

**PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN MUSEUM DE  
MATA DE ARCA D'WALIK SAAT PANDEMI COVID-19**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh

**IGNATIUS KRESNA LUKI PRADANA LARATSEMI**

**14 09 05366 / KOM**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2021**

# HALAMAN PERSETUJUAN

PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN MUSEUM DE MATA DE ARCA  
D'WALIK SAAT PANDEMI COVID-19

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar

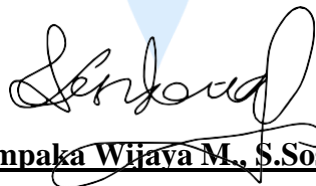
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

IGNATIUS KRESNA LUKI PRADANA LARATSEMI

140905366

disetujui oleh :



Desideria Cempaka Wijaya M., S.Sos, M.A., Ph.D.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2021

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Penerapan Komunikasi Pemasaran Museum De Mata De Arca D'Walik  
Saat Pandemi Covid-19

Penyusun : Ignatius Kresna Luki Pradana Laratsemi

NPM : 140905366

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan  
pada

Hari / Tanggal : Kamis / 8 Juli 2021

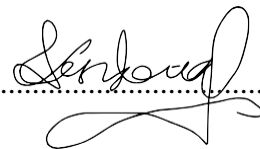
Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Zoom Meeting

### TIM PENGUJI

**Desideria Cempaka W. M., S.Sos, M.A., Ph.D.**

Penguji Utama



.....

**Ina Nur Ratriyana, M.A.**

Penguji I



.....

**Sherly Hindra Negoro M.I.Kom.**

Penguji II



.....

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ignatius Kresna Luki Pradana Laratsemi

NPM : 140905366

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Penerapan Komunikasi Pemasaran Museum De Mata De Arca D'Walik  
Saat Pandemi Covid-19

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 20 Mei 2021

Saya yang menyatakan,

Ignatius Kresna Luki Pradana Laratsemi

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

“ Kalau kamu lelah istirahat aja,  
tapi jangan berhenti “

-My Family

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur senantiasa peneliti haturkan kepada Tuhan YME atas berkat karunia-Nya yang selalu melimpahkan dukungan moril dan fisik kepada peneliti hingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Penerapan Komunikasi Pemasaran Museum De Mata De Arca D’Walik Saat Pandemi Covid-19”. Skripsi ini dibuat guna untuk memperoleh gelar sarjana komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Selama proses penyusunan skripsi ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-sebesarnya kepada :

1. Papa, Mama, dan adik-adik, yang selalu mendoakan dan mendukung secara moril dan fisik selama menempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta
2. Ibu Desideria Cempaka Wijaya M. S.Sos, M.A.A, Ph.D. sebagai dosen pembimbing yang selalu membantu dan membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini
3. Marketing Museum De Mata, yang telah membantu memberikan informasi untuk proses penelitian ini tetap berjalan
4. Monica Sulistyowati, yang selalu hadir disamping peneliti untuk memberikan dukungan dan semangat
5. Teman-teman lama saya yang selalu memberi dukungan penuh dan menyemangati saya hingga akhir, Christo, Elisa, Conie, dan Niken

Yogyakarta, 20 Mei 2021

Peneliti,

Ignatius Kresna Luki Pradana Laratsemi

**PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN  
MUSEUM DE MATA SAAT PANDEMI COVID-19**

**ABSTRAK**

Ekonomi merupakan salah satu sektor yang vital bagi sebuah negara. Namun adanya pandemi Covid-19 membuat pertumbuhan ekonomi menurun dan mengganggu beberapa aktivitas masyarakat yang berhubungan langsung dengan ekonomi. Salah satu sektor ekonomi yang terkena dampak adalah sektor pariwisata. Daerah Istimewa Yogyakarta yang pergerakkan ekonominya dari sektor pariwisata mengalami dampak karena pandemi Covid-19. Berbagai macam pelaku usaha di bidang pariwisata yang mengalami dampak, salah satunya adalah Museum. Salah satu Museum yang mengalami dampak adalah Museum De Mata. Dalam rangka membangkitkan ekonomi di DIY terutama sektor pariwisata, Museum De Mata melakukan aktifitas komunikasi pemasaran di saat pandemi Covid-19. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk mengetahui penerapan komunikasi pemasaran Museum De Mata De Arca D'Walik saat pandemi Covid-19.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Peneliti ingin mengetahui penerapan komunikasi pemasaran apa saja yang sudah dilakukan Museum De Mata saat pandemi Covid-19. Teori-teori yang digunakan untuk membantu penelitian adalah komunikasi pemasaran dengan menggunakan model komunikasi pemasaran yang berfokus pada aktifitas komunikasi pemasaran dan juga pesan. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara terhadap Marketing Museum De Mata De Arca D'Walik. Data lain adalah foto-foto dan informasi tambahan yang didapatkan dari media sosial Museum De Mata De Arca D'Walik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan komunikasi pemasaran Museum De Mata De Arca D'Walik saat pandemi Covid-19 tetap berjalan walaupun tidak bisa maksimal. Aktifitas komunikasi pemasaran menjadi peran penting dalam komunikasi pemasaran walaupun dalam kondisi yang terbatas karena adanya pandemi, namun tetap berjalan. Aktifitas komunikasi pemasaran digunakan untuk menjangkau pihak-pihak yang terikat dengan Museum De Mata dengan memberikan pesan-pesan yang sesuai dengan tujuan Museum De Mata. Pesan-pesan yang disampaikan selain tujuannya adalah mengedukasi, juga untuk mengajak konsumen Museum De Mata untuk percaya dengan pernyataan-pernyataan yang disampaikan.

Kata kunci : komunikasi pemasaran, aktifitas komunikasi pemasaran, pesan , Museum De Mata

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. LATAR BELAKANG .....	1
B. RUMUSAN MASALAH .....	8
C. TUJUAN .....	8
D. MANFAAT .....	8
E. KERANGKA TEORI .....	9
1. Aktifitas Komunikasi Pemasaran .....	11
2. Pesan .....	14
F. KERANGKA KONSEP .....	16
1. Penerapan .....	16
2. Komunikasi Pemasaran .....	16
G. METODOLOGI .....	17
1. Jenis Penelitian .....	17
2. Metode Penelitian .....	18
3. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian .....	18



H. TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	18
I. TEKNIK ANALISIS DATA .....	19
J. DESAIN PERTANYAAN .....	20
<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK SAN SUBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
A. Sejarah Singkat Museum De Mata De Arca D'Walik .....	24
B. Visi dan Misi Museum De Mata De Arca D'Walik .....	25
C. Struktur Organisasi .....	26
D. Wahana Museum De Mata De Arca D'Walik .....	26
E. Fasilitas .....	28
<b>BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
<b>A. HASIL TEMUAN DATA PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
1. Aktifitas Komunikasi Pemasaran.....	29
2. Pesan .....	32
<b>B. ANALISIS.....</b>	<b>38</b>
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>47</b>
A. KESIMPULAN.....	47
B. SARAN .....	48
DAFTAR PUSTAKA .....	49
LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Foto 3D Art Museum De Mata.....	5
Gambar 2.1	Model Komunikasi Pemasaran.....	10
Gambar 3.1	Foto Pesan Mengenai Pandemi Covid-19.....	34
Gambar 3.2	Foto Patung De Arca.....	42

