

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Permasalahan

Museum Ranggawarsita adalah museum terbesar dan terlengkap di Jawa Tengah, yang memiliki peran penting dalam edukasi dan pelestarian budaya. Di dalam museum menyimpan benda atau koleksi yang unik dan memiliki cerita sejarahnya, antara lain artefak, arkeologi, geologi, numismatic, filologi, keramik hingga Perkembangan teknologi tradisional ke modern. Sejalan dengan perkembangan teknologi, tentunya museum memerlukan informasi yang maju untuk menyebarluaskan informasinya. Sebagai upaya penyebaran informasi, media sosial adalah salah satu alat yang saat ini, efektif untuk menyebarkan informasi. Salah satu media sosial Museum Ranggawarsita dalam menyebarkan informasinya adalah platform TikTok.

Namun, Permasalahan utama yang dihadapi oleh Museum Ranggawarsita adalah kurangnya penerapan strategi *public relations* yang efektif dalam mengelola *engagement* atau interaksi dengan audiens di platform TikTok. Padahal TikTok, menjadi salah satu platform media sosial yang sangat populer, terutama di kalangan audiens muda yang dapat berpotensi untuk membangun citra museum. Terlihat bahwa akun TikTok @museumranggawarsita terakhir mengunggah pada 17 Agustus 2024. Dalam hal ini, Museum Ranggawarsita masih belum mengoptimalkan potensi TikTok untuk menciptakan konten yang menarik daya tarik pengunjung dan relevan dengan audiensnya. Dampak dari kurangnya engagement atau keterlibatan audiens dan konsistensi publikasi membuat konten pada TikTok @museumranggawarsita menjadi kurang menarik perhatian audiens sehingga menjadi sukar mendapatkan informasi museum melalui platform TikTok dengan calon pengunjung atau audiens yang aktif di media sosial .

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penulis membuat 15 konten video TikTok mengenai edukasi Museum Ranggawarsita yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada calon pengunjung Museum Ranggawarsita secara luas. Selain memberikan informasi, video konten ini diharapkan dapat meningkatkan engagement pada akun TikTok @museumranggawarsita dengan

audiens. Konten video ini akan diunggah dalam akun TikTok @museumranggawarsita. Dengan meningkatnya engagement pada konten TikTok, diharapkan konten dapat menyebar lebih luas kepada calon pengunjung Museum Ranggawarsita yang bertujuan untuk mengetahui informasi seputar benda atau koleksi yang unik, berharga dan bersejarah.

4.2. Analisis Tahap Pra Produksi

Pada tahap pra produksi, Pertama penulis mengumpulkan data seperti penyebaran kuesioner kepada masyarakat Kota Semarang. Hal ini bertujuan untuk sejauh mana pengetahuan masyarakat terhadap TikTok @museumranggawarsita. Selanjutnya, penulis mengobservasi konten pada akun TikTok museum dengan username @museumranggawarsita, penulis menilai bahwa konten dalam akun TikTok tersebut masih belum konsisten publikasi dan belum menampilkan benda atau koleksi di museum yang mengedukasi. Penulis akhirnya berdiskusi dengan Staff media sosial Museum Ranggawarsita untuk membuat rancangan ide konten yang akan dibuat nantinya. Lalu hasil dari rancangan tersebut adalah pembuatan konten video mengenai benda atau koleksi yang disampaikan dengan informatif dan menarik yang diharapkan dapat menjangkau audiens lebih luas.

Pada tahap ini, penulis juga menghadapi berbagai kendala yang mengharuskan peneliti untuk melakukan penyesuaian maupun perubahan konten yang telah direncanakan sebelumnya. Meskipun terdapat perubahan-perubahan rancangan, peneliti dapat memastikan bahwa konten yang diproduksi relevan dan mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam *strategi public relations*. Adapun perubahan tersebut diuraikan dibawah ini.

4.2.1 Implementasi SSG Dalam Produksi Video

Tabel 4. 1 *Perubahan standard sequence guide*

Video	Perubahan	Rancangan	Hasil
Kenalan Yuk Sama Museum Ranggawarsita!	Durasi	60 detik	1 menit 6 detik
	Durasi	40 detik	56 detik

Teknologi AR di Museum Ranggawarsita	Back sound		ART – Tyla
7 Warisan Budaya UNESCO di Museum Ranggawarsita	Durasi	30 detik	1 menit 43 detik
	Scene	Scene per benda koleksi hanya ilustrasi saja	Scene ilustrasi ditambah video asli nya benda atau koleksinya
Apa saja si yang boleh dan tidak boleh dilakukan selama di Museum	Durasi	1 menit 1 detik	1 menit 26 detik
	Back sound	Bumble bee	Water – Tyla
	Scene	-Hook “Sumpah. tadi aku hampir nyentuh koleksi! 😊” Ternyata... NGGAK BOLEH!” -Scene di perbolehkan di museum => tidak didiperbolehkan di museum	-Hook berupa adegan talent memegang koleksi dan ditegur oleh pemandu museum - tidak didiperbolehkan di museum => di perbolehkan di museum
Museum Tour	Tema	Museum Tour	Tebak gambar (Quick Quiz) “Genta”
	Back sound	Gamelan shympo ni	Fun beat
Tebak Koleksi Fosil gajah di Museum Ranggawarsita	Durasi	1 menit 3 detik	41 detik
	Scene	-Hook Baground Putih yang menampilkan Logo Provinsi Jawa Tengah dan Logo Museum Ranggawarsita , (Medium shot) Talent melambaikan tangan ke kamera dan ada adegan tangan mengajak.	- (medium shoot) Hook, Talent lari kecil mengajak untuk tebak-tebakan , lalu (high angle shoot) talent memberikan clue - Tebak Prasasti Lingga Semu

		Perkenalan tema hari ini (Close up talent) - Tebak Candi Borobudur	
Si Paling Tahu Museum	Durasi	32 detik	43 detik
	Back sound	Garam dan madu	Sound efek fun
The Masterpiece of Ranggawarsita Museum	Durasi	27 detik	55 detik
	Scene	Close up benda atau koleksi	Setiap benda atau koleksi close up dan cinematic lalu slide keterangan
Kata Mereka tentang museum	Tema	Kata Mereka tentang museum	Cerita Mereka, Cerita Museum
	Durasi	50 detik	1 menit 39 detik
	Talent	6- 8 pengunjung	5 pengunjung
	Scene	-Pertanyaan: Apa benda atau koleksi favoritmu?	-pertanyaan : “ Yang paling mindblowing di museum ini?” Ada tambahan pertanyaan “kesan dan pesan ke Museum Ranggawarsita”
Kilas Balik Wayang	Tema	Kata Mereka tentang museum	Tebak Koleksi (Quick Quiz) “ Artefak Batu Rajah”
	Durasi	28 detik	24 detik
Behind The Scene merawat benda atau koleksi di museum ranggawarsita	Durasi	60 detik	1 menit 30 detik
	Koleksi	Arca atau keris	Uang Logam
	Scene	-Scene awal Logo Museum Ranggawarsita dan lalu berpindah ke ruang koleksi. Teks “Kamu penasaran...	-Hook, Menampilkan komentar audiens yang ingin tahu bagaimana proses merawat benda atau

		bagaimana caranya merawat koleksi museum yang berharga?”	koleksi yang ada di museum. (Long shoot) Talent “Bagaimana sih caranya merawat koleksi uang logam di museum” (Low Kamera) talent menghadap ke kiri “Penasaran ???” (Low Kamera) talent menghadap ke kanan “Penasaran ???” -Tambahan Scene Wawancara konservator museum yang menjelaskan secara detail
FunFact Raden Ngabehi Ronggowarsito	Durasi	30 detik	1 menit 44 detik
	Scene	Ilustrasi desain wajah Raden ngabehi ronggowarsito	Ilustrasi menggunakan AI video dengan object raden ngabehi ronggowarsito
	Back sound	Music beat ringan	Dj trap gamelan jawa

4.3. Analisis Tahap Produksi

Pada tahap produksi, penulis telah mempersiapkan peralatan utama yang digunakan untuk produksi video. Peralatan utama yang digunakan adalah Iphone 13, Tripod, dan mikrofon Saramonic. Semua peralatan telah dipersiapkan sebelum proses pengambilan gambar. Pada tahap produksi, *Take* selama *shooting* ternyata penyampaian talent dalam video secara langsung maupun improvisasi. Namun secara substansi besar masih sama dan mengacu pada Bab III.

4.3.1 Timeline Shooting dan editing

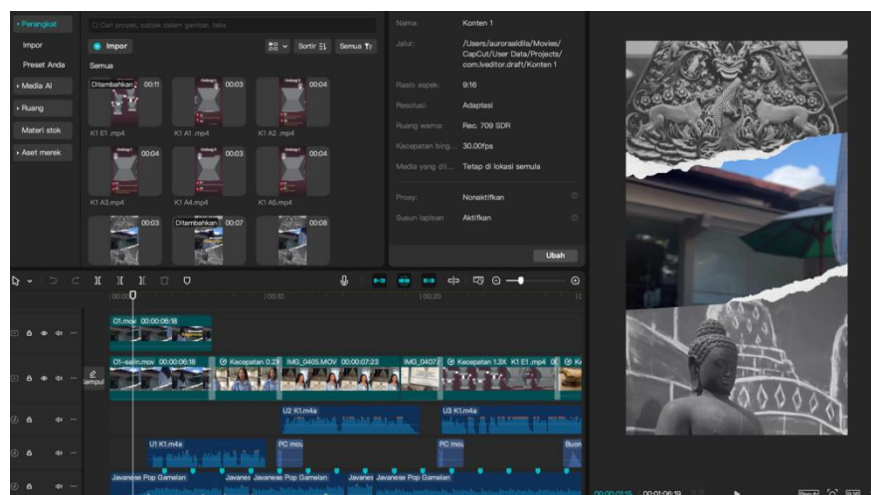
Dalam pembuatan video hingga editing, Penulis mempertimbangkan waktu pengambilan gambar dan waktu dalam mengedit video. Timeline yang dilakukan dari tanggal 24 Mei 2025 – 07 Juli 2024. Berikut data yang disajikan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 4. 2 *Timeline Shooting dan editing*

No	Judul Konten	Waktu	
		Shooting	Editing
1	Kenalan Yuk Sama Museum Ranggawarsita!	24/05/2025	02/06/2025
2	Teknologi AR di Museum Ranggawarsita	28/05/2025	04/06/2025
3	7 Warisan Budaya UNESCO di Museum Ranggawarsita	28/05/2025	07/06/2025
4	Apa saja si yang boleh dan tidak boleh dilakukan selama di Museum	08/06/2025	10/06/2025
5	Tipe-Tipe Pengunjung Museum	08/06/2025	12/06/2025
6	Tebak gambar (Quick Quiz) “Genta”	-	13/06/2025
7	Tebak Koleksi Fosil gajah di Museum Ranggawarsita	14/06/2025	16/06/2025
8	FunFact Bundengan	14/06/2025	17/06/2025
9	Si Paling Tahu Museum	14/06/2025	20/06/2025
10	The Masterpiece of Ranggawarsita Museum	21/06/2025	23/06/2025
11	FunFact naskah lontar	-	25/06/2025
12	Cerita Mereka, Cerita Museum	23/06/2025	24/06/2025
13	Tebak koleksi (Quick Quiz) Artefak Batu Rajah	-	25/06/2025

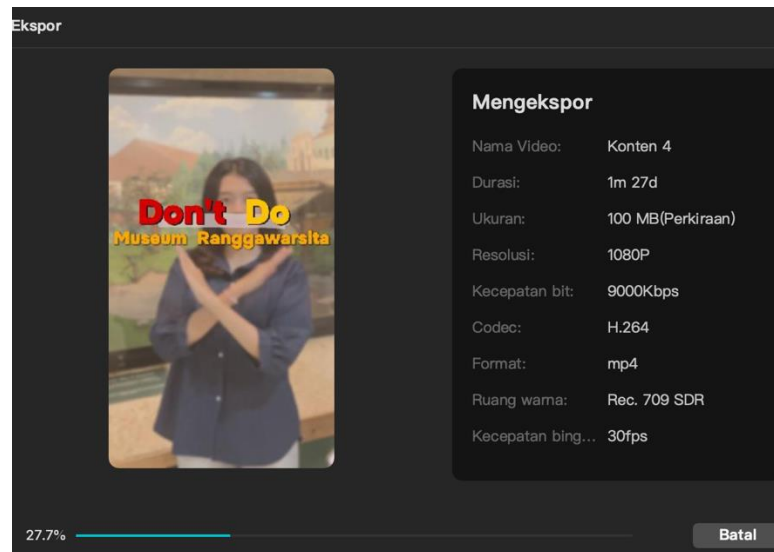
14	Behind The Scene merawat uang logam di museum	28/06/2025	30/07/2025
15	FunFact Raden Ngabehi Ronggowarsito	28/06/2025	02/07/2025

Setelah proses *shooting* atau pengambilan gambar selesai, langkah selanjutnya adalah editing video. Dalam editing video tentu dengan cara menggabungkan klip - klip video yang sudah ditentukan lalu disusun sesuai dengan alur SSG atau *standard sequence guide* yang telah ditetapkan. Pada editing video tentu penambahan musik sebagai backsound dalam video bertujuan untuk membangun suasana dalam setiap adegan. Dalam lima belas video konten video itu juga diberi logo Museum Ranggawarsita dan Provinsi Jawa Tengah. Konten video yang telah diproduksi oleh penulis, musik yang digunakan melalui musik dari aplikasi Capcut atau dari aplikasi TikTok sendiri. Penambahan teks atau subtitle dalam video berfungsi sebagai penjelasan informasi mengenai scene dalam video konten tersebut. Kreatifitas dalam editing dibutuhkan untuk menarik visual dan emosional, sehingga penonton tidak bosan dan lebih tertarik untuk menonton sampai akhir.



Gambar 4. 1 Penambahan musik dan sound efek

Sumber: Hasil dokumentasi penulis



Gambar 4. 4 Penyimpanan Video

Sumber: Hasil dokumentasi penulis

Setelah editing video, video yang sudah jadi tentunya ditayangkan kepada pihak staff media sosial Museum Ranggawarsita untuk di tinjau atau review dengan harapan mendapatkan umpan balik. Umpan balik yang didapat berupa penilaian baik terhadap konten video dibuat. Setelah di tinjau atau review, penulis memastikan bahwa konten video yang akan diunggah pada akun TikTok @museumranggawarsita sudah sesuai.

4.4. Analisis Tahap Pasca Produksi

Publikasi konten adalah bagian utama dalam penerapan *strategi public relations* yang telah dirancang pada bab sebelumnya. Konten video yang telah selesai diproduksi, selanjutnya akan dipublikasikan melalui akun resmi Museum Ranggawarsita dengan username @museumranggawarsita. Berikut tautan video yang telah penulis publikasi pada TikTok museum.

Tabel 4. 3 Tautan konten video TikTok

No	Judul Konten	Publikasi	Link Video
1	Kenalan Yuk Sama Museum Ranggawarsita!	11/06/2025	https://vt.tiktok.com/ZSBpvWsx2/

2	Teknologi AR di Museum Ranggawarsita	13/06/2025	https://vt.tiktok.com/ZSBpc8xmK/
3	7 Warisan Budaya UNESCO di Museum Ranggawarsita	13/06/2025	https://vt.tiktok.com/ZSBpcJnEW/
4	Apa saja si yang boleh dan tidak boleh dilakukan selama di Museum	17/06/2025	https://vt.tiktok.com/ZSBpcA6u/
5	Tipe-Tipe Pengunjung Museum	18/06/2025	https://vt.tiktok.com/ZSBpc2GBS/
6	Tebak gambar (Quick Quiz) "Genta"	18/06/2025	https://vt.tiktok.com/ZSBpvox3S/
7	Tebak Koleksi Fosil gajah di Museum Ranggawarsita	20/06/2025	https://vt.tiktok.com/ZSBpvTs6g/
8	FunFact Bundengan	20/06/2025	https://vt.tiktok.com/ZSBpcBwL5/
9	Si Paling Tahu Museum	23/06/2025	https://vt.tiktok.com/ZSBpvKcur/
10	The Masterpiece of Ranggawarsita Museum	25/06/2025	https://vt.tiktok.com/ZSBpcLkg2/
11	FunFact naskah lontar	30/06/2025	https://vt.tiktok.com/ZSBpch9oD/
12	Cerita Mereka, Cerita Museum	02/07/2025	https://vt.tiktok.com/ZSBpvTmME/
13	Tebak koleksi (Quick Quiz) Artefak Batu Rajah	02/07/2025	https://vt.tiktok.com/ZSBpvoxJC/
14	Behind The Scene merawat uang logam di museum	04/07/2025	https://vt.tiktok.com/ZSBpcByHK/
15	FunFact Raden Ngabehi Ronggowarsito	05/07/2025	https://vt.tiktok.com/ZSBpvwbJm/

4.5. Analisis Evaluasi Publikasi Konten TikTok

4.5.1 Perencanaan Evaluasi

Setelah melakukan seluruh tahapan project produksi konten, penulis melakukan tahapan evaluasi sebagai tahapan terakhir dari *strategi public relations*. Evaluasi dalam tahap ini, penulis akan menghitung engagement (interaksi) konten TikTok yang telah dipublikasi mencakup pengukuran jumlah penonton (viewers), jumlah suka (like) dan jumlah komentar yang masuk. Selain itu, Penulis juga melakukan identifikasi terhadap target keberhasilan yang telah di tentukan dan melakukan identifikasi terhadap komentar setelah 10 hari sejak konten diunggah.

Saat implementasi berlangsung, penulis mengukur engagement rate, menganalisis hasil target keberhasilan dan menganalisis komentar setelah 10 hari konten diunggah untuk mendapatkan data yang lebih stabil. Sehingga, pada unggahan, evaluasi total dilakukan 34 hari. Pendekatan pendapat ini didukung oleh (Azizah & Rachmawati, 2022) dalam jurnalnya yang berjudul “Pengelolaan Konten Digirtal PT Assembler Teknologi Indonesia”. Dalam jurnal tersebut menjelaskan bahwa langkah terakhir adalah melakukan evalusasi bulanan konten. Evaluasi ini menyajikan informasi yang mencakup rangkuman konten selama satu bulan, Total jumlah konten yang telah dipublikasikan, data hasil analisis dari konten dalam format tabel, post teratas berdasarkan engagement, jumlah tampilan, jangkauan, dan interaksi, serta pengukuran kemampuan.

4.5.2 Engagement Rate

Engagement rate merupakan salah satu alat ukur dalam *strategi public relations* yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja akun media sosial. Penulis menggunakan website *exolyt.com* sebagai sarana untuk mengukur tingkat keterlibatan audiens TikTok terhadap konten yang sudah dipublikasikan. Hasil engagement rate ini gambran dari sejauh mana audiens merespon dan ikut terlibat dalam konten yang memberikan informasi tentang perusahaan. Adapun data hasil engagement rate dari akun TikTok Museum Ranggawarsita dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

We are refreshing data for this account

Videos	Total Views	Likes	Total Comments	Total Video Shares	Total Engagements ?
39	79.1K	2.9K	382	493	3.8K

Avg. Views	Avg. Likes	Avg. Comments	Avg. Video Shares	Avg. Video Duration
2.0K	74	10	13	0:36

Avg. Engagement ?

4.8%

Followers	313	
Engagement	4.8%	Score based on the all videos in the profile ?
Follower like ratio	10.8%	Bigger ratio indicates that likes also bring followers
Region	ID	This is the region that the user is located in
Industry	N/A	Industry of the account content
First video	2021-05-28	Date when first public video was posted. ?

Gambar 4. 5 Hasil engagement rate (21 juli 2025)

Sumber: exolyt.com

Engagement rate gambar diatas diambil pada tanggal 21 Juli 2025 memperlihatkan bahwa akun @museumranggawarsita memiliki 313 pengikut dan 39 video yang telah diunggah, mencapai engagement rate sebesar 4.8%. Hasil tersebut menandakan adanya tingkat interaksi yang baik dengan konten yang telah dipublikasikan. Sedangkan , pada gambar 1.6 menunjukkan hasil *engagement rate* sebesar 1.3%. Data tersebut diperoleh 3 bulan sebelum konten penulis dipublikasikan yakni pada tanggal 11 Juni 2025.

Dalam rentang waktu satu bulan mengunggah konten, *engagement rate* akun TikTok @museumranggawarsita mengalami peningkatan yang signifikan yaitu sebesar 3.5%. Peningkatan *engagement rate* ini menunjukkan bahwa audiens tidak hanya melihat konten, namun juga melakukan interaksi seperti like dan komentar. Hal ini membuktikan bahwa *strategi public relations* yang diterapkan pada akun Museum Ranggawarsita berhasil menarik lebih banyak perhatian dan interaksi dari audiens.

4.5.3 Hasil target keberhasilan konten TikTok

a. Kenalan Yuk Sama Museum Ranggawarsita

Dalam hasil evaluasi publikasi konten video *Kenalan Yuk Sama Museum Ranggawarsita* terdapat beberapa indikator keberhasilan diantaranya yaitu jumlah *viewers* sebanyak 1500, jumlah *like* sebanyak 18, dan terdapat jumlah 10 komentar.



Gambar 4. 6 Jumlah *viewers* konten 1

Sumber; <https://vt.tiktok.com/ZSBpcJnEW/>



Gambar 4. 7 Jumlah *like* konten 1

Sumber; <https://vt.tiktok.com/ZSBpcJnEW/>



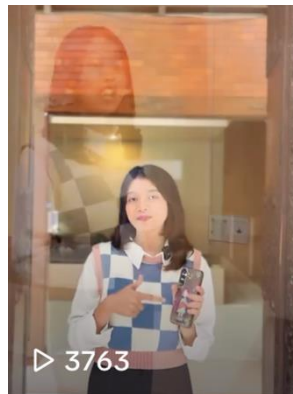
Gambar 4. 8 Jumlah komentar konten 1

Sumber; <https://vt.tiktok.com/ZSBpcJnEW/>

Berdasarkan gambar diatas, menunjukkan bahwa konten video *Kenalan Yuk Sama Museum Ranggawarsita* mencapai 3.226 viewers, 244 like, dan 50 komentar. Angka tersebut menunjukkan bahwa konten berhasil menarik perhatian sejumlah besar viewers dan mampu memicu respons positif. Selain itu, terdapat komentar positif dari audiens, hal tersebut dapat dilihat dari gambar 4.7. Komentar ini menandakan bahwa adanya respons yang baik dari audiens terhadap konten yang diunggah oleh Museum Ranggawarsita. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten video tersebut telah mencapai target keberhasilan yang signifikan.

b. Teknologi AR di Museum Ranggawarsita

Dalam hasil evaluasi publikasi konten video *Teknologi AR di Museum Ranggawarsita* terdapat beberapa indikator keberhasilan diantaranya jumlah viewers sebanyak 1500, jumlah like sebanyak 18, dan terdapat jumlah 10 komentar.



Gambar 4. 9Jumlah viewers konten 2

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpc8xmK/>



Gambar 4. 10 Jumlah like konten 2

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpc8xmK/>



Gambar 4. 11 Jumlah komentar konten 2

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpc8xmK/>

Pada gambar diatas, menunjukkan bahwa konten video mengenai teknologi baru yaitu *Augmented Reality* mencapai 3.763 *viewers* , 311 *like* dan terdapat 20 komentar. Hasil interaksi tersebut menunjukkan bahwa konten berhasil menarik perhatian sejumlah besar *viewers* dan respons audience terhadap konten yang telah dibuat sehingga mencapai tingkat keberhasilan sesuai dengan target yang ditetapkan.

c. 7 Warisan Budaya UNESCO di Museum Ranggawarsita

Dalam hasil evalusasi publikasi konten video *7 Warisan Budaya UNESCO di Museum Ranggawarsita* terdapat beberapa indikator keberhasilan diantaranya *viewers* sebanyak 1500, jumlah *like* 18, dan terdapat 10 komentar.



Gambar 4. 12 Jumlah *viewers* konten 3.

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpcJnEW/>



Gambar 4. 13 Jumlah *like* konten

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSBpcJnEW/>



Gambar 4. 14 Jumlah komentar konten 3

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSBpcJnEW/>

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap konten video TikTok bertema 7 Warisan Budaya UNESCO di Museum Ranggawarsita, diperoleh data bahwa performa video ini melampaui target indikator keberhasilan yang telah ditentukan sebelumnya. Dari segi jumlah tayangan, video ini berhasil meraih 11.800 *viewers*, jauh melebihi target awal yaitu 1.500 penonton. Capaian ini menunjukkan bahwa konten dengan tema budaya yang bersifat informatif dan internasional mampu menarik perhatian audiens secara luas. Konten video yang ditambahkan *motions graphic* merupakan hal baru yang menarik perhatian audiens, karena bisa menjadi gambaran bagi penontonnya. Karena perhatian itulah, konten ini mendapatkan 177 *likes*, yang menunjukkan adanya respons positif dari pengguna terhadap topik yang disampaikan. Adanya interaksi terlihat dari 22 komentar yang masuk, di mana sebagian besar komentar menunjukkan antusiasme, rasa penasaran, dan ketertarikan audiens terhadap topik warisan budaya. Hal ini membuktikan bahwa konten tidak hanya berhasil menjangkau audiens dalam jumlah besar, tetapi juga mendorong keterlibatan yang cukup tinggi melalui respons langsung dalam bentuk like dan komentar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten yang memanfaatkan *backsound* dan mengikuti konten yang sedang tren berhasil mendapat respons dari

audiens sehingga dapat memenuhi dan melampaui ketiga indikator utama evaluasi, yaitu jumlah tayangan, suka, dan komentar, serta mampu menyampaikan informasi edukatif secara menarik dan efektif kepada masyarakat.

d. Apa saja si yang boleh dan tidak boleh dilakukan selama di Museum

Dalam hasil evaluasi publikasi konten *Apa saja si yang boleh dan tidak boleh dilakukan selama di Museum* terdapat beberapa indikator keberhasilan diantaranya *viewers* sebanyak 1.500, jumlah *like* 18, dan terdapat 10 komentar.



Gambar 4. 15 jumlah *viewers* konten 4.

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpckA6u/>



Gambar 4. 16 Jumlah *like* konten 4

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpckA6u/>



Gambar 4. 17 Jumlah komentar konten 4

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpckA6u/>

Pada data diatas, menunjukkan bahwa konten video *Apa saja si yang boleh dan tidak boleh dilakukan selama di Museum* mencapai 3.775 viewers, 116 like dan 39 komentar. Hasil interaksi tersebut menunjukkan bahwa konten berhasil menarik perhatian sejumlah besar viewers dan mampu menarik respons positif. Salah satu bentuk respons positif viewers yaitu komentar yang tertarik berkunjung ke museum yang dapat dilihat pada gambar 4.17, komentar ini menunjukkan bahwa audiens merespon konten yang diunggah dengan baik dan menarik minat audiens untuk datang langsung ke museum. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten video *Apa saja si yang boleh dan tidak boleh dilakukan selama di Museum* telah mencapai tingkat keberhasilan yang baik sesuai dengan target yang ditetapkan. Baik dari segi keterlibatan (*viewers*, *like*, komen) maupun adanya keingintahuan dan berkunjung ke museum dari audiens. Maka dengan konten video yang disajikan dapat memperluas jangkauan, jumlah pengunjung Museum Ranggawarsita juga dapat meningkat.

e. Tipe-Tipe Pengunjung Museum

Dalam hasil evaluasi publikasi konten *Tipe-Tipe Pengunjung Museum* yang terdapat beberapa indikator keberhasilan diantaranya jumlah *viewers* sebanyak 1.500, jumlah *like* sebanyak 18, dan terdapat jumlah 10 komentar. Hal ini dapat dilihat dari gambar berikut.



Gambar 4. 18 jumlah *viewers* konten 5

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSBpc2GBS/>,



Gambar 4. 19 jumlah *like* konten 5

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSBpc2GBS/>



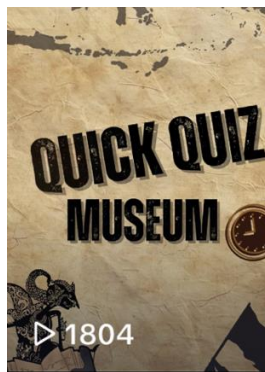
Gambar 4. 20 jumlah komentar *konten* 5

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSBpc2GBS/>

Pada data diatas, menunjukkan bahwa konten video *Tipe-Tipe Pengunjung Museum* mencapai 2.431 viewers, 185 like dan 27 komentar. Hasil interaksi tersebut menunjukkan bahwa konten berhasil menarik perhatian sejumlah besar viewers dan mampu menarik respons positif. Respons viewers yang ikut berkomentar karena relate atau sesuai dengan pengalaman ketika berkunjung ke museum. Dengan ini, dapat disimpulkan bahwa konten video *Tipe-Tipe Pengunjung* telah mencapai tingkat keberhasilan yang baik sesuai dengan target yang ditetapkan.

f. Tebak gambar (*Quick Quiz*) “Genta”

Dalam hasil evaluasi publikasi konten *Tebak gambar (Quick Quiz)* “Genta” yang terdapat beberapa indikator keberhasilan diantaranya jumlah viewers sebanyak 1.500, jumlah like 18, dan terdapat 10 komentar.



Gambar 4. 21 Jumlah viewers konten 6.

Sumber :<https://vt.tiktok.com/ZSBpvox3S/>,



Gambar 4. 22 Jumlah like konten 6

Sumber :<https://vt.tiktok.com/ZSBpvox3S/>,



Gambar 4. 23 Jumlah Komentar konten 6

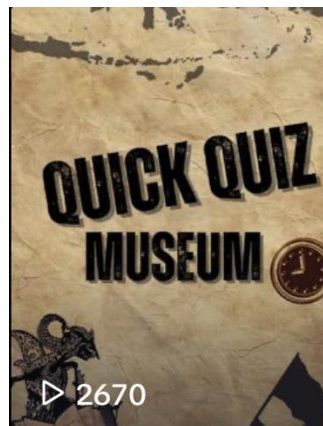
Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSBpvox3S/>,

Berdasarkan hasil evaluasi konten video TikTok berjudul *Quick Quiz Museum "Genta"*, diperoleh data performa yang menunjukkan pencapaian positif terhadap target keterlibatan audiens. Video tersebut berhasil meraih 1.804 viewers, yang artinya performa konten menunjukkan telah melebihi target awal sebesar 1.500 tayangan. Hal ini menunjukkan bahwa format kuis interaktif yang digunakan cukup menarik perhatian pengguna platform TikTok. Dari sisi keterlibatan, konten ini mendapatkan 154 likes, yang artinya sudah melebihi target yang telah ditentukan dan menunjukkan adanya respons dari audiens. Sementara itu, jumlah komentar mencapai 16, melebihi target awal yaitu 10 komentar. Komentar-komentar yang diberikan umumnya berupa jawaban kuis, ucapan terima kasih, serta tanggapan positif terhadap informasi yang disampaikan. Ini menandakan bahwa konten tidak hanya ditonton, tetapi juga mendorong partisipasi aktif dari audiens, terutama dalam konteks edukasi sejarah dan pengenalan koleksi museum. Konten dengan tema memberikan pertanyaan kepada audiens dapat memberikan variasi konten yang kreatif. Artinya, konten yang disajikan kepada audiens dengan menggunakan strategi *call to action* (CTA) dapat menarik perhatian audiens. Konten *Quick Quiz Museum "Genta"* dapat disimpulkan berhasil memenuhi indikator keberhasilan yang

ditetapkan, serta menunjukkan efektivitas konten kuis sebagai salah satu strategi peningkatan engagement dan literasi publik tentang koleksi museum.

g. Tebak Koleksi Fosil gajah di Museum Ranggawarsita

Dalam hasil evaluasi publikasi konten *Tebak Koleksi Fosil gajah di Museum Ranggawarsita* yang terdapat beberapa indikator keberhasilan diantaranya jumlah viewers sebanyak 1.500, jumlah like sebanyak 18, dan terdapat jumlah 10 komentar. Berikut beberapa hasil keterlibatan dalam konten *Tebak Koleksi Fosil gajah di Museum Ranggawarsita*.



Gambar 4. 24 Jumlah viewers konten 7

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpvTs6g/>



Gambar 4. 25 Jumlah like konten 7

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpvTs6g/>



Gambar 4. 26 Jumlah komentar konten 7

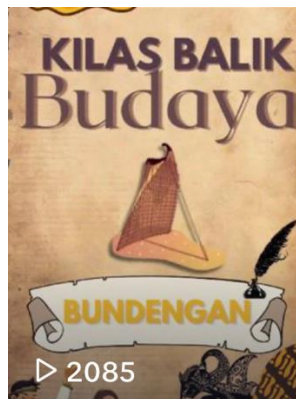
Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpvTs6g/>

Berdasarkan hasil evaluasi konten video TikTok berjudul *Quick Quiz Museum Fosil Gajah*, tercatat bahwa performa konten ini menunjukkan hasil yang sangat baik dengan capaian di atas target yang telah ditentukan. Konten ini berhasil memperoleh 2.670 viewers, Angka ini menunjukkan bahwa topik kuis edukatif tentang koleksi fosil gajah di Museum Ranggawarsita cukup menarik perhatian publik, khususnya pengguna TikTok yang menyukai konten interaktif dan informatif. Selain itu, video ini mendapatkan jumlah likes yang melebihi target awal sebanyak 18. Hal ini menunjukkan bahwa konten tersebut disukai dan dianggap menarik oleh audiens. Selain itu, terdapat 30 komentar yang menunjukkan adanya interaksi dari penonton. Komentar yang muncul beragam, mulai dari rasa penasaran, jawaban terhadap kuis, hingga ungkapan bahwa mereka mendapatkan pengetahuan baru. Konten dengan tema memberikan pertanyaan kepada audiens dan digabungkan dengan desain motions graphich dapat memberikan variasi konten yang kreatif. Artinya, konten yang disajikan kepada audiens dengan menggunakan strategi *call to action* (CTA) dapat menarik interaksi yang muncul secara alami. Hal ini, membuktikan bahwa konten kuis tidak hanya menarik dari sisi visual, tetapi juga mampu mendorong partisipasi dan keterlibatan audiens secara aktif. Dengan demikian, konten *Quick Quiz Museum Fosil Gajah* dinilai berhasil memenuhi indikator keberhasilan baik dari sisi jangkauan serta memperkuat

fungsi edukatif media sosial museum dalam memperkenalkan koleksi kepada masyarakat luas.

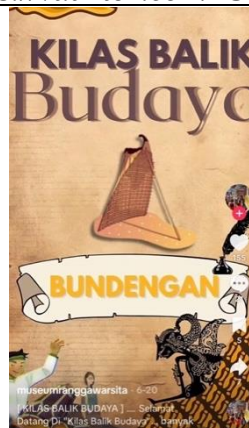
h. *Fun Fact Bundengan*

Dalam hasil evaluasi publikasi konten *Fun Fact Bundengan* yang terdapat beberapa indikator keberhasilan diantaranya jumlah viewers sebanyak 1.500, jumlah like 18, dan terdapat jumlah 10 komentar. Mengukur dengan jumlah keterlibatan tersebut dapat mengetahui respons audiens terhadap konten video yang disajikan. Berikut beberapa hasil keterlibatan dalam konten *Fun Fact Bundengan*.



Gambar 4. 27 Jumlah viewers konten 8.

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpcBwL5/>



Gambar 4. 28 Jumlah like konten 8

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpcBwL5/>



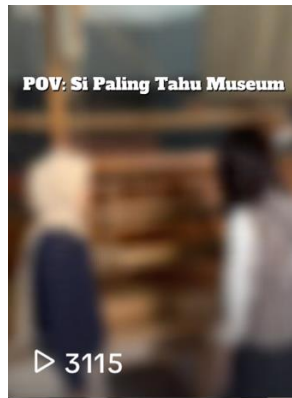
Gambar 4. 29 Jumlah komentar konten 8

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpcBwL5/>

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap konten video TikTok berjudul *Fun Fact Bundengan*, diperoleh data yang menunjukkan pencapaian cukup baik dalam hal keterlibatan audiens. Konten video dengan tema memberikan fakta berhasil memperoleh jumlah tayangan sebanyak 2.085 *viewers*, yang sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Interaksi, konten ini juga mendapatkan 155 *likes*, Konten tersebut menunjukkan bahwa sebagian audiens memberikan respons positif terhadap isi video. Selain itu, terdapat 21 komentar, yang menandakan adanya partisipasi aktif dan perhatian dari penonton dalam merespons konten tersebut, baik berupa pertanyaan, tanggapan, maupun komentar informatif lainnya. Contoh komentarnya adalah “Baru tahu loh padahal cukup lama di Jawa Tengah, seperti apa bunyinya”. Salah satu komentar tersebut memberikan informasi bahwa konten yang disajikan memberikan edukasi kepada audiens. Ketiga indikator tersebut jumlah penonton, suka, dan komentar menjadi bukti bahwa konten dengan tema memberikan informasi fakta dan keunikan, berhasil menarik perhatian hingga menciptakan interaksi dasar dengan audiens. Dengan demikian, konten *Fun Fact Bundengan* dapat disimpulkan telah memenuhi target keberhasilan yang ditentukan dalam evaluasi, sekaligus perhatian audiens terhadap konten yang dapat memperkuat peran konten edukatif sebagai sarana promosi budaya lokal secara digital.

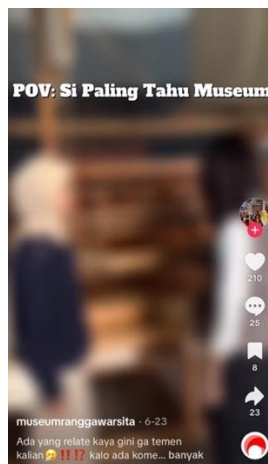
i. Si Paling Tahu Museum

Dalam hasil evaluasi publikasi konten *Si Paling Tahu Museum* yang terdapat beberapa indikator keberhasilan diantaranya jumlah *viewer* sebanyak 1.500, jumlah *like* sebanyak 18, dan terdapat jumlah 10 komentar. Berikut beberapa hasil keterlibatan (*Viewers*, *Like*, dan Komentar) dalam konten *Si Paling Tahu Museum*.



Gambar 4. 30 Jumlah *viewers* konten 9.

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpvKcur/>



Gambar 4. 31 Jumlah *like* konten 9

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpvKcur/>



Gambar 4. 32 Jumlah komentar 9

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpvKcur/>

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap konten video TikTok berjudul *Si Paling Tahu Museum*, diperoleh data bahwa konten ini telah berhasil melampaui target indikator keberhasilan yang telah ditetapkan. Video ini mencatat jumlah penayangan sebesar 3.115 viewers, yang berarti telah melebihi target awal sebesar 1.500 viewers. Dari segi interaksi atau keterlibatan, video ini mendapatkan jumlah likes sebanyak 210, yang juga jauh melampaui target yaitu 18 likes. Selain itu, terdapat 25 komentar dari audiens yang menunjukkan partisipasi aktif serta antusiasme terhadap isi konten. Komentar yang masuk umumnya berisi tanggapan positif, rasa ingin tahu yang menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menonton tetapi juga terlibat secara aktif. Pencapaian ini mencerminkan bahwa konten *Si Paling Tahu Museum* mampu menarik perhatian sekaligus mendorong interaksi dengan audiens secara signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten ini telah berhasil memenuhi dan melampaui target evaluasi dari sisi jumlah *viewers*, *likes*, maupun komentar, serta menunjukkan efektivitas strategi penyampaian konten edukatif melalui media sosial.

j. The Masterpiece of Ranggawarsita Museum

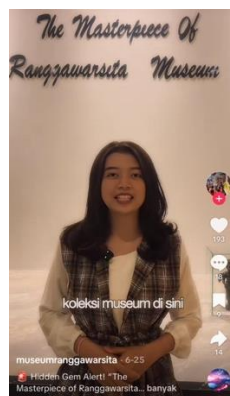
Dalam hasil evaluasi publikasi konten *The Masterpiece of Ranggawarsita Museum* yang terdapat memiliki beberapa indikator

keberhasilan diantaranya viewers sebanyak 1.500, jumlah *like* 18, dan terdapat 10 komentar.



Gambar 4. 33 Jumlah viewers konten10

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpcLkg2/>



Gambar 4. 34 Jumlah like konten10

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpcLkg2/>



Gambar 4. 35 Jumlah komentar konten 10

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpcLkg2/>

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap konten video berjudul *The Masterpiece of Ranggawarsita Museum*, dapat disimpulkan bahwa konten ini berhasil memenuhi seluruh indikator keberhasilan yang telah ditetapkan. Dalam indikator keberhasilan, target yang ditetapkan adalah minimal 1500 viewers, 18 likes, dan 10 komentar. Berdasarkan data yang ditampilkan pada gambar, konten ini memperoleh 2.744 viewers, 193 likes, dan 18 komentar. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konten ini berhasil menarik perhatian audiens secara luas dan mampu menciptakan interaksi yang aktif. Jumlah viewers yang hampir dua kali lipat dari target menunjukkan daya tarik visual dan pesan konten yang efektif. Jumlah *like* yang melebihi ekspektasi juga menjadi indikator positif bahwa audiens memberikan respon baik terhadap isi video. Selain itu, komentar yang masuk bersifat positif dan antusias, seperti “keren ya museumnya,” dan “koleksinya banyak ya ternyata.” Komentar-komentar tersebut menunjukkan bahwa konten ini tidak hanya informatif, tetapi juga berhasil membangun rasa penasaran dan ketertarikan audiens terhadap Museum Ranggawarsita. Selain itu, juga terdapat beberapa komentar yang menyiratkan keinginan untuk berkunjung secara langsung ke museum, yang menunjukkan bahwa konten tersebut juga berdampak secara offline. Berdasarkan hasil tersebut, konten ini dapat dikategorikan sebagai berhasil dan efektif dalam mendukung *strategi public relations* Museum Ranggawarsita melalui platform TikTok.

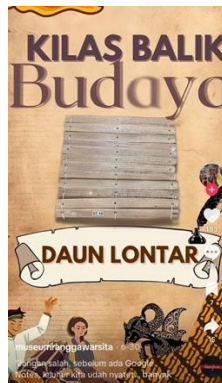
k. Fun Fact naskah lontar

Dalam hasil evaluasi publikasi konten *Fun Fact naskah lontar* yang terdapat pada halaman konten Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpch9oD/> memiliki beberapa indikator keberhasilan diantaranya viewers sebanyak 1500, jumlah like 18, dan terdapat 10 komentar. Berikut beberapa hasil keterlibatan (*Viewers*, *Like*, dan Komentar) dalam konten *Fun Fact naskah lontar*.



Gambar 4. 36 Jumlah *viewers* konten 11

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpch9oD/>



Gambar 4. 37 jumlah *like* konten 11

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpch9oD/>



Gambar 4. 38 Jumlah komentar konten 11

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpch9oD/>

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap konten "*Fun Fact Naskah Lontar*", dapat diketahui bahwa konten ini berhasil melampaui target

indikator keberhasilan yang telah ditetapkan sebelumnya. Target indikator yang ditentukan meliputi minimal 1500 *viewers*, 18 like, dan 10 komentar. Dalam pelaksanaannya, konten ini memperoleh 2.066 *viewers* dan like 183 yang artinya menunjukkan konten yang telah dipublikasi mencapai target jumlah penayangan. Sementara itu, sebanyak 20 jumlah komentar , juga mencapai batas minimal interaksi yang diharapkan. Adapun komentar dari audiens menunjukkan adanya ketertarikan terhadap isi konten, seperti pertanyaan tentang cara menulis dan membersihkan naskah lontar, serta respons positif terkait informasi yang diberikan. Ini menunjukkan bahwa konten tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga membangkitkan rasa ingin tahu dan mendorong interaksi. Dengan demikian, konten ini berhasil memenuhi dan melampaui ketiga indikator utama yang ditargetkan

1. Cerita Mereka, Cerita Museum

Dalam hasil evaluasi publikasi konten *Cerita Mereka, Cerita Museum* yang terdapat pada halaman konten video <https://vt.tiktok.com/ZSBpvTmME/> memiliki beberapa indikator keberhasilan diantaranya jumlah *viewers* sebanyak 1500, jumlah like 18, dan terdapat jumlah 10 komentar. Mengukur dengan jumlah keterlibatan tersebut dapat mengetahui respons audiens terhadap konten video yang disajikan. Berikut beberapa hasil keterlibatan dalam konten *Cerita Mereka, Cerita Museum*.



Gambar 4. 39 Jumlah *Viewers* konten 12

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpvTmME/>



Gambar 4. 40 Jumlah like konten 12

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpvTmME/>



Gambar 4. 41 Jumlah komentar konten 12

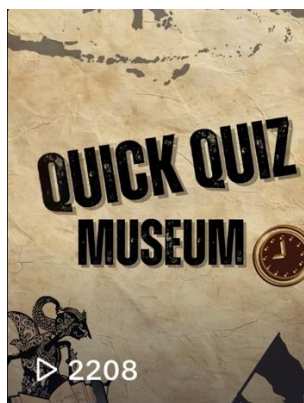
Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpvTmME/>

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap Konten “*Cerita Mereka, Cerita Museum*” juga menunjukkan hasil yang sangat baik berdasarkan indikator keberhasilan yang telah ditetapkan, yaitu 1500 viewers, 18 like, dan 10 komentar. Berdasarkan hasil pada gambar diatas, video ini berhasil memperoleh 3.635 viewers dan 39 like, yang menunjukkan peningkatan signifikan dari target awal dan menandakan bahwa konten ini berhasil menjangkau audiens yang luas. Selain itu, kolom komentar memperlihatkan terdapat 25 komentar, yang mencerminkan tingginya antusiasme dan interaksi dari pengguna. Komentar yang muncul umumnya bersifat positif

dan menunjukkan nostalgia, seperti “sering ke sini,” hingga “seneng banget aku kalau ke sini,” yang memperkuat keterikatan emosional audiens terhadap museum, respons tersebut mengindikasikan bahwa konten ini berhasil menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan audiens. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa konten ini berhasil mencapai dan bahkan melampaui seluruh target indikator keberhasilan yang telah ditetapkan.

m. **Tebak koleksi (Quick Quiz) Artefak**

Dalam hasil evaluasi publikasi konten *Tebak koleksi (Quick Quiz) Artefak* yang terdapat beberapa indikator keberhasilan diantaranya jumlah *viewers* sebanyak 1500, jumlah *like* 18, dan terdapat jumlah 10 komentar.



Gambar 4. 42 Jumlah *viewers* konten 13

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpvoxJC/>



Gambar 4. 43 jumlah *like* konten 13

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpvoxJC/>



Gambar 4. 44 Jumlah komentar konten 13

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpvoxJC/>

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap konten “*Tebak Koleksi (Quick Quiz) Artefak*”, konten ini menunjukkan performa yang sangat baik. Indikator keberhasilan yang ditetapkan minimal 1500 viewers, 18 like, dan 10 komentar. Dari hasil yang ditampilkan dalam dokumentasi gambar, video ini berhasil memperoleh 2.208 viewers, 155 likes, dan 20 komentar. Hal ini, menunjukkan adanya tingkat interaksi yang aktif dari audiens. Komentar-komentar dari audiens yang berantusias dan menunjukkan ketertarikan pada tema kuis artefak museum, seperti ekspresi rasa ingin tahu serta respons humoris berhasil mencuri perhatian audiens. Dengan demikian, konten ini dapat dikategorikan sebagai konten yang sesuai tema yang diinginkan oleh audiens dan dapat dikategorikan efektif dalam *strategi public relations*.

n. Behind The Scene merawat uang logam di museum

Dalam hasil evaluasi publikasi *Behind The Scene merawat uang logam di museum* yang terdapat pada halaman konten video <https://vt.tiktok.com/ZSBpcByHK/> memiliki beberapa indikator keberhasilan diantaranya jumlah viewers sebanyak 1500, jumlah like sebanyak 18, dan terdapat jumlah 10 komentar. Mengukur dengan jumlah keterlibatan (*viewers, like*, dan komen) tersebut dapat mengetahui respons atau perhatian audiens terhadap konten video yang disajikan melalui pra-

survei sebelumnya. Adanya target keberhasilan ini, dapat menjadi acuan setiap perencanaan untuk memberikan arahan, sebagai alat ukur peneran strategi, menjadi bahan evaluasi untuk kedepannya hingga menjadi sumber motivasi yang mendorong untuk memaksimalkan agar mencapai tujuan. Berikut beberapa hasil keterlibatan dalam konten *Behind The Scene merawat uang logam*.



Gambar 4. 45 Jumlah *viewers* konten 14

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpcByHK/>



Gambar 4. 46 Jumlah *like* konten 14

Sumber :<https://vt.tiktok.com/ZSBpcByHK/>



Gambar 4. 47 Jumlah komentar konten 14

Sumber :<https://vt.tiktok.com/ZSBpcByHK/>

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap Konten *Behind The Scene Merawat Uang Logam di Museum* juga memperlihatkan hasil yang sangat memuaskan. Konten ini berhasil mendapatkan 2.231 *viewers*, 162 *likes* dan 20 komentar dari audiens. Komentar yang muncul sangat relevan dengan isi konten, menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menonton tetapi juga memberikan tanggapan terhadap proses perawatan koleksi di museum. Beberapa komentar menunjukkan kekaguman dan rasa penasaran mengenai proses perawatan koleksi logam yang dianggap sulit. Hal ini membuktikan bahwa konten ini berhasil menyampaikan edukasi secara ringan dan menarik, serta memicu interaksi aktif. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa konten ini telah memenuhi dan melampaui semua indikator keberhasilan yang ditentukan.

o. *Fun Fact Raden Ngabehi Ronggowarsito*

Dalam hasil evaluasi publikasi *Fun Fact Raden Ngabehi Ronggowarsito* yang terdapat beberapa indikator keberhasilan diantaranya jumlah *viewers* sebanyak 1500, jumlah *like* sebanyak 18, dan terdapat jumlah 10 komentar. Mengukur dengan jumlah keterlibatan (*viewers*, *like*, dan komentar) tersebut dapat mengetahui respons atau perhatian audiens terhadap konten video yang disajikan. Berikut beberapa hasil keterlibatan dalam konten *Fun Fact Raden Ngabehi Ronggowarsito*.



Gambar 4. 48 Jumlah *viewers* konten 15

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpvwbJm/>



Gambar 4. 49 Jumlah *like* konten 15

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpvwbJm/>



Gambar 4. 50 Jumlah komentar konten 15

Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBpvwbJm/>

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap Konten “*Fun Fact Raden Ngabehi Ronggowarsito*” juga berhasil mencapai seluruh indikator keberhasilan yang telah ditentukan, yaitu minimal 1.500 *viewers*, 18 *like*, dan 10 komentar. Dari hasil gambar diatas, menunjukkan bahwa konten ini memperoleh 1.021 *viewers*, Meskipun angka tersebut sedikit di bawah target penayangan. Namun, dari sisi jumlah komentar yang mencapai 25 komentar dan *like* 50, konten ini menunjukkan adanya interaksi yang baik. Komentar yang muncul mencerminkan ketertarikan audiens terhadap tokoh yang diangkat, mulai dari pertanyaan seputar museum, jam buka, hingga pengalaman pribadi pengunjung saat berkunjung ke Museum Ranggawarsita. Artinya, meskipun dari segi *viewers* belum memenuhi target keberhasilan, tetapi dari segi kualitas interaksi konten ini tetap berhasil menciptakan hubungan yang baik antara audiens dan konten yang disampaikan.

4.6. Analisis Hasil

4.6.1 Analisis Hasil Implementasi SSG Dalam Produksi Video

a. Back sound

Pada sebagian besar konten terdapat perubahan *back sound*. Dalam rentang waktu tiga bulan antara perencanaan hingga proses publikasi, terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi perubahan tersebut. Faktor utama dalam perubahan ini yaitu perubahan tren music di TikTok. Platform ini dikenal sebagai platform yang memengaruhi dan menciptakan tren musik baru dalam waktu yang cepat. Sehingga, museum harus mampu beradaptasi dengan cepat dan memperbarui *back sound* video agar tetap relevan dengan perkembangan tren. Perubahan *back sound* ini karena kurangnya mendukung suasana narasi yang dibangun agar kontennya juga lebih sesuai dengan karakter visual yang ditampilkan dan dapat menarik perhatian penonton, terutama dari kalangan muda. *Backsound* juga dipilih agar ritme dan emosi dalam video lebih seimbang..Selain itu, penggunaan back sound yang sedang viral juga dapat meningkatkan algoritma konten video untuk masuk ke halaman FYP TikTok, sehingga menjangkau lebih banyak audiens.

b. Durasi

Pada tahap perencanaan sampai tahap publikasi terdapat rentang waktu selama dua bulan. Saat implementasi *standart sequence guide* terdapat perubahan durasi. Perubahan tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang muncul selama rentang waktu tersebut. Selain itu, Perubahan durasi dilakukan karena adanya penyesuaian terhadap isi dan materi yang dianggap penting untuk ditampilkan. Beberapa video mengalami penambahan durasi karena adanya tambahan *footage*, wawancara, maupun penjelasan yang lebih lengkap. Misalnya, video mengenai warisan budaya UNESCO ditambah durasinya karena menampilkan visual asli koleksi yang sebelumnya hanya ditampilkan dalam bentuk ilustrasi. Sebaliknya, ada juga beberapa video yang dipersingkat agar lebih padat dan langsung pada inti pembahasan, mengingat audiens memiliki rentang perhatian yang lebih singkat.

c. Scene

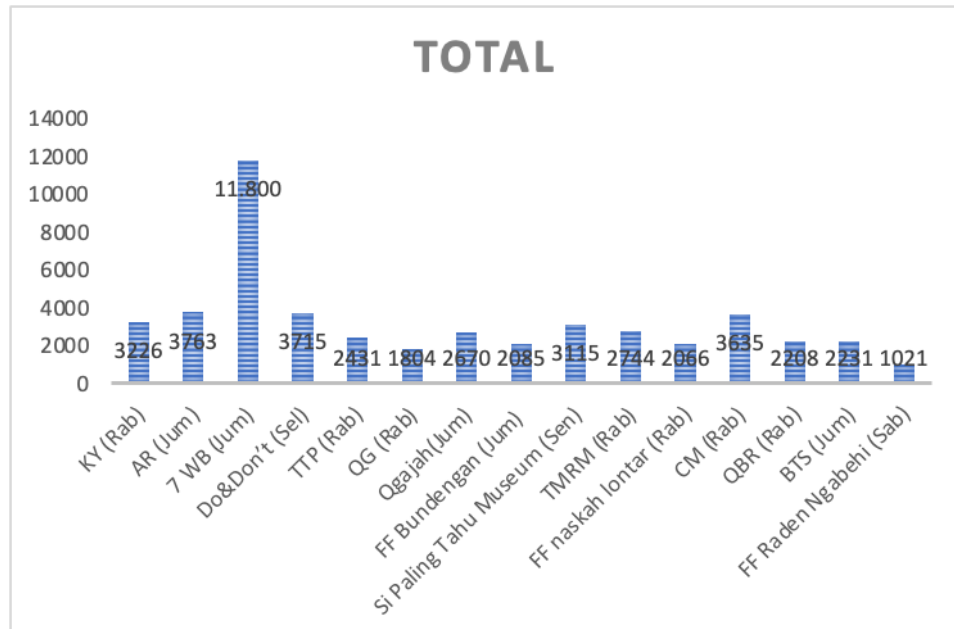
Dalam proses perencanaan hingga publikasi konten membutuhkan waktu tiga bulan. Pada saat implementasi seringkali terjadi perubahan dalam *standard sequence guide*. Perubahan tersebut mencakup penghapusan beberapa scene dan penambahan scene baru. Perubahan scene dilakukan untuk memperkuat alur narasi dan memperbaiki struktur visual yang sebelumnya dianggap kurang efektif. Beberapa scene ditambahkan agar informasi lebih jelas dan menarik, seperti penggunaan *footage* asli koleksi museum, adegan hook di awal video, atau wawancara dengan pihak terkait seperti konservator museum. Tujuan penambahan ini adalah agar video tidak hanya informatif, tetapi juga memiliki alur cerita yang lebih mengalir dan mudah dipahami oleh audiens.

4.6.2 Hasil Publikasi Konten TikTok

Berdasarkan hasil analisis pada 15 konten yang telah diproduksi dan dipublikasikan di akun TikTok Museum Ranggawarsita, engagement rate yang akan dianalisis terbagi menjadi tiga elemen. Elemen-elemen tersebut

yaitu *viewers*, *like*, dan komentar. Adapun hasil dan analisisnya dapat dilihat pada grafik dibawah ini.

a. *Viewers*



Gambar 4. 51 Grafik jumlah *viewers* konten TikTok

Sumber: exolyt.com

Keterangan :

- KY : Kenalan yuk
- AR : Augmented Reality
- 7 WB : 7 Warisan Budaya
- Do&Don't : Apa saja yang boleh dilakukan dan tidak boleh dilakukan
- TTP : Tipe Tipe Pengunjung
- QG : Quiz Genta
- QGajah : Quiz Gajah
- FF Bundengan : FunFact Bundengan
- TMRM : The Master of Ranggawarsita Museum
- FF naskah lontar : FunFact Naskah Lontar
- CM : Cerita Mereka, Cerita Museum
- QBR : Quiz Batu Rajah
- BTS : Behind The Scene

FF Raden Ngabehi: FunFact Raden Ngabehi

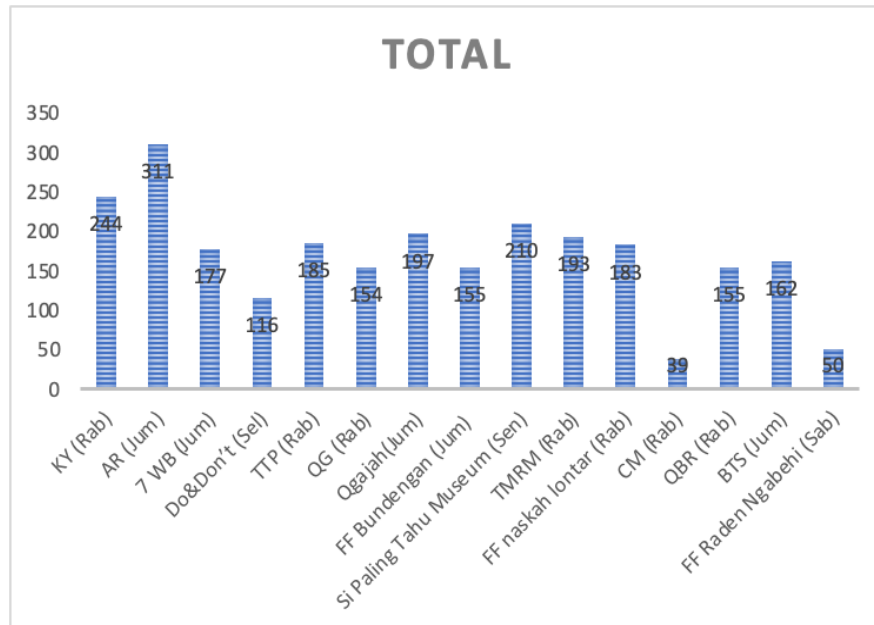
Berdasarkan gambar 4.50, dapat dilihat bahwa penulis telah membuat lima belas konten yang berhasil mencapai jumlah *viewers* sebanyak 48.514. Konten dengan jumlah *viewers* tertinggi yaitu konten video “7 Warisan Budaya yang diakui UNESCO” yang diunggah pada hari Jumat, 13 Juni 2025 dengan total 11.800 *viewers*. Jumlah ini menunjukkan performa yang sangat baik dan menandakan bahwa tema yang berkaitan dengan warisan budaya memiliki daya tarik yang tinggi audiens, terutama jika dikemas dengan pendekatan visual yang menarik dan informatif. Hal ini menunjukkan bahwa konten tersebut berhasil menarik perhatian audiens.

Sebaliknya, konten dengan jumlah *viewers* terendah adalah konten video Quick Quiz “Genta” yang diunggah pada hari Rabu, 18 Juni 2025 dengan total 1804 *viewers*. Meskipun jumlah *viewers* nya lebih rendah dibandingkan dengan konten lainnya, konten ini dianggap berhasil karena melebihi target keberhasilan sesuai yang telah ditetapkan yaitu sebanyak 1500 *viewers*. Namun, ada satu video yang tidak berhasil mencapai target keberhasilan sesuai yang telah ditetapkan pada tabel 2 diatas. Konten video Funfact Raden Ngabehi Ranggawarsita yang ditargetkan untuk dapat mencapai 1500, akan tetapi hanya berhasil mencapai 1021 *viewers*. Hal ini dapat menjadi bahan evaluasi terhadap tema, waktu unggah, durasi, atau teknik editing yang digunakan dalam video tersebut. Penyebab rendahnya *viewers* berasal dari kurang relevannya konten tersebut dengan minat audiens, atau kurang optimalnya strategi promosi dan pemilihan waktu tayang.

Konsistensi dalam mempublikasikan konten merupakan salah satu faktor utama yang diperlukan untuk membaangun hubungan baik antara audience dengan museum. Jadi, dapat disimpulkan bahwa menggunggah konten secara konsisten dengan jadwal yang teratur, seperti setiap 3 kali dalam seminggu dan di jam yang sama memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi populer atau muncul di halaman explore “*For Your Page*”. Audience cenderung akan lebih terlibat dan memantau perkembangan konten museum. Dengan demikian, menerapkan taktik konsistensi dalam menggunggah konten adalah

langkah yang tepat untuk mencapai tujuan dalam meningkatkan pengetahuan audiens terhadap Museum Ranggawarsita.

b. Like



Gambar 4. 52 Grafik Jumlah Like

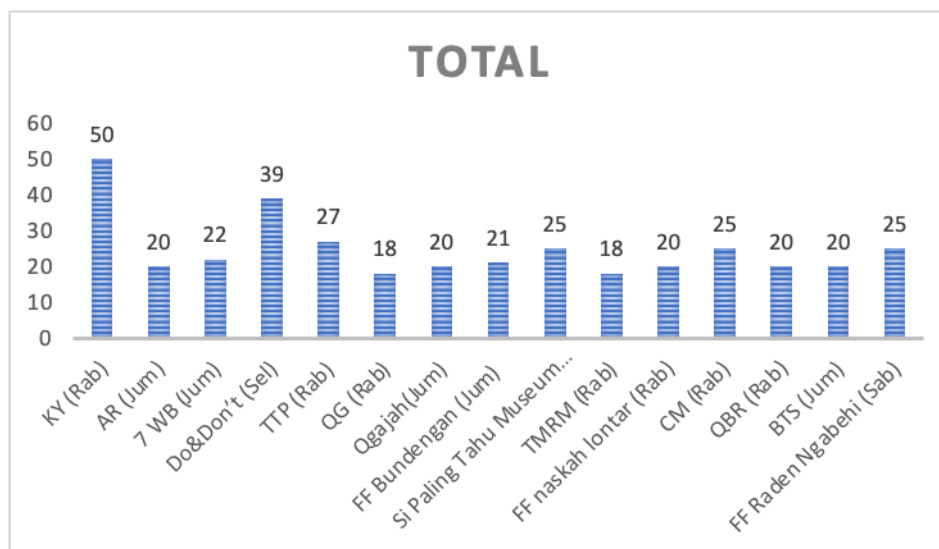
Sumber: exolyt.com

Keterangan :

- KY : Kenalan yuk
- AR : Augmented Reality
- 7 WB : 7 Warisan Budaya
- Do&Don't : Apa saja yang boleh dilakukan dan tidak boleh dilakukan
- TTP : Tipe Tipe Pengunjung
- QG : Quiz Genta
- QGajah : Quiz Gajah
- FF Bundengan : *Fun Fact* Bundengan
- TMRM : The Master of Ranggawarsita Museum
- FF naskah lontar : *Fun Fact* Naskah Lontar
- CM : Cerita Mereka, Cerita Museum
- QBR : Quiz Batu Rajah
- BTS : Behind The Scene

Data yang telah disajikan pada gambar 4.51, memberikan gambaran mengenai jumlah *like* yang didapat melalui lima belas konten yang telah dibuat. Secara keseluruhan, lima konten tersebut berhasil mengumpulkan 2531 *like*. Konten dengan jumlah *like* tertinggi yaitu konten video “Augmented Reality” yang diunggah pada Jumat, 13 Juni 2025 mencapai 311 *like*. Hal ini menunjukkan bahwa tema yang mengangkat teknologi interaktif seperti Augmented Reality cenderung menarik perhatian dan minat audiens, khususnya kalangan muda yang menjadi target utama pengguna TikTok. Penggunaan teknologi terkini dalam konten edukasi museum juga dinilai mampu meningkatkan engagement karena memberikan pengalaman visual yang lebih modern dan informatif. Sedangkan, konten dengan jumlah *like* terendah yaitu konten video “Cerita Mereka, Cerita Museum” yang diunggah pada hari Rabu, 2 Juli 2025 mendapatkan *like* sebanyak 39. Rendahnya angka *like* pada konten ini kemungkinan disebabkan oleh konten dengan tema testimoni pengunjung yang kurang menarik secara visual dibandingkan konten interaktif atau kuis, sehingga berdampak pada tingkat keterlibatan pengguna.

c. Komentar



Gambar 4. 53 Grafik Jumlah Komentar

Sumber: exolyt.com

Keterangan :

KY	: Kenalan yuk
AR	: Augmented Reality
7 WB	: 7 Warisan Budaya
Do&Don't	: Apa saja yang boleh dilakukan dan tidak boleh dilakukan
TTP	: Tipe Tipe Pengunjung
QG	: Quiz Genta
QGajah	: Quiz Gajah
FF Bundengan	: <i>Fun Fact</i> Bundengan
TMRM	: The Master of Ranggawarsita Museum
FF naskah lontar	: <i>Fun Fact</i> Naskah Lontar
CM	: Cerita Mereka, Cerita Museum
QBR	: Quiz Batu Rajah
BTS	: Behind The Scene
FF Raden Ngabehi	: <i>Fun Fact</i> Raden Ngabehi

Berdasarkan gambar 4.52, dapat dilihat grafik diatas merupakan jumlah komentar dari lima belas konten TikTok yang telah dipublikasikan. Secara keseluruhan, lima konten tersebut berhasil mengumpulkan 370 komentar. Terdapat adanya variasi interaksi audiens dalam bentuk komentar pada setiap video. Komentar merupakan salah satu bentuk keterlibatan aktif dari pengguna yang menunjukkan respons langsung terhadap isi konten. Konten dengan jumlah komentar tertinggi adalah “Kenalan Yuk Sama Museum Ranggawarsita” yang diunggah pada Rabu, 11 Juni 2025 dengan jumlah komentar 50. Hal ini menunjukkan bahwa tema yang memberikan informasi kepada penonton atau viewers mampu mendorong partisipasi secara langsung.

4.6.3 Aspek-aspek yang mempengaruhi peningkatan engagement

Berdasarkan hasil publikasi pada 15 konten tersebut, peneliti menemukan aspek-aspek yang mempengaruhi peningkatan engagment dari implementasi *strategi public relations* pada akun TikTok Museum Ranggawarsita. Diantaranya yaitu sebagai berikut:

a. Waktu publikasi

Dari hasil penerapan *strategi public relations* pada akun TikTok @museumranggawarsita, terlihat adanya peningkatan engagement. Konten yang diunggah pada hari Rabu pukul 10.00 wib mendapatkan 3326 viewers, 244 like dan 50 komentar. Serta, konten yang diunggah pada hari jumat pukul 12.30 wib mendapatkan 11.800 viewers, 177 like dan 22 komentar. Dengan demikian, waktu publikasi merupakan salah satu aspek yang berpengaruh dalam meningkatnya engagement, dapat dilihat dari interaksi yang cenderung meningkat pada konten video yang diunggah pada hari Rabu dan Jumat. Data tersebut dapat dilihat pada gambar 4.50 hingga 4.52.

b. Tema konten

Hasil implementasi dari *strategi public relations* pada akun TikTok @museumranggawarsita, menunjukkan bahwa terdapat peningkatan engagement. Aspek kedua yang memiliki pengaruh dalam meningkatnya engagement adalah tema konten. Hal ini dapat dilihat dari gambar 4.50 hingga 4.52 yang menunjukkan bahwa adanya peningkatan engagement pada konten video dengan tema yang membangkitkan rasa ingin tahu, seperti edukasi seputar teknologi terbaru di museum, sejarah, atau sosok ikonik misalnya, Kenalan Yuk Sama Museum Ranggawarsita, *Augmented Reality*, Apa saja yang boleh dan tidak boleh dilakukan di museum, cenderung menarik perhatian lebih banyak Audiens. Tema yang relatable dan memicu opini atau pengalaman pribadi juga lebih potensial menghasilkan komentar. Sebaliknya, konten yang hanya bersifat informatif tanpa pemicu interaksi cenderung menghasilkan engagement rendah.

c. *Call to Action* (CTA)

Hasil implementasi dari *strategi public relations* pada akun TikTok @museumranggawarsita, menunjukkan bahwa terdapat peningkatan engagement juga pengaruh pada *call to action* (CTA). Konten yang menyisipkan *call to action* adalah konten video yang mengajak langsung audiens untuk berkomentar menjawab pertanyaan, atau memberikan

pendapat secara langsung yang dapat meningkatkan peluang interaksi antara museum dan audiens. Konten yang menyisipkan CTA secara aktif menunjukkan kecenderungan mendapatkan komentar lebih tinggi dibanding yang tidak. Dapat disimpulkan bahwa strategi dengan menggunakan *call to action* ini mengundang banyak perhatian audiens.

d. Hastag

Penggunaan hashtag juga aspek yang mempengaruhi peningkatan engagement, penggunaan hastag adalah sebagai alat untuk meningkatkan visibilitas pada algoritma media sosial khususnya di TikTok. Hasil dari publikasi 15 konten, hastag yang digunakan antara lain : #fyp #museumranggawarsita #pdkjateng #edukasibudaya #ExploreSemarang #JelajahBudaya #wisatasemarang #MuseumIndonesia #fypindonesia #viral #sejarahindonesia #hiddengem. Penggunaan hashtag yang tepat dengan tema konten, dan populer di kalangan target audiens dapat memperluas jangkauan konten secara organik. Semakin banyak pengguna yang menemukan konten melalui hashtag, semakin besar juga interaksi dalam bentuk komentar, like, dan share. Namun, efektivitas hashtag sangat dipengaruhi oleh kesesuaian dengan isi konten serta tren yang sedang berlangsung.

4.7. Hambatan & Solusi

4.7.1 Pra Produksi

Pada tahap pra produksi, penulis terdapat kendala yang dihadapi. Pada saat wawancara, penulis cukup terkendala dengan waktu. Waktu dalam pertemuan antara penulis dan klien dapat berubah-ubah tidak sesuai jadwal. Namun, terus dilakukan komunikasi yang baik antara penulis dan klien melalui whatsapp hingga proses produksi dapat dilaksanakan.

4.7.2 Produksi

Pada tahap produksi, kendala yang dialami oleh penulis yaitu alat *clip on* yang digunakan saat *shooting* atau pengambilan gambar mengalami kerusakan sehingga tidak dapat merekam suara dengan baik. Untuk

mengatasi hal ini, penulis menggunakan perangkat handphone sebagai alternatif alat perekam suara guna menjaga kelancaran proses produksi.

4.7.3 Pasca Produksi

Pada tahap akhir, tentunya penulis mendapati permasalahan dalam pengunggahan video. Hambatannya adalah terjadi penundaan publikasi video yang awalnya dijadwalkan tayang pada 9 Juni 2025, namun terpaksa diundur hingga 11 Juni 2025 karena staff media sosial museum mengalami kendala lupa kata sandi akun. Hambatan ini dapat diatasi dengan bantuan staff media sosial museum yang membantu mereset ulang kata sandi. Selain itu, terdapat kendala ketika video tidak dapat dipublikasikan pada hari libur karena staff media sosial tidak membawa perangkat kantor seperti laptop atau ponsel dinas. Solusi yang diberikan penulis adalah dengan memanfaatkan fitur penjadwalan (*schedule*) yang tersedia pada platform TikTok.

Selain itu, terdapat hambatan administratif berupa kebijakan baru dari Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Jawa Tengah yang melarang unggahan konten pada akun pribadi UPT. Sebagai solusinya, Kepala Dinas dan staff media sosial museum melakukan negosiasi dengan PPID Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Jawa Tengah, yang kemudian menghasilkan keputusan bahwa konten diperbolehkan diunggah oleh UPT, dengan catatan tidak boleh mendahului unggahan resmi dari akun Disdikbud. Terakhir, kendala teknis terjadi setelah publikasi konten ke-15, di mana audio yang sebelumnya telah disunting dan dimasukkan melalui aplikasi CapCut secara otomatis hilang atau dalam keadaan *ter-mute* setelah diunggah ke platform TikTok pada hari ke lima. Setelah ditelusuri, masalah ini disebabkan oleh sistem TikTok yang mendeteksi adanya pelanggaran hak cipta pada audio yang digunakan, meskipun audio tersebut tersedia secara bebas di CapCut. TikTok secara otomatis menonaktifkan suara dalam video sebagai bentuk penegakan kebijakan hak cipta.

4.8. Sustainability

Konten video TikTok yang telah diproduksi tetap dapat dimanfaatkan sebagai bentuk keberlanjutan dari proyek ini, dilakukan transfer pengetahuan kepada klien mengenai strategi produksi konten digital yang berfokus pada peningkatan *engagement rate*. Materi yang disampaikan mencakup pembuatan *hook* serta penentuan waktu unggah yang tepat. Selain itu, saya juga melibatkan salah satu staf dari pihak klien dalam proses produksi konten secara langsung. Langkah ini bertujuan agar klien tidak hanya menerima hasil akhir, tetapi juga memahami prosesnya, sehingga mampu mereplikasi dan mengelola konten secara mandiri di kemudian hari.