

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai peran media sosial sebagai sarana pemasaran Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta di masa pandemi covid-19 dapat disimpulkan bahwa Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta menggunakan media sosial diantaranya Instagram, Youtube, Facebook, Twitter, dan Website. Dengan penggunaan media sosial tersebut dapat meningkatkan pengunjung dan mempertahankan eksistensi museum di masa pandemi. Hal ini dapat terjadi karena konsistensi tim publikasi museum dalam mengunggah konten dan mengadakan kegiatan-kegiatan yang bersifat daring yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran.

Sesuai dengan kategori Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta sebagai museum sejarah, maka konten yang diangkat berawal dari koleksi-koleksi terkait masa penjajahan dan juga kegiatan-kegiatan yang mengajak masyarakat untuk mengenal perjuangan Indonesia dalam merebut kemerdekaan. Dengan mengaplikasikan beberapa metode yang dilakukan untuk menunjang *industry 4.0*, museum mengoptimalkan media sosial sebagai sarana interaksi dengan publik dan menjaga eksistensi lewat informasi yang disebarluaskan untuk masyarakat.

Mengingat angka covid semakin naik di masa pandemi covid-19, museum berusaha melayani masyarakat dengan sebaik mungkin melalui media sosial yang dimiliki oleh museum. Beberapa fitur baru diupayakan untuk melengkapi kebutuhan bermitra dengan masyarakat. Pandemi memberikan dampak buruk bagi beberapa sektor, namun di sisi lain ini adalah sebuah tantangan serta peluang untuk membuat perubahan baru. Dalam aspek pemasaran, Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta menggunakan media sosial pada saat pandemi mulai menyebar di Indonesia.

Dalam penelitian ini, Instagram menjadi aplikasi yang dinilai paling mudah dan diminati masyarakat khususnya dalam penyebaran informasi. Instagram menjadi muara diantara media sosial lainnya, karena melalui platform ini masyarakat dapat mengetahui info dan konten yang diunggah secara mudah dan cepat. Pemasaran yang dilakukan melalui beberapa media sosial yaitu dengan membuat konten yang dapat dinikmati masyarakat sebagai edukasi dan juga hiburan baik berupa foto, video, siaran langsung, webinar, dan juga series film. Dengan pengadaan produksi konten yang memuat edukasi seputar museum, museum tetap dapat menyapa masyarakat tanpa harus berkunjung ke museum.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan mengenai pemasaran melalui media sosial di masa pandemi covid-19, maka terdapat saran untuk pihak-pihak terkait. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Untuk Penelitian Selanjutnya
  - a. Menambah lagi pengetahuan dan pemahaman media sosial khususnya di Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta
  - b. Meningkatkan kembali kesadaran dan ketertarikan dalam penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran di era industri 4.0.
  - c. Menjadikan teori yang diperoleh di masa perkuliahan sebagai bekal pengimplementasian di dalam penelitian
2. Untuk Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta
  - a. Menambah sudut pandang dari pihak eksternal sehingga dapat bertukar pikiran
  - b. Menjalin hubungan dengan Institusi untuk program penelitian
  - c. Menerima ide-ide baru dan saran positif dari mahasiswa
  - d. Memerlukan adanya dokumentasi tiap bulan dan tahun guna melengkapi kearsipan museum dan dapat melihat penilaian melalui data yang dikumpulkan, sehingga pemasaran melalui media sosial dapat dikembangkan lagi melalui data yang terkumpul

3. Untuk Masyarakat

- a. Memaksimalkan media sosial karena akan sangat berguna untuk memudahkan penerimaan informasi dan berita-berita terkini
- b. Menyadari bahwa di era industri 4.0 sudah selayaknya kita semua lebih mempelajari dan memahami pemasaran berbasis digital
- c. Memanfaatkan media sosial dengan baik dan benar sebagaimana dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran



## Daftar Pustaka

### Buku

- Akbar, A. (2010). *Museum di Indonesia: kendala dan harapan*. Papas Sinar Sinanti.
- Bambang, S. (2012). *Instagram Hand book*. Mediakita.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Marketing* (Sobirin (ed.); 1st ed.). Celebes Media Perkasa.
- Dempster, C., & Lee, J. (2015). *The Rise of The Platform Marketer*. John Wiley and Sons inc.
- Direktorat Museum. (2007). *Pengelolaan Koleksi Museum*. 24.
- Furchan, A. (1982). *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Usaha Nasional.
- Gunawan, I. (2013). Kualitatif Imam Gunawan. *Pendidikan*, 143.
- Herman. (2007). *Metode Penelitian*. Universitas Terbuka.
- Ir. Agustina Shinta, M. P. (2011). Manajemen Pemasaran. In *Edisi Millenium, Jilid 1*.
- Istimewa, D. P. D. (2021). Buku Statistik Kepariwisata 2020. *Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta*, 1–98.
- Jubilee Enterprise. (2012). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Elex Media Komputindo.
- Kemendagri. (2014). Optimalisasi Media Sosial. In *Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI* (Vol. 53, Issue 9).
- Kotler, Philip. & Armstrong, G. (1997). *Dasar-dasar Pemasaran "Principle of Marketing 7e."* Prenhallindo.
- Nurhadi. (2007) *Poskolonial: Sebuah Pembahasan*. Universitas Negeri Yogyakarta 1–19. [staffnew.uny.ac.id](http://staffnew.uny.ac.id)
- Prasetijo, R., & Ihalaw, J. (2005). *Perilaku Konsumen*. Andi Offset.
- Rangkuti, F. (2003). *Riset Pemasaran* (cetakan ke). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sulistya, V. A. (2020). *Buku Panduan Museum Benteng Vredenburg*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sundriyanto, D., Novianti, N., Yanto, B., Supriyanto, A., Prodi, S., Informatika, T., & Pengaraian, U. P. (2021). *Training For Development Of Blog And Website Skills For Integrated Vocational School Students*. 49–56.
- Susanto, G. (2017). *The Power Of Digital Marketing*. Elex Media Komputindo.
- Susanto, Mikke. (2004). *Menimbang Ruang Menata Rupa*. Yogyakarta: Galang Press
- Susanto, Mikke. (2021). *Mengapa Sih Lukisan Mahal*. Dicti Art Laboratory
- Tjahjopurnomo, R. (2011). Sejarah Permuseuman Di Indonesia. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Travers, T., & Glaister, S. (2004). *Valuing museums: Impact and innovation among national museums*. National Museum Directors' Conference, Imperial War Museum
- Winman, J. (2015). *Digital Disciplines*. John Wiley and Sons inc.
- Yamin Data, M. (1984). *Museum Sebagai Sarana Pendidikan Non Formal*. Museografia.

### **Jurnal dan Skripsi**

- Aprizal, P. (2020). Strategi Promosi Museum Konferensi Asia Afrika Bandung Melalui Media Sosial Instagram. *Universitas Pasundan*.
- Cornellia, A. H., & Hermawan, H. (2020). Upaya Meningkatkan Angka Kunjungan Museum Melalui Social Media Marketing – Studi Pendahuluan. *Jurnal Kepariwisata Indonesia : Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 14(1), 1–8.
- Cornellia, A. H. (2018). Model Pemasaran Museum Di Yogyakarta ; Tantangan Dan Kesempatan Berkembang Di Era Digital. *Pascasarjana Universitas Gadjah Mada*.
- Dwina, I. (2020). Melemahnya Ekonomi Indonesia Akibat Covid-19. *Program Studi Pendidikan IPS, FKIP Universitas Lambung Mangkurat*, 1–5.
- Eva, I. (2014). Strategi Pemasaran Museum Wayang Kekayon, *Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta*
- Idris, U., & Muttaqin, M. Z. (2021). *Pandemi di Ibu Pertiwi: Kajian Literatur "Penanganan Pandemi Covid-19 di Indonesia."* Syiah Kuala University Press

- Kasus, S., & Solo, B. (2021). Strategi Pemasaran Digital Pariwisata Berbasis Budaya Pemerintah Kota Surakarta. *7*, 45–61.
- Koeswoyo, R. S. H. (2020). Landasan Konseptual Perencanaan Dan Perancangan Arsitektur Galeri Seni Batik Sebagai Wadah Kegiatan Promosi Pariwisata Di Surakarta. *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Kurniawati, W. D. N. (2017). Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, *8*(5), 127–143.
- Munifah. (2019). *Antara Tradisi dan Modernitas : Metamorfosis Pesantren di Era Digital*. *2*(November), 1–24.
- Mutia, A. M., & Kristina, R. (2019). Pengaruh Instagram Sebagai Media Promosi Museum Of Jakarta ( Moja ) Terhadap Minat Berkunjung ( Survei Pada Followers Instagram MoJa Art & Space ).
- Nugraha, I. G. P., & Agustina, M. D. P. (2020). Strategi Pemasaran Museum Buleleng Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan. *Widya Manajemen*, *2*(2).
- Nurhadi. (2007). Poskolonial: Sebuah Pembahasan. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 1–19.
- Putri, B. P. S. (2019). Strategi Pemasaran Museum Geologi Melalui Instagram @Geomuzee. *Lingkar Studi Komunikasi (LISKI)*, *Vol 5 No 2 (2019): September 2019*, 91–102.
- Restianja, A. A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Digital Bagi Museum Seni Kontemporer Di Era New Normal. *Universitas Pendidikan Indonesia*, *19*, 1–6.
- Ridlo, M. R. (2020).” Evaluasi Layanan Daring Museum: Upaya Menjaga Eksistensi Museum Di Masa Pandemi Covid-19. *BENTENG “Kreasi Museum Di Masa Pandemi*
- Rosyid, R. M. (2020). Evaluasi Layanan Daring Museum: Upaya Menjaga Eksistensi Museum di Masa Pandemi Covid-19. *Buletin Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta*, *November 2*.
- Rozaq, M. K. A. (2019). Adaptasi Kelola di Era Distraktif Industri 4.0 (sektor usaha, fotografi, pendidikan, dan seni visual). *Dunia Koleksi: Hulu Hilir Kepemilikan Karya Seni, Kelola Sen*, 1–14.
- Rukmana, I. (2015). Strategi Pengelolaan Museum Benteng Vredeburg sebagai Daya Tarik Wisata Warisan Budaya di Yogyakarta. *Tata Kelola Seni*, *5*(2), 103–119.

- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3).
- Sulistiyowati, D. (2011). *Strategi Edukasi Museum dan Pemasarannya : Studi Kasus Museum Sejarah Jakarta. Seminar Towards Indonesian Postmodern Museums.*
- Tjahjopurnomo, R. (2011). *Sejarah Permuseuman Di Indonesia. In Journal of Chemical Information and Modeling (Vol. 53, Issue 9).*
- Umari, H. Y. (2020). *Strategi Pengelolaan Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta dalam Mengembangkan Audiens 2018–2020.*
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @Subur\_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278.
- Widati, E. (2019). *Eksponensial ( Studi kasus : Museum Sejarah dan Arkeologi di Provinsi DKI Jakarta ).*
- Widiastuti, F. (2020). *Peran Media Sosial sebagai Sarana Strategi Promosi Museum dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Museum Basoeki Abdullah.*

### **Wawancara**

- Gendrit, Noibenia. 2022, Edukator Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta, *Wawancara Penelitian Tugas Akhir Mengenai Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Di Masa Pandemi Covid-19*, Kamis, 27 Oktober 2022 pukul 13.00, di Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta
- Permatasarri, Ita. 2022, Tim Publikasi Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta, *Wawancara Penelitian Tugas Akhir Mengenai Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Di Masa Pandemi Covid-19*, Senin, 19 September 2022 pukul 13.00, di Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta
- Permatasarri, Ita. 2022, Tim Publikasi Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta, *Wawancara Penelitian Tugas Akhir Mengenai Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Di Masa Pandemi Covid-19*, Kamis, 20 Oktober 2022 pukul 13.00, di Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta
- Yulianto, Hanung B. 2022, Tim Dokumentasi Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta, *Wawancara Penelitian Tugas Akhir Mengenai Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Di Masa Pandemi Covid-19*, Kamis, 20 Oktober 2022 pukul 14.00, di Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta

## Website dan Media Sosial

Website Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta diakses 30 September 2022,  
*Laman Website Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta* <https://vredeburg.id/>

Instagram Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta diakses 30 September 2022,  
*Profil Instagram Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta*  
<https://www.instagram.com/museum.benteng.vredeburg/>

Kanal Youtube Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta diakses 30 September  
2022, *Kanal Youtube Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta*  
<https://www.youtube.com/@museumbentengvredeburg>

Twitter Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta diakses 30 September 2022,  
*Twitter Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta*  
[https://twitter.com/b\\_vredeburg](https://twitter.com/b_vredeburg)

Facebook Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta diakses 30 September 2022,  
*Profile Facebook Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta*  
<https://www.facebook.com/museum.benteng.vredeburg>

Kunjungan virtual Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta diakses 11 Desember  
2022 pukul 11.44 WIB <https://www.suamerdeka.com/opini/pr-04160564/libur-selama-pandemi-corona-benteng-vredeburg-buka-kunjungan-virtual>

Pameran Daring Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta bertema Jendral  
Sudirman diakses 11 Desember 2022 pukul 11.24 WIB  
<https://superapps.kompas.com/read/134495/museum-benteng-vredeburg-jogja-siapkan-pameran-daring-bertema-jenderal-sudirman>



