

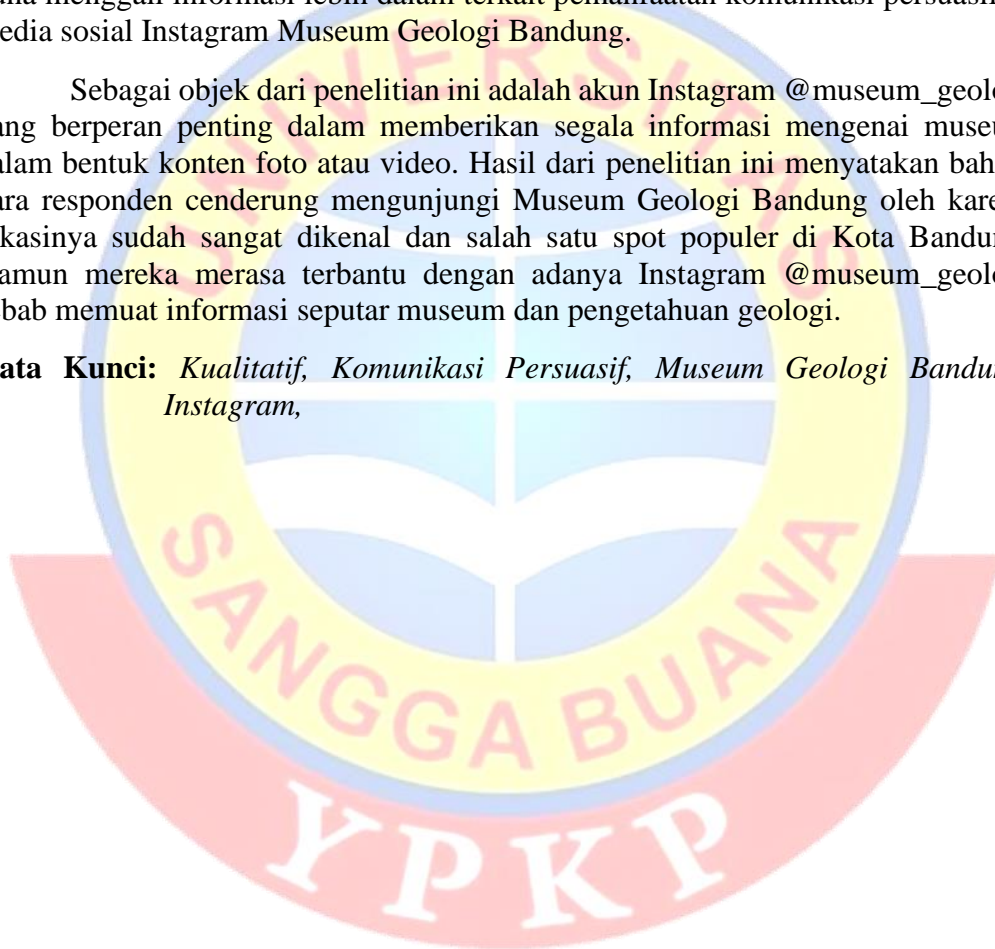
ABSTRAK

Dalam hal mempromosikan sesuatu di media sosial seperti Instagram diperlukan adanya komunikasi persuasif. Komunikasi ini bersifat membujuk audiens tanpa adanya paksaan dengan harapan dapat meningkatkan kesadaran dan emosi audiens, seperti yang dilakukan oleh Museum Geologi Bandung melalui akun Instagram @museum_geologi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konten persuasif pada akun Instagram @museum_geologi dapat menarik perhatian pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dimana teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan wawancara dan observasi secara langsung guna menggali informasi lebih dalam terkait pemanfaatan komunikasi persuasif di media sosial Instagram Museum Geologi Bandung.

Sebagai objek dari penelitian ini adalah akun Instagram @museum_geologi yang berperan penting dalam memberikan segala informasi mengenai museum dalam bentuk konten foto atau video. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa para responden cenderung mengunjungi Museum Geologi Bandung oleh karena lokasinya sudah sangat dikenal dan salah satu spot populer di Kota Bandung. Namun mereka merasa terbantu dengan adanya Instagram @museum_geologi sebab memuat informasi seputar museum dan pengetahuan geologi.

Kata Kunci: *Kualitatif, Komunikasi Persuasif, Museum Geologi Bandung, Instagram,*



ABSTRACT

In promoting something on social media platforms like Instagram, persuasive communication is necessary. This communication aims to persuade the audience without coercion, with the hope of increasing awareness and emotions, as demonstrated by the Bandung Geological Museum through their Instagram account @museum_geologi.

This study aims to understand how persuasive content on the Instagram account @museum_geologi can attract visitors' attention. The research employs a descriptive qualitative method, with data collection techniques involving interviews and direct observation to delve deeper into the use of persuasive communication on the Instagram of the Bandung Geological Museum.

The object of this study is the Instagram account @museum_geologi, which plays a crucial role in providing all information about the museum in the form of photo or video content. The results of this study indicate that respondents are inclined to visit the Bandung Geological Museum due to its well-known location and its status as a popular spot in Bandung. However, they feel assisted by the Instagram account @museum_geologi, as it provides information about the museum and geological knowledge.

Keywords: *Qualitative, Persuasive Communication, Bandung Geological Museum, Instagram*

