

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai dampak postingan media sosial Instagram Museum Sonobudoyo terhadap minat berkunjung pengguna Instagram ke pameran temporer Abhinaya Karya 2023, dapat disimpulkan tiga hal penting. Pertama, Museum Sonobudoyo memanfaatkan media sosial Instagram secara optimal di pameran Abhinaya Karya 2023. Hal tersebut dapat dilihat dari kerja sama dengan beberapa akun Influencer yang memiliki pengaruh dalam opini publik, selain itu Museum Sonobudoyo juga memanfaatkan event organizer sebagai upaya mengoptimalkan media sosial Instagram agar konten yang diunggah pada media sosial tersebut dapat menarik minat masyarakat.

Kedua, Museum Sonobudoyo membagi promosi Abhinaya Karya menjadi tiga tahap yaitu sebelum pelaksanaan, saat pelaksanaan, dan sesudah pelaksanaan. pembagian promosi ini agar fase selama pameran temporer berlangsung mendapatkan perhatian maksimal dari publik. Tahap sebelum pelaksanaan bertujuan untuk menarik minat dan membangunn antusiasme, tahap saat pelaksanaan bertujuan untuk mempromosikan pameran yang sedang berlangsung, tahap pasca pelaksanaan bertujuan untuk memberikan kesan setelah acara selesai, sehingga membuat keterlibatan yang berkelanjutan dengan audiens.

Terakhir, berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa hubungan antara postingan Instagram Museum Sonobudoyo saat pameran

Abhinaya Karya 2023 memberikan dampak yang positif terhadap minat berkunjung pengguna Instagram, hal ini menunjukkan bahwa media sosial, terutama Instagram memiliki peran penting dalam menarik minat pengunjung ke pameran temporer Museum Sonobudoyo

5.2 Saran

Keterbatasan penelitian ini adalah kurangnya data pembandingan dengan pameran tetap Museum Sonobudoyo, sehingga hasil penelitian belum mampu memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai efektivitas promosi di Instagram terhadap berbagai jenis pameran di Museum. Selain itu, penelitian ini hanya berfokus pada satu platform media sosial yaitu Instagram, sementara platform media sosial lainnya tidak begitu difokuskan.

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan agar dapat melakukan perbandingan antara pameran temporer yang lain dalam lingkup tahun yang sama guna mengidentifikasi perbedaan tema, strategi promosi, dan respons pengunjung. Penelitian juga dapat memperluas cakupan dengan mengkaji perilaku pengunjung digital yang hanya mengakses koleksi secara online, serta menganalisis pengaruh influencer terhadap tingkat kunjungan ke Museum Sonobudoyo. Variasi konten media sosial yang lebih inovatif juga diharapkan dapat meningkatkan minat dan keterlibatan aksesibilitas museum secara berkelanjutan.