yang dihadapi pengunjung di lapangan. Ketegangan ini, jika tidak ditangani dengan baik, dapat merusak citra dan reputasi Istana Maimun sebagai destinasi wisata budaya yang bernilai sejarah tinggi.



Gambar 3 Screenshoot lanjutan balasan keluhan Istana Maimun
Sumber: @mwvmystic , 2021

Penelitian ini didasarkan pada teori *encoding-decoding* dari Stuart Hall (1980), yang menyatakan bahwa audiens tidak selalu menerima pesan media secara pasif. Audiens dapat berada dalam posisi dominant-hegemonic, menerima pesan sesuai maksud pengirim; posisi negotiated, mengkritisi pesan berdasarkan pandangan pribadi; atau posisi oppositional, menolak pesan dan membentuk persepsi alternatif sesuai pengalaman mereka (Ariestyani & Ramadhanty, 2022). Dalam konteks Istana Maimun, publik dapat merespons pemberitaan dengan cara yang berbeda, menerima narasi negatif yang disampaikan oleh media atau menganggapnya tidak sesuai dengan kenyataan yang mereka alami. Dengan demikian, penelitian ini akan menggunakan analisis resepsi untuk menggali lebih dalam bagaimana audiens menanggapi pemberitaan tentang Istana Maimun dan bagaimana hal tersebut memengaruhi persepsi mereka terhadap kredibilitas media.

Melalui penelitian ini, penulis berusaha untuk mengeksplorasi dua isu utama. Pertama, bagaimana audiens menilai kredibilitas informasi yang disampaikan oleh media online, termasuk persepsi mereka terhadap kredibilitas sumber berita. Kedua, bagaimana perbedaan antara pengalaman pribadi pengunjung dan informasi yang disampaikan oleh media dapat menciptakan ketegangan yang berpotensi merusak citra Istana Maimun. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pemberitaan digital membentuk persepsi publik terhadap kredibilitas media dan reputasi Istana Maimun, dengan fokus pada pengalaman pengunjung sebagai data utama untuk mengkonfirmasi kebenaran pemberitaan.

Penelitian ini berkontribusi pada pengelolaan citra objek wisata budaya di era digital melalui analisis resepsi. Selain mengungkap bagaimana media membentuk persepsi publik terhadap Istana Maimun, penelitian ini juga merumuskan rekomendasi strategis untuk tata kelola yang lebih efektif. Dengan demikian, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan utama: Bagaimana resepsi publik terhadap pemberitaan media digital mengenai citra Istana Maimun sebagai warisan budaya lokal? Jawaban atas pertanyaan ini diharapkan dapat

memperbaiki citra Istana Maimun serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap informasi yang disampaikan media.

Metode

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi persepsi publik terhadap pemberitaan media mengenai Istana Maimun. Paradigma konstruktivis memandang bahwa realitas bersifat dinamis dan tidak ada kebenaran tunggal; setiap individu menginterpretasikan dan memberikan makna atas fenomena yang dialaminya (Morissan, 2018). Pendekatan ini relevan untuk menggali bagaimana pengunjung merespons kondisi Istana Maimun, serta bagaimana keluhan mengenai fasilitas dan suasana Istana Maimun dipengaruhi oleh pemberitaan media.

Metode yang digunakan adalah analisis resepsi kualitatif, sesuai dengan tujuan penelitian untuk menggambarkan fenomena sosial yang terkait dengan pemberitaan media mengenai Istana Maimun (Cresswell, 2013: 147). Dalam penelitian ini, subjek penelitian terdiri dari berbagai kelompok yang terkait dengan pemberitaan tentang Istana Maimun, seperti pengunjung lokal, masyarakat sekitar, serta perwakilan pemerintah. Informan utama berjumlah 30 orang, yang terdiri dari pengunjung dan masyarakat lokal yang memberikan pandangan mengenai kondisi fisik dan suasana Istana Maimun. Informan pendukung terdiri dari dua perwakilan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara yang memberikan wawasan tentang kebijakan pengelolaan Istana Maimun, sementara informan ahli adalah tiga orang yang terdiri dari seorang jurnalis dan dua pakar komunikasi pariwisata yang menjelaskan peran media dalam membentuk citra Istana Maimun. Objek penelitian ini adalah citra Istana Maimun dalam pemberitaan media digital dan pengaruhnya terhadap persepsi publik.

Penelitian ini menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu wawancara, dan studi literatur. Wawancara dilakukan dengan pengunjung, masyarakat lokal, perwakilan pemerintah, akademisi, dan pelaku industri pariwisata untuk memahami dampak pemberitaan media terhadap pandangan masyarakat mengenai Istana Maimun. Studi literatur digunakan untuk memperdalam aspek sejarah, budaya, manajemen, dan tantangan dalam pengembangan Istana Maimun sebagai destinasi wisata, serta untuk memperkaya teori analisis resepsi yang digunakan untuk mengidentifikasi posisi penerimaan publik terhadap pemberitaan media.

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak NVivo 12 Plus, yang mendukung analisis data kualitatif dengan mengelola data dari berbagai sumber seperti teks, gambar, audio, dan video. NVivo membantu mengatasi tantangan subjektivitas dan reaktivitas dalam penelitian kualitatif (Sitorus & Tambun, 2023). Fitur NVivo, seperti "Word Frequency Query," digunakan untuk menganalisis frekuensi kata dalam data dan mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul. Pengkodean data dilakukan untuk mengelompokkan informasi dalam tema-tema relevan yang mencerminkan penerimaan publik terhadap pemberitaan media mengenai Istana Maimun. NVivo juga memungkinkan peneliti untuk melakukan perbandingan data melalui diagram dan pengorganisasian literatur, serta untuk mengkritisi data menggunakan fitur seperti "Node" dan "DocLinks" (Malik, 2012). Dengan menggunakan NVivo, penelitian ini dapat mengidentifikasi bagaimana berbagai kelompok masyarakat merespons pemberitaan mengenai Istana Maimun dan mengelompokkan posisi penerimaan publik sesuai dengan teori analisis resepsi Stuart Hall (Dunk-West & Saxton, 2024).

Hasil dan Pembahasan

Dominant-hegemonic Position (DHP)

Hasil pengkodean NVIVO mengungkapkan bahwa 39% informan merasa kecewa terhadap pemberitaan kondisi Istana Maimun. Sebanyak 25% setuju dengan pemberitaan, 24% tidak puas dengan kondisi yang dilaporkan, 7% kecewa terhadap keadaan sebenarnya, 3% percaya pada kebenaran pemberitaan, dan 1% khawatir akan dampak pemberitaan terhadap citra Istana. Temuan ini menunjukkan posisi dominan-hegemonik, mencerminkan dukungan informan terhadap isu yang diberitakan. Kesesuaian perasaan kecewa dominan dengan gambaran media terlihat pada pengkodean "kecewa" dalam Tabel 1.

Tabel 1. Coding Reference of DHP

Codes	Number of Coding References	Percentage
Nodes\\dominant-hegemonic position\\Kecewa	126	39%
Nodes\\dominant-hegemonic position\\khawatif	4	1%
Nodes\\dominant-hegemonic position\\setuju	82	26%
Nodes\\dominant-hegemonic position\\tidak puas	23	7%
Nodes\\dominant-hegemonic position\\tidak suka	78	24%
Nodes\\dominant-hegemonic position\\yakin	10	3%
Total	323	100%

Sumber: Olahan Data Penulis, 2024

Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar informan dalam sub-analisis dominant-hegemonic position “kecewa karena kondisi Istana Maimun tidak sesuai harapan. Istana ini dinilai lebih menyerupai pasar dengan fasilitas kurang terawat, sehingga mengurangi kenyamanan dan daya tariknya sebagai situs sejarah. Informan Kunci 19 menyatakan, "...banyaknya pedagang sampai menghalangi barang-barang penting yang dipamerkan di dalam Istana. Kesan pasar ini benar-benar dominan, padahal harusnya kita bisa menikmati artefak sejarahnya dengan lebih jelas..." (Informan Kunci 19, Agustus 2024)

Keadaan ini juga dialami oleh Informan Kunci 10 merasa bahwa jumlah pedagang souvenir lebih mendominasi dibandingkan peninggalan sejarah yang dipamerkan: "Saya pikir Istana Maimun akan lebih besar dan dipenuhi peninggalan sejarah. Namun, kenyataannya, hanya ada tiga ruangan, dan sisanya dipenuhi pedagang souvenir, persis seperti yang diberitakan media." (Informan Kunci 10, Agustus 2024). "Benar dan sangat setuju pada pemberitaan tersebut. Banyak pedagang membuat Istana seperti pasar, bukan Istana megah. Keluarga Kerajaan seharusnya mau berkolaborasi dengan pemerintah untuk pemulihan." (Informan Kunci 14, Agustus 2024).

Tidak hanya masalah pedagang, beberapa informan juga menyoroti keramaian, fasilitas yang tidak memadai, bahkan sampah berserakan. Hal ini disampaikan oleh Informan Kunci 17 yang menilai bahwa situasi tersebut menghilangkan nuansa budaya Melayu seharusnya dirasakan oleh para pengunjung, "Emang kenyataannya di Maimun gitu, fasilitasnya nggak

memadai, terus rame juga, banyak sampah berserakan. Jadi feel monumen bersejarahnya tuh kayak hilang, nggak ada lagi." (Informan Kunci 17, Agustus 2024).

Para informan menyampaikan kekecewaan mendalam terhadap kondisi Istana Maimun yang jauh dari harapan. Mereka merasa nuansa megah dan nilai sejarahnya hilang, tergantikan oleh suasana seperti pasar. Keadaan ini membuat pengalaman budaya Melayu yang seharusnya dirasakan menjadi pudar.

Negotiated Position (NP)

Melalui analisis data NVIVO, peneliti mengidentifikasi berbagai reaksi informan terhadap pemberitaan Istana Maimun, dengan sebagian besar mengarah ke persentase tertinggi. Tabel 2 menunjukkan coding of reference yang menggambarkan respon informan terhadap kondisi Istana Maimun. Informan dalam posisi dominan lebih sering menawarkan "solusi penanganan" baik terhadap kondisi yang diberitakan maupun yang mereka temui langsung, dengan kontribusi 57% pada node "solusi penanganan." Meskipun akses berita online mudah, 32% informan tidak mengetahui adanya artikel yang dipublikasikan, meskipun mereka menyaksikan kondisi aktual. Sementara itu, 12% informan menunjukkan reaksi ragu terhadap berita tersebut.

Tabel 2. Coding Reference of NP

Codes	Number of Coding References	Percentage
Nodes\\negotiated position\\bimbang	16	12%
Nodes\\negotiated position\\solusi penanganan	77	57%
Nodes\\negotiated position\\tidak tahu	43	32%
Total	136	100%

Sumber: Olahan Data Penulis, 2024

Dalam posisi negotiated position, para informan mengakui bahwa Istana Maimun memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata sejarah di Medan. Namun, mereka menekankan pentingnya perbaikan infrastruktur dan pengelolaan yang lebih baik untuk meningkatkan kualitas kunjungan. Perbaikan ini diharapkan tidak hanya berfokus pada aspek estetika, tetapi juga pada pelestarian budaya dan sejarah Melayu yang kaya. Pemerintah diharapkan lebih serius menjadikan Istana Maimun sebagai ikon kota, sejajar dengan Rumah Tjong A Fie yang lebih populer di kalangan generasi muda. Dengan pengelolaan yang optimal, Istana Maimun diharapkan mampu menjadi magnet bagi pelajar dan masyarakat umum untuk mengenal sejarah dan budaya lokal mereka. Seperti yang dinyatakan oleh Informan 17, "...Semoga pemerintah meningkatkan fasilitas dan aspek sejarah Istana Maimun agar menarik minat anak muda, seperti Rumah Tjong A Fie..." (Informan Kunci 17).

Informan Kunci 21 menekankan pentingnya kebersihan dan penataan pedagang. Dengan penataan yang rapi, area istana akan terlihat lebih menarik, mendukung pedagang, dan mempertahankan keindahan Istana Maimun. "Pedagang sebaiknya ditata lebih rapi agar dapat menarik lebih banyak pembeli, sementara kebersihan, terutama sampah pengunjung, perlu lebih

dijaga. Saya berharap Istana Maimun bisa semakin baik, dengan kebersihan yang terpelihara, sehingga menarik lebih banyak pengunjung, termasuk wisatawan mancanegara." (Informan Kunci 21).

Dalam posisi *negotiated position*, para informan sepakat bahwa Istana Maimun memiliki potensi besar sebagai destinasi sejarah. Namun, perbaikan infrastruktur, kebersihan, dan penataan pedagang menjadi prioritas utama. Dengan pengelolaan optimal, Istana Maimun dapat menjadi ikon budaya yang menarik bagi generasi muda dan wisatawan.

Oppositional Position

Tabel 3 menunjukkan reaksi informan terhadap pemberitaan tentang kondisi Istana Maimun. Analisis NVivo mengungkapkan bahwa meskipun 8% informan tidak setuju dengan pemberitaan yang mencoreng citra Istana Maimun, mayoritas informan, yaitu 34%, tetap merasa puas dan mengapresiasi kondisi saat ini. Bahkan, 14% informan merasa bahagia, dan 11% merasa bangga mengunjungi situs sejarah Melayu ini. Meskipun terdapat kekhawatiran terhadap citra negatif yang muncul di media, mayoritas informan menunjukkan sikap positif, menandakan bahwa mereka tetap menghargai dan bangga terhadap Istana Maimun sebagai bagian penting dari warisan budaya dan destinasi wisata.

Tabel 3. Coding Reference of OP

Codes	Number of Coding References	Percentage
Nodes\\oppositional position\\apresiasi	55	33%
Nodes\\oppositional position\\bahagia	23	14%
Nodes\\oppositional position\\bangga	18	11%
Nodes\\oppositional position\\puas	57	34%
Nodes\\oppositional position\\tidak setuju	14	8%
Total	167	100%

Sumber: Olahan Data Penulis, 2024

Perasaan puas menunjukkan adanya ungkapan perasaan positif dengan kondisi Istana Maimun meskipun ada kritik terkait fasilitas dan pengelolaan di media digital. Beberapa pengunjung mengungkapkan rasa kagum mereka terhadap warisan budaya yang terjaga. Dan masih menilai tetap sebagai tempat situs sejarah lokal yang kuat. Salah seorang informan yaitu Informan Kunci 11 mengungkapkan, "Saya senang berkunjung ke sana karena ingin mempelajari sejarah tentang asal muasal Melayu di Kota Medan yang didirikan oleh Kesultanan Deli," ujar salah satu informan pendukung (Informan kunci 11).

Selain sejarah, daya tarik arsitektur Istana Maimun juga menjadi faktor penting bagi banyak pengunjung. estetika bangunan yang terjaga dengan baik tetap menjadi alasan utama bagi pengunjung untuk merasa puas dan tertarik berkunjung, meskipun ada beberapa kritik terkait pengelolaan kawasan. "Istana Maimun memiliki karakter klasik tersendiri, yang

membuat daya tarik untuk saya sendiri. Menurut saya, bangunan zaman dahulu yang masih terawat hingga sekarang," kata seorang informan pendukung (Informan Kunci 18).

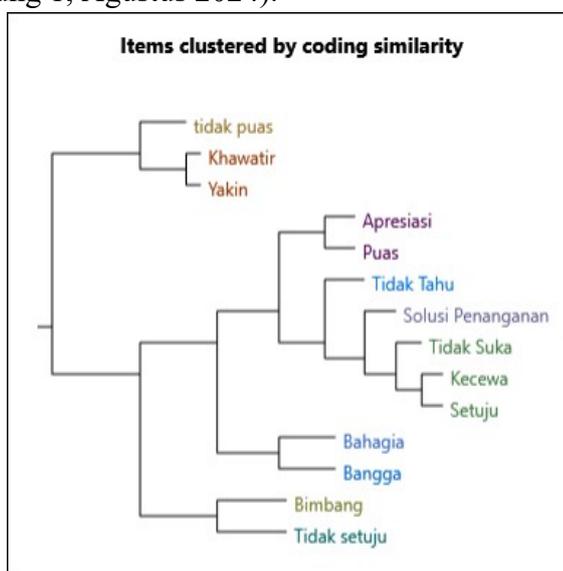
Kesan pertama kali mengunjungi Istana Maimun sering kali meninggalkan pengalaman yang mendalam, terutama terkait dengan ornamen dan nilai sejarahnya yang terpelihara dengan baik. Pengunjung juga mengapresiasi ruang-ruang khusus yang terawat dengan baik, menambah keistimewaan situs budaya ini. Selain itu, kesan positif ini terus berlanjut pada kunjungan-kunjungan selanjutnya oleh sebagian pengunjung. "Pertama kali saya berkunjung ke Istana Maimun sangatlah berkesan karena melihat peninggalan sejarah Kerajaan Melayu yang masih ada saat sekarang," ujar seorang informan (Informan Kunci 21). "Pada 2022, saya sudah berkunjung tiga kali, pertama untuk perjalanan dinas, dan terakhir karena wisata di Medan. Dari kunjungan pertama hingga terakhir, semuanya baik-baik saja." (Informan Kunci 28)

Meskipun terdapat kritik terkait pengelolaan dan fasilitas, banyak pengunjung tetap mengapresiasi nilai sejarah dan arsitektur Istana Maimun. Pengalaman positif ini mencerminkan kekuatan daya tarik budaya yang terjaga. Dengan pengelolaan yang lebih baik, Istana Maimun berpotensi menjadi destinasi wisata budaya yang semakin unggul.

Media berita digital memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk opini publik dan persepsi masyarakat mengenai berbagai isu (Walulya & Selnes, 2023), termasuk dalam hal pemberitaan mengenai Istana Maimun sebagai warisan budaya dan objek pariwisata di Kota Medan. Pemberitaan citra destinasi wisata cagar budaya Istana Maimun sebagai ikon budaya di Kota Medan, Sumatera Utara, sangat berkaitan dengan cara media digital menyajikan dan menyebarkan informasi kepada audiens (Hadi et al., 2021). Sebagai salah satu peninggalan sejarah yang dibangun pada tahun 1888 oleh Sultan Deli, Istana Maimun memiliki nilai budaya yang kaya dan arsitektur yang khas, yang menarik perhatian wisatawan lokal maupun internasional. Meskipun demikian, cara publik memahami dan menilai citra Istana Maimun sangat tergantung pada narasi yang dibentuk oleh pemberitaan media, baik di media massa maupun media sosial, yang bergerak dengan cepat dalam era informasi global saat ini.

Melalui analisis resepsi, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana audiens menerima dan menafsirkan pesan media yang berkaitan dengan citra Istana Maimun. Berdasarkan teori encoding-decoding yang dikembangkan oleh Stuart Hall (1980), analisis ini memahami bahwa pesan media tidak hanya diterima begitu saja, tetapi melalui proses interpretasi yang kompleks (Dwiputra, 2021). Adapun yang dimaksud dari tahap encoding melibatkan pengemasan pesan oleh produsen media dengan makna tertentu, sementara tahap decoding mengacu pada bagaimana audiens menafsirkan pesan tersebut berdasarkan latar belakang dan pengalaman mereka (Haryanti & Ratna Sari, 2018). Proses decoding dalam pemberitaan digital tentang Istana Maimun penting untuk memahami bagaimana masyarakat membentuk persepsi terhadap kondisi fisik dan pengelolaan situs, serta bagaimana mereka menilai kredibilitas media digital dalam membentuk citra Istana Maimun (Meilasari & Wahid, 2020). Sehingga Resepsi publik terhadap pemberitaan media digital dapat membentuk liputan masa depan Istana Maimun. Jika narasi negatif terus dominan tanpa pemberitaan positif, citra dan kelestariannya akan terancam.

Analisis menggunakan NVivo dengan fitur *clustered by coding similarity* memudahkan visualisasi hubungan antar kode. Gambar 4 menunjukkan respons informan terkait resepsi pemberitaan Istana Maimun, pada cabang pertama terdapat kelompok persepsi publik menjadi tiga kategori utama: "tidak puas," "khawatir," dan "yakin." Ketidakpuasan muncul akibat fasilitas yang kurang memadai, menciptakan kekhawatiran tentang perawatan dan pengalaman wisata. Seperti dijelaskan (Ester et al., 2020), fasilitas buruk memicu kesan negatif, yang juga diperkuat oleh sorotan media digital dan dikonfirmasi oleh Informan Pendukung 1. "Situasi Istana Maimun saat ini yang terlihat semrawut seperti pasar memang mencerminkan kondisi nyata. Kemegahan, nilai sakral, dan sejarahnya berkurang, tampak seperti pasar souvenir biasa. Keluhan ini sering disampaikan oleh pemerhati budaya, termasuk LSM dan masyarakat umum." (Informan Pendukung 1, Agustus 2024).



Gambar 4. Item Clustered by Coding Similarity

Sumber: Olahan data NVivo Peneliti, 2021

Masalah kebersihan menjadi perhatian utama dalam berbagai laporan media, terkait langsung dengan ketidakpuasan pengunjung. Kesan kumuh kemungkinan besar muncul akibat minimnya perhatian pengelola terhadap kebersihan. Hal ini memperburuk citra Istana Maimun di mata publik. tegas Informan Ahli 3, "Ya, mungkin kenapa terkesan jorok, ya mungkin yang mengelola itu tidak memperhatikan kebersihannya. Ketika para awak media ingin meliput pemberitaan tentang Istana Maimun, benar adanya kondisinya jorok." (Informan Ahli 3, Agustus 2024).

Informan Pendukung 2 mengungkapkan ketidakpuasan terhadap status Istana Maimun yang hanya diakui sebagai situs cagar budaya tingkat provinsi, yang membatasi upaya pelestarian. Ia menekankan perlunya perhatian serius dari berbagai pihak untuk meningkatkan kondisi dan fasilitas Istana Maimun. "Belum diajukan ke provinsi, bahkan belum nasional. Jadi kebijakan BPK II terhadap Istana Maimun itu ya, memang terbatas pada edukasi dan sosialisasi. Sehingga sangat membatasi langkah konkret untuk perbaikan yang lebih luas. Perlu diperhatikan oleh pihak Pemerintah Kota Medan." (Informan Pendukung 2, Agustus 2024).

Dengan pengelolaan yang lebih baik dan perhatian pada kebersihan, Istana Maimun berpotensi kembali menjadi destinasi wisata budaya yang menarik dan bernilai (Rizki Lubis,

2023). Namun, statusnya sebagai situs cagar budaya tingkat provinsi membatasi pelestarian yang lebih menyeluruh. Peningkatan status menjadi situs nasional diharapkan membuka peluang kerja sama untuk mendukung pengelolaan berkelanjutan, seperti diungkapkan oleh Informan Pendukung 1. "Secara umum dampaknya seharusnya lebih ke pihak pengelola, dan pemerintah daerah, (untuk saat ini). Hal ini tentu akan berubah jika suatu hari Istana Maimun menjadi cagar budaya peringkat nasional, tentunya BPK II akan lebih mendapat porsi dan kewenangan dalam pengelolaan, termasuk permasalahan media" (Informan Pendukung 1, Agustus 2024).

Pemanfaatan teknologi informasi dan digitalisasi media sangat penting untuk pelestarian dan promosi Istana Maimun. Informasi yang akurat membentuk persepsi publik (Baharuddin et al., 2022), sementara pemberitaan negatif, meskipun kritik, dapat merusak citra Istana Maimun. Pemberitaan negatif dapat mengurangi daya tarik Istana Maimun di dunia digital dan menurunkan minat pengunjung, seperti yang disampaikan oleh Informan Ahli 1. Oleh karena itu, menjaga kualitas pemberitaan sangat penting untuk meningkatkan daya tarik dan citra Istana Maimun. "Penggunaan teknologi informasi dan digitalisasi media sangat penting dalam membentuk persepsi publik mengenai Istana Maimun. Meskipun media tidak langsung merugikan, pemberitaan yang ada belum maksimal dalam memperkenalkan Istana Maimun secara optimal kepada publik. Media digital memiliki pengaruh besar terhadap citra Istana Maimun, baik secara positif maupun negatif, yang pada akhirnya berdampak pada minat dan kunjungan masyarakat ke situs tersebut." (Informan Ahli 1, Agustus 2024).

Peneliti menempatkan kata kunci "tidak puas," "khawatir," dan "yakin" dalam kategori Dominant-Hegemonic Position, yang mencerminkan penerimaan public (Dhamayanti, 2015) terhadap pemberitaan media mengenai kondisi Istana Maimun. Ketidakpuasan terhadap fasilitas, kekhawatiran atas pengelolaan, dan keyakinan bahwa media digital memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik menunjukkan keselarasan antara pemberitaan media dan pandangan Masyarakat (Nilsson et al., 2023). Dukungan ini menegaskan pentingnya media dalam membentuk persepsi dominan tentang Istana Maimun sebagai warisan budaya yang membutuhkan perhatian lebih (Heim et al., 2023). Penerimaan terhadap ketiga kata kunci ini memperlihatkan bahwa informasi dari media telah terinternalisasi dengan baik di benak publik (Schaefer, 2023), memperkuat citra di media berita digital yang sesuai dengan kenyataan di lapangan (Setiadi, 2023). Secara keseluruhan, posisi "tidak puas," "khawatir," dan "yakin" mempertegas peranan media dalam membentuk opini publik yang mendorong perlunya perubahan nyata di Istana Maimun.

Cabang kedua mencerminkan respons "apresiasi" dan "puas," meskipun minoritas, tetap signifikan dalam analisis ini. Publik yang puas lebih mengutamakan nilai sejarah dan budaya Istana Maimun, memandangnya sebagai warisan budaya yang perlu dilestarikan, meskipun ada kritik terhadap fasilitas. Meskipun demikian, mereka mengakui perlunya perbaikan dalam pengelolaan (Milenia & Pamungkas, 2019).

Walau ada pemberitaan negatif, beberapa pengunjung tetap merasa puas setelah mengunjungi Istana Maimun. Mereka menghargai nilai budaya dan sejarahnya, meski menyadari kritik terkait fasilitas dan manajemen. Pengalaman langsung lebih mempengaruhi mereka daripada pemberitaan media. Hal ini mencerminkan posisi *Oppositional Position*, di mana pengunjung cenderung menilai pengalaman mereka dan mengabaikan kritik media

(Ariestyani & Ramadhanty, 2022). Ini menunjukkan bahwa persepsi individu lebih dipengaruhi oleh pengalaman nyata dengan budaya dan sejarah Istana Maimun (Haryanti & Ratna Sari, 2018).

Meskipun terdapat kritik, sebagian masyarakat tetap melihat Istana Maimun sebagai destinasi berharga. Mereka menghargai nilai budaya yang ditawarkan meskipun menyadari kekurangannya. Kepuasan ini mencerminkan perbedaan antara pemberitaan media dan pengalaman langsung pengunjung, yang sering kali lebih positif, menunjukkan bahwa citra negatif media tidak selalu mencerminkan persepsi publik.

Keinginan untuk memahami sejarah Melayu di Medan tetap menjadi motivasi utama bagi pengunjung Istana Maimun, meskipun pemberitaan media menyoroti aspek negatif. Sebagai ikon Kesultanan Deli, Istana Maimun tetap menarik bagi mereka yang ingin mengeksplorasi sejarah lokal. Pemberitaan negatif dianggap sebagai dorongan untuk perbaikan dan pelestarian lebih lanjut, sebagaimana dikatakan oleh Informan Ahli 3, "Saya yakin pemberitaan negatif itu bertujuan agar Istana Maimun ke depannya bisa lebih baik lagi, mengingat Istana Maimun adalah ikon kota Medan" (Informan Ahli 3 Media, Agustus 2024).

Kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung terkait keselarasan antara pemberitaan dan kondisi nyata mencerminkan bahwa kualitas berita sangat bergantung pada prinsip jurnalistik yang benar. Informan Ahli 3 Media menegaskan pentingnya etika dan profesionalisme dalam jurnalistik untuk memastikan pemberitaan yang akurat dan bermanfaat bagi publik: "Jika media menjalankan tugas jurnalistik dengan baik, maka hasil berita yang diproduksi juga akan berkualitas tinggi."

Di sisi lain, kepuasan ini mencerminkan bahwa untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian cagar budaya Melayu di Istana Maimun, BPK Wilayah 2 lebih mengutamakan langkah sosialisasi dan edukasi. Upaya ini berfokus pada peningkatan kapasitas juru pelihara sebagai kunci pelestarian yang efektif dan berkelanjutan, mengingat tanggung jawab mereka terhadap situs yang masih berstatus provinsi. Informan Pendukung 2 menjelaskan, "Kami mengadakan pertemuan setiap tahun untuk meningkatkan pengetahuan juru pelihara, agar mereka tidak hanya membersihkan objek, tetapi juga memahami dan menjelaskan nilai serta sejarahnya" (Informan Pendukung 2, Agustus 2024).

Peneliti mengkategorikan kata kunci "apresiasi" dan "puas" dalam posisi *Oppositional Position*, karena respons ini mencerminkan penghargaan pengunjung terhadap keberlanjutan Istana Maimun meskipun bukan di era monarki. Pengunjung di posisi ini menilai pengalaman mereka langsung dan lebih fokus pada nilai budaya istana, mengabaikan kritik media (Ariestyani & Ramadhanty, 2022). Bagi mereka, Istana Maimun tetap memiliki nilai sejarah dan budaya yang signifikan meskipun ada kekurangan dalam fasilitas dan manajemennya. Kepuasan ini menunjukkan bahwa sebagian masyarakat menghargai Istana Maimun sebagai simbol budaya. Keberadaan artefak Kerajaan Melayu juga dianggap penting oleh pengunjung sebagai ikon budaya Medan. Oleh karena itu, nilai sejarah dan simbolis Istana Maimun dianggap lebih penting daripada kekurangan fisik yang ada, menjadikannya warisan yang perlu dilestarikan (Faluh et al., 2013).

Cabang ketiga berisi kategori "tidak tahu," "solusi penanganan," "tidak suka," "kecewa," dan "setuju," yang mencerminkan keragaman pandangan responden. Banyak responden mengaku tidak sepenuhnya mengetahui masalah yang terjadi di Istana Maimun, namun mereka

berharap adanya solusi yang konkret. Mereka yang merasa tidak suka terhadap kondisi Istana Maimun, seperti yang digambarkan dalam pemberitaan di media digital, umumnya lebih vokal dalam menyuarakan rasa kecewa, yang terlihat dari respons mereka dalam kuisisioner. Pemahaman terhadap beragam pandangan publik terkait kondisi Istana Maimun yang tercermin dalam pemberitaan media digital menjadi penting untuk menciptakan solusi yang sejalan dengan harapan masyarakat (Chigora et al., 2024). Di sisi lain, beberapa responden tetap setuju untuk diupayakan perbaikan, menunjukkan adanya harapan terhadap perubahan.

Kata kunci “tidak tahu” dan “solusi penanganan” diposisikan dalam kategori *negotiated position*, mencerminkan sikap fleksibel dari para informan. Meskipun tidak sepenuhnya memahami pemberitaan negatif di media, mereka tetap menawarkan solusi penanganan untuk memperbaiki situasi di Istana Maimun. Sebagaimana dinyatakan oleh (Perdana, 2020), audiens dalam posisi ini membentuk makna berdasarkan pengalaman hidup mereka, mencerminkan pendekatan kultural dalam *reception analysis*. Di sisi lain, kata kunci “tidak suka,” “kecewa,” dan “setuju” diposisikan pada kategori *Dominant-Negotiated Position*, menunjukkan keselarasan audiens dengan kode-kode yang diinternalisasi. Informan yang menempati posisi ini memahami pemberitaan digital yang sesuai dengan kondisi yang mereka alami selama kunjungan. Menurut pandangan (Meilasari & Wahid, 2020), audiens menerima pesan yang dimaksudkan oleh penulis berita, memperkuat keyakinan mereka akan pentingnya meningkatkan kesadaran publik terhadap nilai sejarah dan pelestarian budaya Melayu di Istana Maimun demi mendorong perubahan.

Ketidaktahuan sebagian pengunjung tentang berita negatif terkait Istana Maimun mencerminkan beragamnya pemahaman masyarakat. Meskipun isu negatif sering disorot media, banyak pengunjung tidak menyadarinya hingga mereka mengunjungi situs ini secara langsung. Bagi sebagian besar, kunjungan ke Istana Maimun lebih bersifat rekreasi serta eksplorasi budaya, sehingga pengalaman langsung menjadi momen pembentukan opini mereka. Hal ini menegaskan pentingnya komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran publik tentang nilai sejarah dan pelestarian Istana Maimun, guna menjembatani kesenjangan pemahaman dan mendukung pelestarian berkelanjutan. Informan Pendukung 1 menyampaikan pandangan serupa, menggarisbawahi beragam kepedulian masyarakat terhadap pelestarian budaya Melayu di Istana Maimun. "Sebenarnya tidak semua masyarakat yang berkunjung mempedulikan berita-berita tersebut. Sebagian pengunjung adalah turis dari daerah dan beberapa dari luar negeri. Mereka baru akan berkomentar setelah berada dalam istana dan melihat kondisi eksistingnya. Sebagian peduli dan sebagian lagi ya masa bodoh gitu. Karena tidak semua pengunjung itu pemerhati cagar budaya, sebagian lagi sekadar ingin berkunjung, melihat, beli suvenir, foto-foto, dll. Dampaknya bagi pelestarian secara tidak langsung ya ada, berkaitan dengan jumlah orang yang berkunjung." (IP 1, Agustus 2024)

Dalam posisi *negotiated position*, masyarakat mengakui daya tarik Istana Maimun, meskipun banyak yang belum sepenuhnya mengetahui kondisi sebenarnya seperti yang digambarkan di media digital. Mereka menyadari perlunya perbaikan untuk meningkatkan pengalaman pengunjung, sehingga perhatian dari pihak berwenang menjadi sangat penting. Pengunjung yang menjadi informan dalam penelitian ini cenderung menafsirkan artikel berita berdasarkan pengetahuan, nilai, dan pengalaman mereka (Haryanti & Ratna Sari, 2018), yang menunjukkan adanya perbedaan antara informasi yang disampaikan dan pemahaman

masyarakat. Menanggapi keluhan di media digital, pihak BPK Wilayah II telah mengambil langkah dengan memberikan himbauan kepada juru pelihara, sesuai dengan yang disampaikan oleh Informan Pendukung 1, “Sejauh ini, langkah yang diambil baru sebatas imbauan kepada juru pelihara sebagai ujung tombak pemeliharaan Istana Maimun agar lebih baik dalam pemeliharannya, sehingga tidak menjadi bahan pemberitaan.” (IP 1, Agustus 2024)

Peneliti menemukan saran strategis dari BPK Wilayah II terkait penataan kawasan sekitar Istana Maimun, terutama masalah pedagang dan pengelolaan. Salah satunya adalah memindahkan pedagang untuk mengembalikan kesan megah dan keaslian warisan budaya yang terganggu oleh aktivitas komersial yang tidak teratur. Selain itu, penerapan standard operating procedure (SOP) di kawasan tersebut sangat penting untuk menciptakan pengalaman pengunjung yang lebih baik dan menjaga kelestarian nilai budaya Istana Maimun. “Pertama, untuk menyelamatkan Istana Maimun, pedagang harus dipindahkan. Kedua, kami mendorong agar diterapkan SOP (Standard Operating Procedure) untuk memasuki kawasan tersebut.” (IP 2, Agustus 2024)

Selanjutnya, Saran revitalisasi juga menekankan pentingnya kajian mendalam terhadap kondisi struktur bangunan yang ada. Penetapan zonasi yang tepat sangat diperlukan untuk memastikan perlindungan optimal bagi bangunan bersejarah. “Perlu ada pembatasan karena kita belum tahu kekuatan struktur di Istana Maimun, termasuk lantai dan dindingnya, apakah mampu menahan beban dari kerumunan besar pengunjung. Sosialisasi mengenai hal ini penting. Di zona inti, seharusnya tidak ada tambahan bangunan selain yang sudah ada sejak masa lalu. Oleh karena itu, kajian zonasi diperlukan untuk menentukan batasan zona inti, zona penyangga, dan zona pengembangan. Di zona pengembangan inilah kita diizinkan untuk membangun atau menambah struktur baru.” (IP 2, Agustus 2024).

Lebih lanjut, Informan Pendukung 2 mengusulkan ide yang menarik untuk pengelolaan Istana Maimun ke depannya, yang mencerminkan upaya menggabungkan pelestarian budaya dengan pengelolaan yang lebih efisien. Menanggapi saran dari Informan Pendukung 2, Informan Ahli 2 menyoroti adanya kesenjangan antara citra Istana Maimun saat ini dan harapan publik, serta menekankan pentingnya perbaikan manajemen internal untuk mewujudkan masukan tersebut. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kolaborasi yang lebih aktif dan berkelanjutan dalam pengelolaan Istana. Sebagaimana disampaikan oleh Informan Ahli 2, “Masih ada banyak kesenjangan pada citra Istana Maimun yang buruk. Pihak istana harus lebih memperhatikan manajemen internal, proaktif dengan semua pihak untuk memajukan budaya dan kegiatan lainnya, serta penting bagi media untuk terus mengangkat isu ini.” (IA 2, Agustus 2024)

Di sisi lain, dalam melanjutkan pemikiran yang disampaikan oleh Informan Ahli 2, Informan Ahli 1 menekankan pentingnya komitmen dan konsistensi dari pihak pengelola untuk mewujudkan revitalisasi dan pengelolaan Istana Maimun yang optimal. Kejelasan dalam pembagian tanggung jawab dan pengelolaan yang terstruktur dianggap sebagai kunci untuk mencapai tujuan pelestarian serta meningkatkan kualitas pengelolaan. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Informan Ahli 1, “Seharusnya pihak istana harus komit dan konsisten dengan pembagian dan wilayah pengelolaan internal dan eksternal, atau penuh pengelolaan diberikan ke pihak eksternal atau konsultan.” (IA 1, Agustus 2024)

Melanjutkan pemikiran yang disampaikan oleh Informan Ahli 1, beliau juga mengaitkan pentingnya pemanfaatan teknologi informasi sebagai kunci dalam promosi modern, khususnya di era digital. Media sosial seperti TikTok, Facebook, Instagram, dan Twitter memiliki potensi besar untuk memperluas jangkauan promosi Istana Maimun secara signifikan. Dalam hal ini, Istana Maimun disarankan untuk bermitra dengan media cetak, media online, serta penggiat media sosial, sambil tetap melibatkan komunitas lokal sebagai mitra utama dalam pengelolaannya. Seperti yang dinyatakan oleh Informan Ahli 1, "Di era digital saat ini, platform seperti TikTok, Facebook, Instagram, dan Twitter sangat penting untuk promosi. Istana Maimun sebaiknya bekerjasama dengan media cetak, online, serta penggiat media sosial. Manajemen wilayah, baik internal maupun eksternal, harus konsisten dan sebaiknya diserahkan kepada konsultan strategi sesuai kebutuhan dan target istana. Komunitas lokal perlu menjadi prioritas kemitraan, sementara pihak internal harus menjaga komunikasi yang berkelanjutan dengan semua pihak terkait." (IA 1, Agustus 2024)

Tentunya, seluruh implementasi nyata serta saran masukan di atas didasarkan pada ungkapan rasa tidak suka dari para pengunjung terhadap kondisi fasilitas di Istana Maimun. Mereka menyoroti bagaimana kemegahan dan nilai sakral serta sejarah yang tinggi dari Istana Maimun mulai memudar akibat suasana yang lebih menyerupai pasar souvenir. Hal ini mencerminkan keprihatinan mendalam dari para pengunjung mengenai ancaman terhadap aspek budaya dan sejarah Istana Maimun akibat komersialisasi yang tidak terkelola dengan baik. Seperti yang telah didukung oleh Informan Pendukung 1, "Kemegahan dan nilai sakral serta sejarah yang sangat tinggi menjadi berkurang dan terkesan seperti pasar souvenir biasa. Ini sudah dikeluhkan banyak pihak, terutama pemerhati budaya dari kalangan LSM dan masyarakat umum." (IP 1, Agustus 2024)

Seluruh implementasi nyata serta saran masukan di atas didasarkan pada rasa kecewa pengunjung terhadap kondisi Istana Maimun yang kini lebih menyerupai pasar. Pemberitaan media mengenai hal ini menggambarkan bagaimana banyaknya pedagang souvenir yang mendominasi area istana mengurangi kenyamanan pengunjung dan mengaburkan kesan historis yang seharusnya menjadi daya tarik utama Istana Maimun. Harapan pengunjung untuk mendapatkan pengalaman budaya yang otentik semakin tergerus, menambah kekecewaan mereka terhadap kondisi tersebut. Informan Pendukung 2 mengonfirmasi kenyataan ini: "Ya, memang benar apa yang diberitakan media soal Istana Maimun yang mirip pasar itu. Pedagang souvenir kini mendominasi area istana, mengubah suasana yang seharusnya megah menjadi seperti pasar biasa." (IP 2, Agustus 2024)

Keadaan ini tidak hanya terbatas pada area luar istana, tetapi juga menyusup ke dalam ruang utama, yang semakin memperlihatkan bagaimana fungsi utama Istana Maimun sebagai galeri budaya tergeser oleh aktivitas komersial. Hal ini menjadi perhatian besar, terutama karena ruang balairung utama yang seharusnya digunakan untuk tujuan budaya kini justru dipenuhi dengan booth penjualan. Seperti yang dijelaskan oleh Informan Pendukung 2, "Ya, memang bisa dibayangkan, booth-booth penjualan itu justru ada di dalam istana, tepatnya di ruang balairung utama. Kain-kain, songket, dan souvenir dijual di dalam istana, padahal awalnya kios-kios memang dibangun di area pinggir, khususnya di sisi kiri, untuk tempat berjualan. Seharusnya, istana tetap difungsikan sebagai galeri, namun kenyataannya sekarang justru ruang

balairung utama digunakan untuk jualan. Itu adalah fakta, dan ini belum termasuk area luar yang juga dipenuhi pedagang." (IP 2, Agustus 2024)

Namun, upaya untuk memperbaiki situasi ini justru menemui kendala besar. Penolakan dari pihak keluarga yang memiliki hak atas Istana Maimun terhadap rencana relokasi pedagang menggambarkan adanya konflik kepentingan yang rumit. Kecewa dengan keputusan tersebut, Informan Pendukung 2 menyoroti bahwa penolakan itu disebabkan oleh pertimbangan lokasi relokasi yang dinilai terlalu jauh dan masalah pembiayaan yang tidak memadai. Hal ini menambah kekecewaan, mengingat harapan untuk perbaikan kondisi justru terkendala oleh faktor internal yang sulit diselesaikan, "Tapi oleh pihak ahli waris, itu ditolak karena dianggap tempat relokasi itu dianggap terlalu jauh, kemudian pembiayaan tidak memadai, dan sebagainya. Jadi banyak alasan, ada beberapa alasan. Penolakan ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai pertimbangan yang menghambat pelaksanaan solusi yang lebih ideal. Konflik kepentingan antara pelestarian nilai budaya dan kebutuhan ekonomi para pedagang menciptakan dilema yang memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif." (IP 2, Agustus 2024)

Keterlibatan komunitas lokal dalam pengelolaan Istana Maimun dinilai belum dikelola dengan baik oleh pihak pengelola dan pemerintah kota. Menurut seorang informan, seharusnya komunitas lokal menjadi prioritas utama yang perlu digandeng dan dijadikan mitra strategis dalam upaya menjaga dan memajukan Istana Maimun. Hal ini penting, karena partisipasi aktif mereka dapat memperkuat pelestarian budaya sambil memberdayakan ekonomi lokal. Dengan melibatkan komunitas, keputusan yang diambil akan lebih relevan dan berdampak positif, menciptakan keseimbangan antara pelestarian warisan budaya dan kebutuhan ekonomi masyarakat. "Keterlibatan komunitas lokal belum dikelola dengan baik oleh pihak dalam istana Maimun dan pemerintah kota. seharusnya komunitas lokal menjadi skala prioritas yg harus digandeng dan menjadi mitra istana maimun." (IA 1, Agustus 2024)

Berita tentang Istana Maimun sering menyoroti isu suasana pasar, konflik keluarga, dan kondisi bangunan yang kurang terawat, yang banyak disetujui oleh para informan sebagai fokus utama. Pada konteks Dominant-Hegemonic Position, Media menyajikan informasi dari berbagai sudut pandang, sementara audiens menafsirkan sebagai rasa setuju berdasarkan pengalaman dan harapan mereka. Beberapa pengunjung merasa pemberitaan ini memperkuat persepsi negatif mereka, yang bertujuan untuk mempromosikan interpretasi, evaluasi, dan/atau solusi tertentu (Rončáková, 2022). Dengan demikian, kredibilitas media sangat mempengaruhi cara audiens memahami Istana Maimun.

Kredibilitas berita merujuk pada sejauh mana publik mempercayai sumber informasi, termasuk sejauh mana media dianggap mampu menyampaikan fakta secara akurat. Faktor-faktor seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi mempengaruhi kredibilitas ini (Dede Yuyu, Cecep Suryana, 2024). Kredibilitas berita memiliki peran krusial dalam membentuk persepsi dan opini publik terhadap isu tertentu. Informasi yang kredibel memungkinkan masyarakat membuat keputusan yang lebih baik berdasarkan fakta, sementara berita yang tidak kredibel dapat menimbulkan ketidakpercayaan dan merusak reputasi media (Puspitasari & Abidin, 2024). Dengan demikian, kredibilitas berkontribusi pada integritas jurnalisme dan kepercayaan masyarakat terhadap media (Laksono, 2019). Tanpa kredibilitas, berita tidak akan diterima

dengan baik oleh audiens, seperti yang disampaikan oleh salah satu informan ahli, "Kredibilitas media sangat penting untuk membentuk persepsi publik" (IA 2, Agustus 2024).

Berita dianggap kredibel jika memenuhi prinsip jurnalistik seperti akurasi, kejujuran, dan verifikasi, serta bebas dari bias (Anisa Suci Rahmawati & Ferry Darmawan, 2022). Proses verifikasi jurnalis menunjukkan bahwa berita telah diverifikasi dengan benar (Santoso, 2016). Kredibilitas media juga diukur dari kepatuhannya terhadap kode etik jurnalistik, yang menjamin jurnalisme transparan dan bertanggung jawab (Laksono, 2019). Hal ini sejalan dengan pernyataan Informan Ahli 3, awak media lokal Medan, yang menekankan pentingnya kode etik dalam pemberitaan. Penerapan prinsip-prinsip ini mempengaruhi kredibilitas media dan cara masyarakat menilai informasi. "...ketika bicara tentang media, mau siapapun itu atau media manapun, tentu kita punya kode etik jurnalistik, di mana salah satunya adalah pemberitaan yang kita siarkan itu harus berdasarkan fakta dan data. Jadi, apapun yang kita beritakan itu memang harus berdasarkan data dan fakta..." (IA 3, Agustus 2024).

Informan Pendukung 2 menyetujui bahwa pemerintah kota Medan juga pernah berusaha mendorong revitalisasi Istana Maimun. Namun, upaya tersebut gagal karena status Istana yang bukan cagar budaya tingkat provinsi, yang menjadi kendala dalam proyek revitalisasi. Seperti yang dijelaskan oleh Informan Pendukung 2, "Dalam kasus ini, untuk revitalisasi cagar budaya, apakah itu tingkat kota atau tingkat provinsi, apabila bukan aset pemerintah, itu harus dengan persetujuan keluarga. Itu yang kadang membuat pekerjaan revitalisasi terkendala di pihak keluarga pemilik." (IP 2, Agustus 2024)

Disamping itu juga, Beliau juga mengkonfirmasi setuju bahwa permasalahan keluarga menjadi penyebab utama munculnya banyak pedagang dari kalangan ahli waris. Selain itu, kegagalan rencana renovasi juga dipengaruhi oleh konflik hukum di antara mereka. Bapak nasrullah mengonfirmasi hal ini selama wawancara berlangsung, "...ada peristiwa hukum yaitu pertama ada pencatatan wasiat di notaris oleh sultan deli ke-7 tahun 1925 yang menyatakan bahwa istana maimun itu milik sultan ke depannya. Artinya sultan 8, 9, sampai sekarang itu harusnya milik istana maimun. Nah, kedua, tahun 1960-an ada gugatan dari keluarga perdana menteri deli atas akta notaris itu tapi kalah di pengadilan. Gagal. Ketiga, tahun 1970-an ada gugatan baru dari keluarga ahli waris perdana menteri ke sultan deli dan menang. Inilah gugatan putusan pengadilan tahun 1970-an, 71. Itu yang menyebabkan istana maimun menjadi seperti sekarang." (IP 2, Agustus 2024).

Konflik internal di antara ahli waris mempengaruhi proses revitalisasi yang seharusnya dilakukan. Kegagalan dalam menangani masalah kepemilikan yang berkaitan dengan Istana Maimun sangat mempengaruhi upaya pemerintah dan menyebabkan pengelolaan yang tidak optimal. Sebagai peneliti, saya menilai bahwa permasalahan ini mendesak untuk diselesaikan demi keberlangsungan dan pelestarian warisan budaya Istana Maimun yang citranya akan menjadi lebih baik lagi.

Pada respon emosional seperti "bahagia," "bangga," "bimbang," dan "tidak setuju," terlihat bahwa Istana Maimun memiliki nilai historis yang memicu reaksi emosional mendalam dari para pengunjung. Kelompok yang merasakan "bahagia," "bangga," dan "tidak setuju" melihat Istana Maimun sebagai simbol penting identitas budaya mereka, menganggapnya sebagai warisan budaya yang tak terpisahkan dari sejarah lokal. Hal ini sejalan dengan pernyataan Steiner (2016) dalam (Ariestyani & Ramadhanty, 2022), bahwa audiens sering

menolak makna langsung yang diberikan oleh media dan mengambil posisi konfrontatif, di mana mereka memaknai Istana Maimun sesuai pengalaman serta latar belakang pribadi, berbeda dari makna dominan yang disampaikan media. Hal ini disepakati juga oleh Informan Ahli 3 bahwa, “Heritage kan. Kalau yang positif sering ya artinya ya bagaimana kan seperti saya bilang bahwa itu heritage dan secara proximity juga akan kedekatan selalu membangkitkan berita-berita tentang apa ya konten-konten lokal yang pasti sering dan tentu kalau negatif tidak pernah karena kalau menurut saya kalau kita memberitakan yang lokal dari Sumatera Utara negatif ya kita juga yang ngerasa bersalah kan itu walaupun memang faktanya anggaplah salah tapi kan kita bisa mengemasnya lebih soft.” (IA 3, Agustus 2024)

Makna heritage mencakup situs warisan dunia dengan reputasi baik yang mampu menarik pengunjung, produk lokal yang mencerminkan identitas budaya, fasilitas memadai, dan petunjuk yang jelas (Luekveerawattana, 2024). Namun, sayangnya, makna heritage ini mulai pudar pada Istana Maimun karena reputasinya yang menurun. Kondisi tersebut mempengaruhi daya tarik wisata dan citra Istana Maimun sebagai salah satu situs budaya yang penting.

Perasaan "bimbang" mencerminkan ketidakpastian yang dirasakan masyarakat mengenai masa depan Istana Maimun. Kekhawatiran ini sering kali bersumber dari pengelolaan yang dinilai kurang memadai, yang menimbulkan pertanyaan mengenai arah dan keberlanjutan situs ini sebagai destinasi wisata budaya. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pengelolaan yang lebih efektif agar Istana Maimun dapat terus berfungsi sebagai ikon budaya yang relevan. Untuk mengatasi kebingungan masyarakat, Informan Pendukung 1 menyatakan, “Cagar budaya BPK II memiliki prioritas dalam mengelola cagar budaya, khususnya yang telah berstatus Cagar Budaya Peringkat Nasional. BPK II hanya akan mengambil langkah sesuai dengan prosedur dan arahan dari kementerian. Jika ada isu-isu terkait pemberitaan media, kami tanggap sesuai porsi dan apa adanya. Jika suatu saat Istana Maimun menjadi Cagar Budaya Peringkat Nasional, tentunya BPK II akan memiliki porsi dan kewenangan yang lebih besar dalam pengelolaan, termasuk dalam menangani permasalahan media.” (IP 1, Agustus 2024)

Respons "tidak setuju" mengindikasikan sikap kritis masyarakat terhadap cara media menangani promosi Istana Maimun. Meskipun tidak ada laporan media yang secara langsung merugikan, Informan Ahli 1 menyatakan, “Untuk Istana Maimun tidak ada media yang merugikan tetapi informasi media belum dapat dikatakan mendukung mempromosikan keberadaan Istana Maimun dengan optimal.” (Informan Ahli 1, Agustus 2024)

Resepsi publik terhadap Istana Maimun menunjukkan hubungan emosional yang kompleks, di mana kebanggaan terhadap warisan budaya bersanding dengan ketidakpuasan terhadap pengelolaan dan fasilitas yang kurang memadai (Rizki Lubis, 2023). Berdasarkan teori encoding-decoding Stuart Hall (1980), pesan media tidak hanya diterima begitu saja, tetapi melalui proses interpretasi yang dipengaruhi oleh latar belakang dan pengalaman audiens (Dwiputra, 2021; Haryanti & Ratna Sari, 2018). Proses decoding dalam pemberitaan digital penting untuk memahami bagaimana masyarakat membentuk persepsi terhadap kondisi fisik dan pengelolaan Istana Maimun, serta menilai kredibilitas media dalam membentuk citranya (Meilasari & Wahid, 2020).

Jika narasi negatif terus mendominasi tanpa adanya pemberitaan positif mengenai perbaikan dan penataan, citra Istana Maimun dapat semakin menurun dan berdampak pada konservasi serta daya tarik wisata ke depan. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang

melibatkan Pemerintah, akademisi, pelaku usaha, masyarakat, dan media melalui model Penta Helix diperlukan untuk meningkatkan koordinasi dalam pengelolaan serta promosi Istana Maimun sebagai destinasi wisata budaya yang berkelanjutan (Mangido Nainggolan, 2020). Model ini, yang diatur dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016, bertujuan untuk mengoptimalkan peran berbagai pemangku kepentingan guna menciptakan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan serta mendorong inovasi dalam pengembangan pariwisata berbasis pengetahuan.

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa audiens menilai kredibilitas media online tentang Istana Maimun berdasarkan akurasi dan kesesuaian berita dengan pengalaman mereka. Ketika informasi sesuai dengan realitas, audiens cenderung menerima narasi media secara dominan, sedangkan ketidaksesuaian atau bias pemberitaan mendorong mereka ke posisi negotiated atau oppositional. Ketegangan muncul ketika citra positif yang ditampilkan media tidak selaras dengan pengalaman langsung, seperti fasilitas yang kurang memadai, sehingga dapat merusak kepercayaan publik terhadap pemberitaan. Oleh karena itu, menjaga akurasi informasi dan meningkatkan kualitas pengelolaan Istana Maimun menjadi langkah strategis dalam membangun persepsi positif.

Kontribusi penelitian ini bagi akademik terletak pada penerapan analisis resepsi dalam memahami bagaimana publik menafsirkan pemberitaan digital tentang destinasi wisata budaya. Studi ini juga memperkaya kajian komunikasi digital dan manajemen pariwisata dengan menyoroti hubungan antara media, persepsi publik, dan pengelolaan heritage tourism. Sebagai rekomendasi, media diharapkan meningkatkan transparansi dan proses verifikasi informasi, sementara pengelola Istana Maimun perlu berkolaborasi dengan media dan meningkatkan kualitas fasilitas untuk memastikan bahwa pemberitaan lebih mencerminkan kondisi aktual. Dengan langkah ini, citra Istana Maimun dapat diperbaiki dan kepercayaan publik terhadap media serta pengelolaan destinasi wisata dapat terjaga.

Sebagai rekomendasi berdasarkan temuan, peneliti mengusulkan agar media memastikan transparansi dan verifikasi informasi agar pemberitaan mencerminkan realitas di Istana Maimun. Pengelola juga perlu berkolaborasi dengan media, membuka akses liputan, dan meningkatkan kualitas fasilitas untuk mendukung citra positif yang akurat. Langkah ini penting untuk menjaga kepercayaan publik terhadap media dan pengelolaan destinasi wisata budaya.

Referensi

- @mwv.mystic. (2021). *Cagar Budaya Istana Maimun*. Twitter. https://x.com/mwv_mystic/status/1444254778490441741?s=46
- Anisa Suci Rahmawati, & Ferry Darmawan. (2022). Kredibilitas Pemberitaan Distribusi Vaksin Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 1(2), 107–114. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v1i2.491>
- Ariestyani, K., & Ramadhanty, A. (2022). Khalayak Media Sosial: Analisis Resepsi Stuart Hall Pada Kesehatan Seksual Orang Muda. *Konvergensi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 3(2), 266–277. <https://doi.org/10.51353/kvg.v3i2.704>
- Baharuddin, T., Sairin, S. S., Qodir, Z., Jubba, H., & Nurmandi, A. (2022). Partisipasi dan kepercayaan sosial daring: kebijakan vaksinasi COVID-19 di Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(1), 277–290.

- <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i1.3680>
- Chigora, F., Ndlovu, J., & Nyagadza, B. (2024). Building positive Zimbabwean tourism festival, event and destination brand image and equity: a systematic literature review. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2318867>
- Damstra, A., Boomgaarden, H. G., Broda, E., Lindgren, E., Strömbäck, J., Tsifti, Y., & Vliegenthart, R. (2021). What Does Fake Look Like? A Review of the Literature on Intentional Deception in the News and on Social Media. *Journalism Studies*, 22(14), 1947–1963. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1979423>
- Dede Yuyu, Cecep Suryana, E. D. (2024). Suara.com. *Annaba : Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 9(1), 23–42. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/annaba%0APeran>
- Dhamayanti, R. (2015). POLIGAMI DALAM FILM (ANALISIS RESEPSI AUDIENS TERHADAP ALASAN POLIGAMI DALAM FILM INDONESIA TAHUN Rahmalia Dhamayanti. *Komunitas*, 7(1), 37–44. <https://journals.ums.ac.id/index.php/komunitas/article/view/2447/1703>
- Dunk-West, P., & Saxton, K. (2024). Qualitative Social Research: Critical Methods for Social Change. *Qualitative Social Research: Critical Methods for Social Change*, 3(2), 1–105. <https://doi.org/10.4324/9781003316732>
- Dwiputra, K. O. (2021). Analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan Covid-19 di klikdokter.com. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 26–37. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3290>
- Ester, A., Syarifah, H., & ZA Zainurossalamia Saida. (2020). Pengaruh daya tarik wisata citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 145–153. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Etikasari, E., & Rambe, E. (2022). Strategi Komunikasi pemerintah Kota Medan dalam Pengembangan Pariwisata Istana Maimun. *An-Nadwah*, 28(2), 46–50. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/nadwah/article/view/13910>
- Falah, M. W., Nasrudin, Jayanti, Y., & Utami, S. (2013). RUMAH INDONESIA BERNUANSA “INDONESIA NEGARA 1000 BUDAYA” SEBAGAI SARANA INFORMASI SEKALIGUS UNTUK MEMPERKENALKAN BUDAYA INDONESIA PADA MASYARAKAT DI PERBATASAN. *Pekan Ilmiah Mahasiswa Nasional Program Kreativitas Mahasiswa - Gagasan Tertulis (PIMNAS PKM-GT)*, 1–10. <https://www.neliti.com/publications/169811/rumah-indonesia-bernuansa-indonesia-negara-1000-budaya-sebagai-sarana-informasi>
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2021). *KOMUNIKASI MASSA* (1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media. www.google.com
- Haryanti, A., & Ratna Sari, S. D. S. (2018). Analysis of Audience Reception on Youtube Towards Anti Cyberbullying Video Campaign in the Cyber Bully By Cameoproject. *Social Economics and Ecology International Journal (SEEIJ)*, 2(1), 57–63. <https://doi.org/10.31397/seeij.v2i1.20>
- Heim, S., Chan-Olmsted, S., Fantapié Altobelli, C., Fretschner, M., & Wolter, L. C. (2023). Exploring Trust in Media Brands Today: Definition, Dimensions and Cross-national Differences. *JMM International Journal on Media Management*, 25(1–2), 59–89. <https://doi.org/10.1080/14241277.2024.2336266>
- Laksono, P. (2019). KUASA MEDIA DALAM KOMUNIKASI MASSA Kata kunci. *Jurnal Al-Tsiqoh(Dakwah Dan Ekonomi)*, 4(2), 49–61. <https://core.ac.uk/download/pdf/288203186.pdf>
- Luekveerawattana, R. (2024). Enhancing innovation in cultural heritage tourism: navigating external factors. *Cogent Social Sciences*, 10(1).

- <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2301813>
- Malik, M. A. (2012). Academic Research International. Part II. *Academic Research International*, 2(1).
- Meilasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color.” *Journal Komunikasi*, 11(1), 1–8. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/index>
- Milenia, V. P., & Pamungkas, W. A. (2019). Eksistensi Citra Budaya Jawa-Eropa Perkampungan Kauman di Era Modernisasi. *Prosiding Seminar Nasional Desain Sosial*, 180–184.
- Nilsson, K., Egan Sjölander, A., & Landstedt, E. (2023). No clear connections: a study of the association between news media use, public trust, and Swedish social services. *European Journal of Social Work*, 0(0), 1–14. <https://doi.org/10.1080/13691457.2023.2266588>
- Perdana, D. D. (2020). Reception Analysis of Related Audience by Watching “Sexy Killers” the Documentary Film. *Atlantis Press SARL*, 423(October 2019), 86–98. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200325.009>
- Puspitasari, M., & Abidin, S. (2024). Pengaruh Kredibilitas Berita Dan Jenis Berita Pada Konten Insragram @Batamnewsonline Terhadap Tingkat Kepercayaan Followers. *Scientia Journal*, 6(2), 1–10. <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v6i2.8322>
- Rizki Lubis, M. (2023). Strategi Peningkatan Pelayanan Istana Maimun Sebagai Warisan Budaya Melayu. *Tourism, Hospitality And Culture Insights Journal*, 3(1), 41–47. <https://doi.org/10.36983/thcij.v3i1.439>
- Rončáková, T. (2022). The image of Christian churches in the Slovak and Czech media during the first wave of the Covid-19 pandemic. *Church, Communication and Culture*, 7(1), 127–153. <https://doi.org/10.1080/23753234.2022.2036622>
- Santoso, P. (2016). KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA. *Al-Balagh*, 1(1), 30–48. <https://core.ac.uk/download/pdf/266976993.pdf>
- Schaefer, S. M. (2023). The corporate social media creep. *Culture and Organization*, 29(2), 124–138. <https://doi.org/10.1080/14759551.2022.2153129>
- Setiadi, T. (2023). Manajemen Corporate Image melalui Media Sosial: Studi Literatur tentang Citra Perusahaan dan Perkembangan Teknologi Media. *Jurnal Representamen*, 9(01), 18–30. <https://doi.org/10.30996/representamen.v9i01.8380>
- Sitorus, R. R., & Tambun, S. (2023). Pelatihan riset kualitatif bidang akuntansi dengan perangkat lunak NVivo pada prodi magister akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha. *Ruang Cendekia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 13–21.
- Strömbäck, J., Tsfati, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R., & Lindholm, T. (2020). News media trust and its impact on media use: toward a framework for future research. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 139–156. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1755338>
- Walulya, G., & Selnes, F. N. (2023). “I thought You Are Beautiful”: Uganda Women Journalists’ Tales of Mob Violence on Social Media. *Digital Journalism*, 11(10), 1962–1981. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2170899>