

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi konten Instagram @museum\_mandiri dalam membangun minat berkunjung ke Museum Mandiri, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi konten Instagram @museum\_mandiri dijalankan melalui perencanaan konten yang sistematis. Proses perencanaan dimulai dari penyesuaian agenda museum, penentuan tema, pemilihan format konten, hingga diskusi terkait visual dan narasi sebelum konten dipublikasikan. Perencanaan ini melibatkan kolaborasi lintas divisi, seperti media sosial, marketing, serta pengembangan program dan edukasi, sehingga konten yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga akurat secara informasi dan selaras dengan nilai institusi. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan sebagai media komunikasi strategis, bukan sekadar saluran publikasi.
2. Museum Mandiri secara konsisten membangun representasi nilai, pesan, dan citra museum melalui konten Instagram. Nilai yang ditampilkan adalah museum sebagai ruang edukasi yang modern, informatif, inklusif, dan menyenangkan. Citra tersebut dibangun melalui penggunaan gaya bahasa yang santai, visual yang tidak kaku, kehadiran talent yang ramah, serta pendekatan promosi yang bersifat *soft selling*. Strategi ini berhasil menggeser pandangan audiens bahwa museum bukan hanya tempat belajar yang membosankan, melainkan juga ruang rekreasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, khususnya bagi generasi muda.
3. Strategi pengemasan konten edukasi dan sejarah dilakukan dengan penyederhanaan pesan tanpa menghilangkan nilai edukatifnya. Materi sejarah yang kompleks diringkas dan disesuaikan dengan karakter audiens Instagram melalui bahasa yang ringan, naratif, serta dikaitkan dengan isu

atau fenomena yang dekat dengan audiens. Pemanfaatan program museum seperti tur, pameran, dan kegiatan edukasi sebagai bahan konten juga memperluas fungsi Instagram sebagai perpanjangan ruang edukasi museum di ranah digital.

4. Pemanfaatan fitur Instagram seperti *feeds*, *reels*, *stories*, *highlight*, dan *direct message* dilakukan secara optimal dan saling melengkapi. *Feeds* berfungsi sebagai etalase identitas visual museum, *reels* digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, *stories* dimanfaatkan untuk membangun interaksi dan kedekatan, *highlight* berperan sebagai pengelompokan informasi penting, sedangkan DM menjadi sarana komunikasi personal dengan audiens. Kombinasi pemanfaatan fitur ini memperkuat distribusi pesan dan meningkatkan keterlibatan audiens.
5. Respons dan pemaknaan audiens terhadap konten Instagram @museum\_mandiri bersifat aktif dan beragam. Audiens tidak hanya memberikan *likes*, tetapi juga berinteraksi melalui komentar, DM, serta membagikan ulang konten. Penelitian ini menemukan adanya perbedaan pemaknaan antara pesan yang di-*encode* oleh pihak museum dan cara audiens menafsirkan konten, khususnya pada konten edukasi. Namun, perbedaan tersebut bagian dari proses komunikasi yang dinamis dan dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi untuk konten berikutnya.
6. Strategi konten Instagram @museum\_mandiri terbukti berperan dalam mendorong minat berkunjung audiens. Konten yang menampilkan suasana museum, aktivitas pengunjung, *storytelling* koleksi, serta fakta unik dan cerita di balik gedung mampu membangun gambaran pengalaman berkunjung secara konkret. Pendekatan kreatif dan tidak kaku membuat audiens merasa penasaran dan terdorong untuk datang langsung.

Secara keseluruhan, jika dikaitkan dengan Teori Produksi dan Sirkulasi Makna Stuart Hall (1980), strategi konten Instagram @museum\_mandiri menunjukkan proses komunikasi yang mengikuti trend, mulai dari produksi makna (*encoding*), sirkulasi pesan melalui Instagram, pemaknaan audiens

(*decoding*), hingga evaluasi dan reproduksi makna. Proses inilah yang menjadi dasar terbentuknya minat berkunjung audiens terhadap Museum Mandiri.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Praktis

Bagi pengelola Museum Mandiri, disarankan untuk terus mempertahankan perencanaan konten yang sistematis dan adaptif terhadap perkembangan tren media sosial. Evaluasi berbasis respons audiens sebaiknya dilakukan secara terstruktur agar perbedaan pemaknaan audiens dapat diantisipasi sejak tahap perencanaan konten. Selain itu, Museum Mandiri dapat memperkuat konten interaktif dan *storytelling* berbasis pengalaman pengunjung, karena jenis konten tersebut terbukti efektif dalam menumbuhkan minat berkunjung.

Museum Mandiri juga disarankan untuk mengembangkan variasi konten edukasi yang lebih partisipatif, misalnya melalui kuis, tantangan interaktif, atau kolaborasi dengan komunitas dan kreator konten, tanpa menghilangkan nilai edukatif dan identitas museum.

### 5.2.2 Saran Akademis

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk mengkaji strategi konten media sosial museum atau institusi budaya lainnya dengan pendekatan teori komunikasi, khususnya teori produksi dan sirkulasi makna. Penelitian lanjutan dapat memperluas fokus pada perspektif audiens secara langsung, misalnya melalui wawancara atau survei pengunjung, sehingga proses *decoding* makna dapat digali lebih mendalam.

Selain itu, penelitian selanjutnya dapat membandingkan strategi konten Instagram dengan platform media sosial lain, seperti TikTok atau YouTube, untuk melihat perbedaan efektivitas strategi komunikasi digital dalam membangun minat berkunjung.