

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi humas dalam pelayanan informasi kepada publik melalui Instagram @sonobudoyo Museum Sonobudoyo Yogyakarta, disimpulkan bahwa setiap tahapan strategi komunikasi yang mencakup *fact finding, planning, action and communication, dan evaluation* sudah dijalankan secara terstruktur, adaptif, dan kolaboratif namun tetap menghadapi tantangan tertentu yang perlu menjadi perhatian ke depan.

Kolaborasi antara Divisi Bimbingan Informasi dan Preparasi dengan pihak vendor telah menghasilkan perencanaan konten yang berbasis agenda institusi dan tren media sosial, meskipun pendekatan terhadap riset audiens masih bersifat terbatas. Strategi penyampaian pesan melalui caption dan visual juga telah disesuaikan dengan karakter target audiens, di mana gaya formal dan edukatif digunakan pada feed post, sementara pendekatan yang lebih santai dan eye catching diadopsi pada reels untuk menjangkau generasi muda. Namun demikian, pengelolaan konten masih menghadapi tantangan dalam penentuan prioritas unggahan, yang berdampak pada konsistensi dan efektivitas penyampaian pesan.

Di sisi lain, interaksi dengan audiens dilakukan secara aktif melalui kolom komentar dan DM, meskipun masih terbatas pada ruang digital tanpa melibatkan interaksi langsung di lapangan. Evaluasi strategi dilakukan secara rutin melalui rapat internal dan analisis insight Instagram sebagai dasar pengembangan

komunikasi ke depan. Secara keseluruhan, strategi komunikasi humas di Instagram telah berjalan secara kolaboratif dan berorientasi pada audiens, namun masih perlu penguatan pada aspek kurasi konten dan riset audiens yang lebih terstruktur. Dengan penguatan di area tersebut, Museum Sonobudoyo berpotensi menjadi institusi budaya yang tidak hanya informatif, tetapi juga komunikatif dan relevan dalam perkembangan digital masa kini.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai bentuk kontribusi terhadap pengembangan strategi komunikasi di Museum Sonobudoyo. Pertama, disarankan agar Museum Sonobudoyo dapat menguatkan sistem prioritas pengunggahan konten dengan mengembangkan sistem kurasi konten yang lebih terstruktur dan berbasis urgensi informasi serta kebutuhan aktual audiens. Kedua, perlu melakukan riset audiens yang lebih sistematis dan berbasis data untuk mengetahui secara mendalam karakteristik, minat, dan perilaku pengguna media sosial. Ketiga, perlu memaksimalkan fungsi evaluasi bukan hanya sebagai laporan performa, tetapi juga sebagai dasar inovasi konten dan strategi komunikasi yang lebih berorientasi pada audiens serta selaras dengan dinamika media sosial Instagram masa kini. Akhirnya, peneliti menyarankan agar museum terus memperkuat kolaborasi antara pihak internal dan vendor dengan membangun komunikasi yang terbuka dan saling memahami ekspektasi satu sama lain, sehingga strategi pelayanan informasi publik melalui Instagram dapat dikelola secara lebih efektif, terarah, dan berdampak luas.