

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Setelah dilakukan penelitian dan analisis data yang mengacu pada pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian, maka diperoleh hasil temuan pada Strategi Pemasaran Museum Bank Indonesia yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Museum Bank Indonesia ingin menyampaikan pesan kepada pengunjung mengenai penguatan makna museum sebagai *living culture* dan *living monument*. *Living Monument* yang dimaksud oleh Museum Bank Indonesia adalah segala hal yang berkaitan dengan ingatan seseorang terkait dengan Bank Sentral Indonesia dan *Living Culture* yang dimaksud adalah mengacu pada praktik, representasi, pengetahuan, dan keterampilan budaya yang diwariskan antar generasi berkaitan dengan alat tukar (uang).
2. Museum Bank Indonesia telah merancang strategi pemasaran sosial yang fokus pada kegiatan edukasi, komunikasi, pengelolaan museum secara umum, pengelolaan koleksi, jejaring, dan tata pameran. Prioritas utama dalam strategi ini adalah pengelolaan koleksi dan tata pameran guna memperkuat upaya edukasi masyarakat mengenai sejarah bank sentral. Melalui pelaksanaan strategi ini, Museum Bank Indonesia telah berhasil

menjalankan pengelolaan koleksi dan tata pameran dengan baik, menciptakan wadah yang efektif untuk menyampaikan kebijakan Bank Indonesia kepada masyarakat.

Strategi komunikasi tidak hanya berfokus pada isi pesan, namun juga pada pelaksanaan pesan. Diibaratkan seperti perangkap tikus yang lebih baik, jika tidak ada yang mengetahuinya, hal itu tidak akan membawa perubahan perilaku. Untuk menarik perhatian, struktur pesan harus didasarkan pada sikap awal penerima, motivasi mengolah pesan, dan kemampuan penerima. Komunikasi terjadi melalui berbagai media. Hal yang baik tentang prinsip persuasi Cialdini adalah prinsip tersebut dapat diterapkan pada saluran interpersonal dan media. Dan mereka berhasil. Daya tarik ancaman dan daya tarik insentif yang berlawanan merupakan pesan utama dari sebagian besar strategi komunikasi yang bertujuan mengubah perilaku individu, termasuk pengunjung, kurator, konservator, staf hubungan masyarakat, dan administrator museum. Namun, seruan ini harus disertai dengan kesempatan untuk mengadopsi perilaku tersebut, sebaiknya dalam lingkungan fisik, sosial, dan peraturan yang mendukung.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh peneliti, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Museum Bank Indonesia diharapkan dapat meningkatkan strategi pemasaran sosial agar pesan-pesan yang ingin disampaikan kepada pengunjung lebih bisa tersampaikan dengan baik.
2. Dalam kesimpulan peneliti, Museum Bank Indonesia telah memenuhi enam prinsip persuasif dari Cialdini, namun diharapkan Museum Bank Indonesia meningkatkan prinsip komitmen dan konsistensi dalam kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh Museum Bank Indonesia.
3. Diharapkan Museum Bank Indonesia meningkatkan fasilitas *photobooth* dengan memperhatikan hasil dari foto tersebut, sehingga tercipta kesan yang lebih menyatu antara latar belakang foto dengan pengunjung, serta tingkatkan untuk toko souvenir, agar pengunjung lebih tertarik untuk membeli souvenir yang ada dalam Museum Bank Indonesia.