

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengelolaan media *Instagram* Pada *Museum Gedung Juang 45* Bekasi Di Era *New Normal* Pandemi Covid. Penelitian ini menggunakan teori social media marketing Gunelius (2011) terdiri dari *Read, Create, Share Discuss* sebagai berikut :

1. *Read*

Pengelolaan dalam proses membuat konten *Museum Gedung Juang45* Bekasi memiliki tim dan tidak bisa dilakukan asal-asalan agar bisa mendapatkan hasil yang optimal dan menarik. Melalui diskusi terkait konten lalu di ajukan sudah di *approve* baru *upload*. Riset yang dilakukan yaitu target *audiens*, *template* konten taktik konten yang lebih *efisien* dan disukai oleh sasaran *audiens*. Format dan tipe konten yang tepat untuk menarik perhatian, membuat mereka terkesan dan turut menyebarkan konten tersebut. Menjaring topik atau perbincangan yang sedang jadi tren hangat di tengah masyarakat, terutama sasaran *audiens*. Konten yang menarik minat pengunjung seperti acara-acara yang dilakukan *Museum Gedung Juang 45* Bekasi seperti *festival, bazaar* dan *video reels* di *Instagram*. Hambatan dalam pembuatan konten yang menarik segi gaya ide dari isi konten dan gaya bahasa yang menarik *simple* dan padat.

2. *Create*

Pengelolaan konten yang disajikan *Museum Gedung Juang 45* menarik perhatian dari *template*, warna dan gambar. Banyak *like* yang di dapat dari konten foto dan *video*. Cara *Museum Gedung Juang 45* mengetahui bahwa konten tersebut menarik dari jumlah *like* yang didapati di konten foto dan *video*. Dalam pembuatan konten *Museum Gedung Juang 45* diunggah secara konsisten. isi pesan konten *Museum Gedung Juang 45* bersifat jujur dan dapat dipercaya.

Follower museum Gedung juang 45 Bekasi merespon positif dan interaksi terkait konten yang disajikan *Museum* Gedung Juang 45 Bekasi.

3. *Share*

Pengelolaan konten-konten *Museum* Gedung Juang 45 dibagikan dalam *Instagram* seperti foto dan *video reels* kunjungan sekolah, kunjungan kerja Pengunjung membagikan moment saat mengunjungi dan *tag museum* Gedung Juang45 Bekasi.

4. *Discuss*

Pengelolaan isi konten *museum* Gedung Juang 45 memperingati hari-hari besar, acara-acara yang dilakukan *museum*. Pembuatan konten tidak semua menggunakan bahasa kekinian, konsep menggunakan bahasa kekinian mengikuti tren tapi tetap dalam kesopanan sebagai bentuk strategi pemasaran. Konten ucapan hari-hari penting yang disajikan museum hari anak santri, idul fitri, hari batik dan konten video museum Gedung Juang 45 menarik *followers*.

5.2 Saran

Saran berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dijabarkan pada bab sebelumnya maka peneliti akan merekomendasikan atau memberi saran sebagai berikut :

1. Alangkah lebih baik jika personil pada tim penyusun dokumentasi dan publikasi museum Gedung Juang 45 ditambah. Agar dalam pengelolahan akun media sosial yang dimiliki *Museum* Gedung Juang 45 akan lebih efektif . Dengan adanya penambahan personil maka diharapkan dapat meminimalisir kesalahan karena adanya konten yang tidak terunggah, serta meminimalisir kesalahan dalam menanggapi respon yang diberikan oleh orang lain terhadap unggahan konten yang diunggah oleh akun media sosial milik *museum* Gedung juang 45.
2. Sebagai upaya mempromosikan dan mempublikasikan akun media sosial milik *Museum* museum Gedung Juang 45 menjalin kerjasama dengan akun-akun media lain yang memiliki pengaruh besar diharapkan dapat menjadi pilihan yang

tepat untuk meningkatkan jumlah pengikut akun media sosial museum Gedung juang 45. Dengan adanya peningkatan jumlah pengikut pada akun media sosial yang telah dimiliki oleh *Museum* Gedung Juang 45 maka hal yang terjadi berikutnya adalah adanya peningkatan rasa ingin tahu orang lain terhadap Museum Gedung Juang 45 sehingga mereka akan berbondong-bondong untuk datang berkunjung langsung ke *Museum* Gedung Juang 45.

