

**Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Benteng Vredenburg Melalui  
Media *Online* dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Masa  
Pandemi Covid-19 (Maret-Desember 2020)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk Memenuhi Salah Satu  
Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



**Disusun Oleh:**

**Fauzi Ahnaf Pratama**

**20170530091**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2022**

## **HALAMAN JUDUL**

Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Benteng Vredeburg Melalui Media  
*Online* dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Masa Pandemi Covid-19  
(Maret-Desember 2020)

## **SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk Memenuhi Salah  
Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun Oleh:

Fauzi Ahnaf Pratama

20170530091

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2022



## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fauzi Ahnaf Pratama

NIM : 20170530091

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Benteng Vredeburg Melalui Media *Online* dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Masa Pandemi Covid-19 (Maret-Desember 2020)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang saya kutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari skripsi saya terbukti merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademis sesuai dengan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Maret 2022



Fauzi Ahnaf Pratama

**HALAMAN MOTTO**

**“In Valor There Is Hope”**

(Tacitus)

**“Selalu Libatkan Allah SWT Dalam Segala Urusan, InsyaAllah Akan  
Dipermudah Jalannya”**

(Fauzi Ahnaf Pratama)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji syukur kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala kuasa dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan pendidikan Studi Ilmu Komunikasi Strata 1. Bersama ketulusan dan kerendahan hati, karya ilmiah ini saya persembahkan kepada:

**Orang Tua Saya Bapak Alm. Letkol CTP Wahyu Eko Hapsoro, S.Si  
dan**

**Ibu Ratna Harmini S.Pd, M.Si**

Terima kasih karena selalu memberikan dorongan semangat, motivasi, dan do'a, serta terima kasih atas segala dukungan yang diberikan mulai dari rohani, tenaga maupun dari segi materi terutama kepada Bapak saya yang sebelum meninggal akibat Covid-19 menitipkan pesan kepada saya untuk segera lulus.

**Keluarga Besar Zainuddin & Walgito**

Terima kasih atas *support* yang selalu diberikan.

**Sahabat Saya Nandha, Aldy, Faiz, Fajar**

Terima kasih untuk sahabat saya yang selalu tidak ada hentinya men-*support* saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

**Mauditya Dian Ramadhani**

Terima kasih.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Benteng Vredenburg Melalui Media *Online* dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Masa Pandemi Covid-19 (Maret-Desember 2020)” sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2022.

Penelitian skripsi ini dapat terselesaikan tidak lepas dari bimbingan, dorongan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyo, M.P. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Taufiqurrahman, S.IP, MA, Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar selalu membimbing dan memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Ibu Dr. Yeni Rosilawati, S.IP, S.E, M.M selaku Dosen Penguji yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji dan memberikan masukan serta saran kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.



5. Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji dan memberikan masukan serta saran kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Mega Mandha S., S.H selaku Penyusun Program, Anggaran dan Pelaporan Museum Benteng Vredeburg, Ibu Ita R., S. Kom selaku Koordinator Publikasi dan Pengelola *Website*, Ibu Erlina selaku Kepala Sekolah SMP Dharma Suci, dan Mas Juvie Anandha yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membagikan informasi yang sangat bermanfaat dalam penelitian ini.
7. Seluruh Dosen Ilmu komunikasi yang telah memberikan ilmu bermanfaat kepada penulis sejak awal perkuliahan hingga lulus.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan dan sahabat saya yang telah *men-support* penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Museum Benteng Vredeburg yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, kritik dan saran akan sangat penulis harapkan. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat selalu bermanfaat. Tidak ada yang dapat penulis berikan selain ucapan terima kasih atas seluruh bantuan yang telah diberikan.

Yogyakarta, 14 Maret 2022



Fauzi Ahnaf Pratama

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Manfaat Penelitian.....	15
1. Manfaat Teoritis.....	15
2. Manfaat Praktis .....	15
E. Kajian Teori.....	15
1. Komunikasi Pemasaran.....	15
2. Strategi Komunikasi Pemasaran .....	17
3. Bauran Komunikasi Pemasaran .....	23
4. Evaluasi.....	33
F. Metode Penelitian .....	34



1. Jenis Penelitian.....	34
2. Objek Penelitian.....	34
3. Lokasi Penelitian.....	34
4. Teknik Pengumpulan Data.....	35
5. Teknik Analisis Data.....	37
6. Uji Validitas Data .....	39
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
A. Gambaran Umum Museum Benteng Vredeburg .....	40
1. Profil Museum Benteng Vredeburg .....	40
2. Visi dan Misi Museum Benteng Vredeburg .....	41
3. Prestasi Museum Benteng Vredeburg.....	42
4. Tujuan Museum Benteng Vredeburg.....	42
5. Logo Museum Benteng Vredeburg.....	43
6. Struktur Organisasi dan Tata Kerja Museum Benteng Vredeburg .....	43
<b>BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>46</b>
A. Sajian Data.....	46
1. Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	46
2. Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran .....	54
3. Evaluasi.....	100
B. Analisis Data.....	108
1. Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran .....	108
2. Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran .....	114
3. Evaluasi.....	134
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>136</b>
A. Kesimpulan.....	136

B. Saran .....	137
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>139</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>144</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Data Sektor Industri yang terdampak Covid-19.....	2
Gambar 1.2.	Aktivitas unggahan melalui <i>instastory</i> Instagram Museum Benteng Vredeburg.....	6
Gambar 1.3.	Aktivitas unggahan <i>Channel Youtube</i> Museum Benteng Vredeburg.....	6
Gambar 1.4.	Tingkat Kunjungan Wisatawan Museum Vredeburg Belum Optimal.....	7
Gambar 1.5.	Artikel berita Museum Benteng Vredebug memperoleh predikat WBK.....	9
Gambar 1.6.	Unggahan melalui <i>website</i> yang dimiliki Museum Benteng Vredeburg.....	10
Gambar 1.7.	Unggahan melalui <i>website</i> yang dimiliki Museum Monumen Jogja kembali.....	11
Gambar 1.8.	Komponen Komunikasi Pariwisata.....	18
Gambar 2.1.	Logo Museum Benteng Vredeburg.....	43
Gambar 3.1.	Unggahan fasilitas <i>e-Ticket</i> melalui Instagram Museum Benteng Vredeburg pada pandemi Covid-19 tahun 2020.....	55
Gambar 3.2.	Unggahan <i>talkshow</i> radio Museum Benteng Vredeburg melalui Youtube pada pandemi Covid-19 tahun 2020.....	56
Gambar 3.3.	Alur protokol kesehatan di Museum Benteng Vredeburg yang diunggah melalui Youtube pada pandemi Covid-19 tahun 2020..	57
Gambar 3.4.	Fasilitas ramah disabilitas yang diunggah melalui Facebook Museum Benteng Vredeburg pada pandemi Covid-19 tahun 2020.....	58
Gambar 3.5.	Informasi fasilitas Museum yang diunggah melalui <i>Website</i> Museum Benteng Vredeburg pada pandemi Covid-19 tahun 2020.....	58



Gambar 3.6.	Unggahan melalui Twitter Museum Benteng Vredeburg selama pandemi 2020 .....	59
Gambar 3.7.	Unggahan ulang <i>instastory</i> Museum Benteng Vredeburg dari peserta yang mendapatkan <i>merchandise</i> .....	61
Gambar 3.8.	Informasi layanan penelitian Museum Benteng Vredeburg .....	63
Gambar 3.9.	Kegiatan <i>Virtual Tour</i> Museum Benteng Vredeburg bersama FAMRUMPES di tahun 2020 .....	65
Gambar 3.10.	Bincang Publik <i>live streaming</i> melalui kanal Youtube Museum Benteng Vredeburg.....	66
Gambar 3.11.	Kegiatan <i>Talkshow</i> Radio Museum Benteng Vredeburg dengan Geronimo FM bertemakan Refleksi Hari Pahlawan 2020 .....	67
Gambar 3.12.	Kegiatan Seminar Daring yang diadakan oleh Museum Benteng Vredeburg pada 2020 .....	67
Gambar 3.13.	Pameran <i>Virtual</i> Jaring Artropoda yang digelar oleh Museum Benteng Vredeburg pada tahun 2020 .....	68
Gambar 3.14.	Kegiatan Panggung Kreasi Apresiasi Publik yang dilakukan oleh Museum Benteng Vredeburg dan ditayangkan <i>streaming</i> melalui Youtube Museum pada 2020.....	69
Gambar 3.15.	Testimoni pengunjung Pameran Temporer Peringatan Serangan Umum 1 Maret 1949 “Di Balik Serangan Fajar” tahun 2020 .....	71
Gambar 3.16.	Sajian <i>link</i> Facebook, Instagram, Twitter, Youtube pada <i>website</i> Museum Benteng Vredeburg yang sudah terintegrasikan.....	74
Gambar 3.17.	Sajian informasi layanan selama pandemi 2020 pada <i>website</i> Museum Benteng Vredeburg.....	75
Gambar 3.18.	Sajian informasi <i>event</i> di masa pandemi Covid-19 tahun 2020 pada <i>website</i> Museum Benteng Vredeburg.....	76
Gambar 3.19.	Ilustrasi gambar bergerak yang ada pada <i>website</i> Museum Benteng Vredeburg .....	77

Gambar 3.20. Foto profil Instagram Museum Benteng Vredeburg .....	80
Gambar 3.21. Foto profil Facebook Museum Benteng Vredeburg.....	80
Gambar 3.22. Foto profil Twitter Museum Benteng Vredeburg.....	81
Gambar 3.23. Foto profil Youtube Museum Benteng Vredeburg.....	81
Gambar 3.24. <i>Username</i> Instagram yang digunakan Museum Benteng Vredeburg .....	82
Gambar 3.25. Nama pada Instagram Museum Benteng Vredeburg.....	83
Gambar 3.26. Bio pada Instagram Museum Benteng Vredeburg .....	83
Gambar 3.27. <i>Link website</i> yang ada pada profil Instagram Museum Benteng Vredeburg .....	84
Gambar 3.28. Tampilan fitur <i>contact</i> pada profil Instagram.....	85
Gambar 3.29. Tampilan isi pada tombol <i>contact</i> yang ada pada profil Instagram Museum Benteng Vredeburg.....	85
Gambar 3.30. Salah satu konten Instagram Museum Benteng Vredeburg .....	87
Gambar 3.31. Dokumentasi unggahan dengan konsep kolase foto pada Instagram Museum Benteng Vredeburg.....	88
Gambar 3.32. <i>Caption</i> pada unggahan promosi Instagram Museum Benteng Vredeburg .....	89
Gambar 3.33. <i>Caption</i> konten lomba kuis yang diadakan Museum Benteng Vredeburg dan diunggah melalui Instagram .....	91
Gambar 3.34. Salah satu komentar bersifat masukan yang tidak direspon oleh Museum Benteng Vredeburg.....	92
Gambar 3.35. Salah satu komentar yang direspon oleh admin Instagram Museum Benteng Vredeburg.....	93
Gambar 3.36. Salah satu penggunaan <i>hashtag</i> pada Instagram Museum Benteng Vredeburg .....	94

Gambar 3.37. Unggahan konten Lomba Mendongeng pada Instagram Museum Benteng Vredeburg.....	95
Gambar 3.38. Dokumentasi <i>highlights stories</i> yang ada pada Instagram Museum Benteng Vredeburg.....	97
Gambar 3.39. IGTV Museum Benteng Vredeburg pada pandemi Covid-19 tahun 2020 .....	99
Gambar 3.40. Informasi layanan kunjungan selama pandemi Covid-19 tahun 2020 .....	101
Gambar 3.41. Unggahan Survei Sajian Layanan Daring Museum Benteng Vredeburg Selama Pandemi Covid-19 tahun 2020 melalui Instagram. ....	105
Gambar 3.42. Komentar salah satu masyarakat pada unggahan survei melalui Instagram Museum Benteng Vredeburg.....	106
Gambar 3.43. Grafik Capaian Jumlah Masyarakat yang Mengapresiasi Museum .....	107
Gambar 3.44. Data Capaian Program/Kegiatan IKSS yang Mengapresiasi Museum .....	108



## **DAFTAR BAGAN**

- Bagan 2.1. Struktur Organisasi dan Tata Kerja Museum Benteng Vredeburg 43
- Bagan 2.2. Struktur Organisasi dan Tata Kerja Museum Benteng Vredeburg 44