

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan pada batasan masalah peneliti tentang strategi perencanaan komunikasi pada Museum Adityawarman. Maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Pengelola Museum Adityawarman menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak pada strategi perencanaan komunikasi dalam meningkatkan pengunjung adalah dengan menentukan target sasaran melihat dari tiga aspek yaitu aspek sosiodemografik pengunjung museum dilihat dari pendidikan mulai dari TK sampai SMA. Pengunjung dari kalangan keluarga, Pengunjung Museum Adityawarman juga berasal dari mancanegara dan di luar Kota Padang. Ditinjau dari aspek profil psikologis pengunjung lebih terbuka dan berani dalam menyampaikan pendapat kepada Museum Adityawarman baik secara langsung maupun menggunakan kotak pesan yang telah disediakan. Dan yang terakhir aspek karakteristik ini pengunjung atau masyarakat cenderung ekonomis atau perhitungan ini terlihat masih dipermasalahkan harga tiket masuk Museum Adityawarman yang sudah murah maka dari itu pihak museum memurahkan harga tiket sehingga bisa terjangkau oleh masyarakat.
2. Pengelola Museum Adityawarman penyusunan pesan pada strategi perencanaan komunikasi dalam meningkatkan pengunjung berupa pesan

verbal yang bersifat persuasif, edukatif dan informatif dimana pada pesan ini cenderung menggunakan kalimat ajakan dan membangun kembali pola pikir masyarakat bahwa pentingnya mengunjungi dan mencintai museum, selain itu pengelola museum juga menyesuaikan isi pesan kepada target sasarannya tidak hanya menyesuaikan tapi pesan juga dimuat dengan singkat dan jelas.

3. Pengelola Museum Adityawarman menyebarluaskan media komunikasi pada strategi perencanaan komunikasi dalam meningkatkan pengunjung. Dilihat dari media elektronik pengelola museum bekerjasama dengan televisi lokal seperti, TVRI Sumbar dan radio RRI Padang. Media langsung atau tatap muka meliputi kegiatan kunjungan ke sekolah-sekolah dan lawatan budaya dimana akan memberikan arahan dan pengetahuan seliput Museum Adityawarman. Media luar ruangan seperti baliho, spanduk, brosur dan buletin. Pengelola museum juga bekerja sama dengan dinas kebudayaan dan pariwisata dalam pengelolaan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
IMAM BONJOL  
PADANG

## B. Saran

Dari penelitian yang peneliti lakukan mengenai strategi perencanaan komunikasi pengelola Museum Adityawarman dalam meningkatkan pengunjung, peneliti telah menemukan berbagai penemuan berbagai strategi perencanaan komunikasi yang telah dilakukan dan peneliti mencoba memberikan beberapa saran diantaranya

1. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat meneliti dan membahas lebih jauh mengenai strategi perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh pengelola Museum Adityawarman.
2. Untuk pengelola Museum Adityawarman supaya lebih maksimal lagi menggunakan media komunikasi seperti media sosial *instagram*, *facebook* dikarenakan pada era sekarang masyarakat cenderung melihat informasi seputaran wisata menggunakan media sosial. Selain itu pengelola museum juga bisa menjadikan museum sebagai salah satu wisata *religi*, cara menarik perhatian masyarakat tentu dengan mengadakan pameran benda-benda peradaban islam dan melengkapi lagi koleksi dikarenakan pemerintah kota padang tengah menciptakan wisata halal di kota Padang.
3. Untuk masyarakat hendaknya lebih pintar lagi dalam memilih wisata edukasi untuk mengisi waktu luang bersama keluarga. Karena pada masa ini kita banyak anak-anak yang kurang tertarik terhadap sejarah, terutama sejarah perkembangan Miangkabau.