

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Museum Dewantara Kirti Griya melakukan pemanfaatan Instagram sebagai sarana promosi di masa Pandemi Covid-19 dengan cara membuat konten berbentuk infografis dan video sebagai cara mempromosikan museum dan kegiatan museum. Konten tersebut digunakan untuk mempromosikan museum dan kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh Museum Dewantara Kirti Griya selama masa Pandemi Covid-19.

Dalam pemanfaatannya, Museum Dewantara Kirti Griya melakukan pengelolaan dalam pembuatan konten. Pengelolaan tersebut melalui empat proses, yaitu proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan proses evaluasi. Proses tersebut dilakukan agar konten terencana dan tersampaikan dengan baik.

Selama pelaksanaan pengelolaan yang dilakukan duta museum dan edukator, terdapat bantuan dari Komunitas Cakra Dewantara, dan panitia *volunteer* untuk acara Pekan Dewantara. Panitia Pekan Dewantara membantu melakukan promosi saat pelaksanaan acara Pekan Dewantara. Komunitas Cakra Dewantara berkontribusi dalam pengelolaan konten mulai pertengahan pandemi hingga saat ini, sehingga proses pengelolaan menyesuaikan dengan adanya bantuan sumber daya manusia tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan untuk pihak-pihak terkait dengan penelitian, saran-saran sebagai berikut:

- a. Pemanfaatan Instagram dengan menggunakan konten sebagai media promosi harus direncanakan agar mendapatkan hasil yang maksimal dalam melakukan pemanfaatan. Seorang pengelola harus menerapkan tahapan pembuatan konten yang baik agar tujuan dari pemanfaatan Instagram tercapai. Penerapan fungsi manajemen dalam pengelolaan konten Instagram merupakan salah satu cara dalam mencapai tujuan dari pemanfaatan Instagram sebagai media promosi.
- b. Pihak pengelola konten Instagram Museum Dewantara Kirti Griya agar konsisten dalam melakukan pengelolaan konten, melakukan pendalaman proses evaluasi dilakukan lebih dalam, terutama dalam memanfaatkan *insight* Instagram tidak hanya dengan meninjau *followers*, namun *insight* postingan konten untuk ditinjau lebih sebagai bahan evaluasi konten yang dibuat. Fitur *insight* sangat membantu pengelola dalam memahami aktivitas *followers* terhadap konten yang dibuat. Hal tersebut akan membantu pembuatan konten yang lebih baik lagi kedepannya.
- c. Penerapan fungsi manajemen dalam pengelolaan konten Instagram yang dilakukan oleh Museum Dewantara Kirti Griya (*planning, organizing, actuating, controlling*) dapat diterapkan dalam pengelolaan konten Instagram untuk berbagai jenis sektor.

Daftar Pustaka

Buku

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi* (M. Lettucia, Ed.). AE Publishing.
- Arikunto, S. (1996). *Pengelolaan Kelas dan Siswa : Sebuah Pendekatan Evaluatif* (1st ed., Vol. 1). Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, S. (2016). *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing* (Sobirin, Ed.). Celebes Media Perkasa.
- Irwan, Latif, A., Mustanir, A., & Sellang, K. (2021). *Pendekatan Partisipatif: Implementasi Perencanaan Pembangunan* (St. H. Mansyur, Irmawati, & Adnan, Eds.). Penerbit Media Sains Indonesia.
- Isbaniah, F. (2020). Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease (COVID-19). *Germas*, 0–115.
- Kjell H. Landsverk. (2014). *The Instagram Handbook: 2014 Edition*. PrimeHead Limited.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management, Millenium Edition* (Phoenix University). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education.
- Krisnawati, A., Simarmata, N. I. P., Kato, I., Antikasari, T. W., Surya, C. M., Silitonga, H. P., Banjarnahor, A. R., Purba, S., Prasetyo, A., Sugiarto, M., & Anggusti, M. (2021). *Dasar-Dasar Ilmu Manajemen* (A. Karim & J. Simarmata, Eds.). Yayasan Kita Menulis.
- Manullang, M. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen* (1st ed.). Gadjah Mada University Press.
- Mas'udi, W., & Winanti, P. S. (Eds.). (2020). *New Normal: Perubahan Sosial Ekonomi dan Politik Akibat Covid-19*. Gadjah Mada University Press.
- Miller, B. C. (2012). *Quick Brainstorming Activities for Busy Managers*. AMACOM.
- Morrisan. (2008). *Manajemen Public Relations* (1st ed., Vol. 1). Kencana Media Group.
- Musman, A. (2021). *Copy Writing*. Quadrant.
- Neolaka, A. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik Untuk Perkuliahan, Penelitian Mahasiswa Sarjana, dan Pascasarjana*. Remaja Rosdakarya.

- Ruyatnasih, Y., & Megawati, L. (2018). *Pengantar Manajemen* (2nd ed.). CV ABSOLUTE MEDIA.
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif* (1st ed.). Pustaka Ramadhan.
- Saragih, L., Girsang, R. M., Munthe, R. N., Sipayung, T., Simatupang, P., Napitu, R., & Sinurat, A. (2022). *Dasar Dasar Manajemen* (S. Purba & J. Simarmata, Eds.). Yayasan Kita Menulis.
- Sudaryana, B., & Agusiady, H. R. R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sule, E. T., & Saefullah, K. (2019). *Pengantar Manajemen* (12th ed.). Prenada Media Group.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. PT Buku Seru.
- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan - Instagram* (1st ed.). Deepublish.
- Widiastuti, R. N. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah* (K. L. Widyasari, F. S. Nurana, A. L. Sulasmi, Rokayah, N. E. Sinuraya, Lestari, & S. Chodijah, Eds.). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Yusuf, M. A. (2017). *Metode penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (1st ed.). Kencana.

Jurnal dan Skripsi

- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal BRAND*, 2(1): 123-130. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>
- Anggraini, D. T. (2021). Upaya Pemulihan Industri Pariwisata Dalam Situasi Pandemi Covid-19. *Jurnal Pariwisata* 8(1): 22-31. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>
- Asmara, D. (2019). Peran Museum dalam Pembelajaran Sejarah. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial-Humaniora*, 2(1), 10-20. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v2i1.707>
- Ellison, E. (2017). The #AustralianBeachspace Project: Examining Opportunities for Research Dissemination Using Instagram. *M/C Journal*, 20(4). <https://doi.org/10.5204/mcj.1251>
- Gunawan, R., Aulia, S., Supeno, H., Wijanarko, A., Uwiringiyimana, J. P., Mahayana, D., & Teknik, S. (2020). Adiksi Media Sosial dan Gadget bagi Pengguna Internet di

- Indonesia. *Jurnal Techno-Socio Ekonomika*, 14(1): 1-14.
<https://doi.org/10.32897/techno.2921.14.1.544>
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21.
<https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Mafulla, D., Hestianah, S., Kholik, A., Tinggi, S., Darul, I. E., & Mojokerto, F. (2021). Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Promosi Online Kawasan Wisata Pacet Mojokerto Sudiah Hestianah. *El-Idaarah*, 1(2), 1–8.
<https://jurnal.stiedarulfalahmojokerto.ac.id/index.php/Jurnal-el-Idhara>
- Mahardika, E., Gilang, G., Aji, S. I. P., & Si, M. (2018). Implementasi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Promosi Pariwisata (Studi Kasus Pada Kota Wisata Batu). *Commercium*, 1(2): 1–4.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/26051>
- Nabila, Z., Rahman Isnain, A., & Abidin, Z. (2021). Analisis Data Mining Untuk Clustering Kasus Covid-19 di Provinsi Lampung dengan Algoritma K-Means *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 2(2), 100.
<http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTISI>
- Nielsen. (2018). *CONNECTED COMMERCE*.
- Nielsen. (2020). *Race Against COVID-19: A Deep Dive on How Indonesian Consumers Are Reacting to the Virus*.
- Pratiwi, D. K. (2021). Inovasi Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Penanganan Covid-19 di Indonesia. *Amnesti Jurnal Hukum*, 3(1), 37–52.
<https://doi.org/10.37729/amnesti.v3i1.929>
- Rizal, M., Afrianti, R., & Abdurahman, I. (2021). Dampak Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) bagi Pelaku Bisnis Coffe shop pada Masa Pandemi Terdampak COVID-19 di Kabupaten Purwakarta. *Inspirasi*, 12(1).
<https://doi.org/10.35880/inspirasi.v11i1.198>
- Sulthan, M. (2017). Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Purbalingga (Studi Pada Analisis Komunikasi Pariwisata Berbasis Digital). *Prosiding Seminar dan Call for Paper*, 215-224.
- Yunia, D., Gandakusumah, N. S. S., Zahra, N. S., Musdalifah, Fajrianti, F., Putra, H. D., Ashri, F., & Qunnisa, I. (2021). Meningkatkan kewaspadaan masyarakat terhadap Covid-19 pada masa PPKM di Kelurahan Cibodasari. *Panrannuangku Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 44–50. <https://doi.org/10.35877/panrannuangku487>
- Yusuf, M. A., Ibrahim, N., & Kurniawati. (2018). Pemanfaatan Museum Sebagai Sumber Belajar Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Visipena*, 9(2), 215–235.

Wawancara

Swadeshi, Ahimsa W. 2022, Duta Museum Dewantara Kirti Griya 2020, *Wawancara Penelitian Tugas Akhir Mengenai Pemanfaatan Instagram Museum Dewantara Kirti Griya Sebagai Media Promosi di Masa Pandemi Covid-19*, Selasa, 5 April 2022 pukul 11.30, di Museum Dewantara Kirti Griya.

Diah, Aulia Rachma, 2022, Duta Museum Dewantara Kirti Griya 2022, *Wawancara Penelitian Tugas Akhir Mengenai Pemanfaatan Instagram Museum Dewantara Kirti Griya Sebagai Media Promosi di Masa Pandemi Covid-19*, Selasa, 30 Maret 2022 pukul 11.30, di Museum Dewantara Kirti Griya.

Novitasari, Candra Daty. 2022, edukator, *Wawancara Penelitian Tugas Akhir Mengenai Pemanfaatan Instagram Museum Dewantara Kirti Griya Sebagai Media Promosi di Masa Pandemi Covid-19*, Jum'at, 15 April 2022 pukul 08.30, via Zoom Meeting.

Website dan Media Sosial

Museum Dewantara Kirti Griya. 25 Oktober 2021. *Feeds Instagram @museumdewantara Museum Dewantara Kirti Griya.* <https://www.instagram.com/museumdewantara>.

Museum M Pangeran Diponegoro. 25 Oktober 2021. *Feeds Instagram @museum_diponegoro Museum M Pangeran Diponegoro.* https://www.instagram.com/museum_diponegoro.

Museum Jenderal Besar Sudirman. 25 Oktober 2021. *Feeds Instagram @museumsudirman Museum Jenderal Besar Sudirman.* <https://www.instagram.com/museumsudirman>.

