

BAB 5

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah didapatkan dan dibahas pada bab sebelumnya. Bagian ini juga akan membahas mengenai implikasi dan rekomendasi penelitian yang telah peneliti lakukan ini terhadap pihak-pihak terkait.

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Kesimpulan Umum

Kesimpulan umum yang terdapat pada penelitian ini adalah diketahui bahwa pengelolaan pemanfaatan media sosial *Instagram* Museum Geologi Bandung jika dianalisis berdasarkan aspek *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage* sudah sesuai dan baik. Selain itu, berdasarkan jenis konten dan fitur promosi yang diunggah pada media sosial *Instagram* Museum sudah cukup jelas dan dapat memenuhi kebutuhan informasi dari pengikutnya, sehingga informasi yang dimiliki oleh museum dapat tersampaikan dengan baik kepada pengikutnya di media sosial *Instagram*, hal ini juga tentunya sangat baik dalam mendukung kegiatan promosi dari museum geologi itu sendiri.

5.1.2 Kesimpulan khusus

Pertama, pengelolaan pemanfaatan media sosial *Instagram* Museum Geologi Bandung berdasarkan aspek *share* dan *optimize* diketahui bahwa Geologi memanfaatkan akun Media Sosial *Instagram* @museum_geologi sebagai media promosi sudah cukup lama yaitu dimulai pada tahun 2016, dimana pada tahun tersebut, media sosial *Instagram* memang sedang ramai digunakan oleh masyarakat. Dari fenomena tersebut, pihak museum mengambil kesempatan untuk menjadikan media sosial *Instagram* sebagai media promosi dan penyampaian informasi secara cepat kepada masyarakat. Kemudian pada aspek *manage*, pihak museum juga memperhatikan beberapa strategi

khususnya pada pembuatan konten, yaitu memperhatikan waktu atau jam unggah konten, memperhatikan jenis konten, dan memperhatikan *layout* dari *feeds Instagram @museum_geologi*. Hal ini dilakukan untuk mencapai target yang dimiliki oleh pihak museum yaitu agar dapat menyampaikan informasi dengan baik kepada masyarakat, mencapai akun yang *verified*, dan *followers Instagram* museum dapat terus bertambah. Dari hasil penelitian ini juga diketahui bahwa pihak museum rutin setiap bulannya mengadakan evaluasi dan monitoring terhadap *insight, followers, traffic* postingan serta *likes* yang didapatkan. Kemudian dari sisi *followers* juga memiliki penilaian terhadap pemanfaatan media sosial *Instagram* Museum Geologi Bandung dimana menjelaskan bahwa Museum Geologi Bandung sudah baik dalam memanfaatkan media sosial *Instagram* pada konten maupun fitur yang terdapat di dalamnya. Serta pada aspek *engage* Museum Geologi Bandung juga melakukan kerja sama dengan berbagai pihak yang terkait dalam melakukan kegiatan promosi agar *engagement* dan pengikut dari media sosial *Instagram* Museum Geologi dapat meningkat.

Kedua, museum geologi mengunggah konten *Instagram* dengan baik yaitu dengan mengunggah tiga jenis konten yaitu konten informasi, konten hiburan, dan konten remunerasi. Konten informasi digunakan pihak museum dalam mengunggah informasi-informasi penting terkait museum geologi seperti jam buka, harga tiket, *event*, serta koleksi yang terdapat di Museum Geologi Bandung. Kemudian untuk informasi hiburan, museum mengunggah foto maupun video yang unik, lucu, serta tidak kaku, guna menarik masyarakat umum untuk berkunjung ke Museum. Selain itu, pihak museum juga memanfaatkan jenis konten remunerasi untuk menawarkan penawaran menarik seperti mengadakan *event gratis, doorprice, dan giveaway* dalam mempromosikan kegiatan yang terdapat di dalamnya.

Ketiga, Museum Geologi Bandung memanfaatkan beberapa fitur promosi dalam kegiatan mempromosikan kegiatan maupun koleksi yang terdapat di dalamnya yaitu melalui fitur unggah foto dan video, memanfaatkan fitur komentar dan *Direct Messages* dalam menjawab pertanyaan pengikutnya, memanfaatkan fitur *caption*

dalam menjelaskan isi konten yang diunggah. Memanfaatkan fitur *Instagram Stories* dalam mengunggah *live report* kegiatan museum, dan memanfaatkan fitur lainnya seperti *filter*, *collab*, dan *live ig* yang dapat mendukung kegiatan promosi museum Geologi Bandung.

5.2 Implikasi

Hasil dari penelitian ini peneliti harapkan dapat memberikan implikasi yang positif kepada Museum Geologi Bandung dalam melaksanakan kegiatan promosi melalui media sosial Instagram baik itu dari konten yang diunggah maupun fitur promosi *Instagram* yang digunakan oleh pihak Museum Geologi Bandung itu sendiri. Hal ini berguna agar informasi terkait layanan, koleksi, maupun kegiatan yang dimiliki oleh Museum Geologi dapat tersampaikan dengan baik kepada pengikutnya sehingga nantinya pengikut dari media sosial *Instagram* Museum Geologi dapat tertarik untuk berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh Museum Geologi Bandung serta tertarik untuk berkunjung langsung ke Museum Geologi Bandung. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi tolak ukur keberhasilan Museum Geologi Bandung dalam mengelola media sosial *Instagram* dalam mempromosikan kegiatan, koleksi, maupun informasi yang dimiliki.

5.3 Rekomendasi

Dari hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan terkait pemanfaatan media sosial *Instagram @Museum_Geologi* sebagai media promosi museum geologi bandung terdapat beberapa rekomendasi peneliti kepada beberapa pihak terkait yaitu antara lain:

a) Bagi Pihak Museum Geologi

Peneliti merekomendasikan kepada pihak Museum Geologi Bandung untuk terus mengembangkan dan memaksimalkan pemanfaatan media sosial *Instagram* dalam melakukan kegiatan promosi, baik itu dari konten maupun fitur yang digunakan. Pihak museum dapat memperbanyak mengunggah konten-konten yang lebih menarik serta memperlihatkan segmentasi konten

pada *feeds Instagram*, agar memudahkan pengikutnya dalam mencari informasi yang dibutuhkan. lalu dalam memanfaatkan fitur promosi dapat memaksimalkan penggunaan fitur lainnya yang belum digunakan dalam mendukung kegiatan promosi Museum.

- b) Bagi pengunjung museum dan pengikut media sosial *Instagram* museum
 Peneliti merekomendasikan kepada pengunjung museum dan pengikut media sosial *Instagram* museum dapat membantu pihak museum dalam mempromosikan kegiatan, koleksi, dan informasi yang dimiliki dengan cara membagikan postingan konten museum kepada kerabat terdekat maupun kepada orang yang dikenal. Kemudian, peneliti juga merekomendasikan pengunjung museum dan pengikut media sosial *Instagram* dapat lebih terbuka terhadap museum jika ada hal-hal yang perlu dievaluasi oleh pihak museum dalam mengelola media sosial *Instagram* sebagai media promosi museum.
- c) Bagi Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi
 Peneliti merekomendasikan kepada Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi untuk dapat memperbanyak kajian serta penelitian mengenai manajemen museum dan juga teknologi media agar dapat memudahkan penelitian selanjutnya dalam menganalisis teori yang serupa.
- d) Bagi peneliti selanjutnya
 Peneliti merekomendasikan kepada peneliti selanjutnya untuk menambahkan kekurangan yang terdapat pada penelitian ini yaitu terkait fitur *Instagram* yang dianalisis pada penelitian ini belum secara keseluruhan, peneliti disini hanya menganalisis fitur promosi pada *Instagram* saja, sedangkan pada Instagram, masih terdapat fitur-fitur lain di dalamnya. Sehingga diharapkan peneliti selanjutnya dapat menganalisis pemanfaatan fitur media sosial *Instagram* museum ini lebih detail lagi serta dapat menganalisisnya pada museum-museum lainnya yang terdapat di seluruh dunia.