

**STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING* DALAM
MEMPROMOSIKAN PAMERAN SENI DAN BUDAYA
MELALUI AKUN INSTAGRAM @BENTARABUDAYA_**



**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

LINTANG KIRANA

200907149

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

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

**Strategi *Social Media Marketing* dalam Mempromosikan Pameran Seni
dan Budaya melalui Akun Instagram @bentarabudaya_**

SKRIPSI

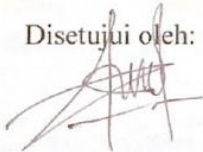
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir untuk Memenuhi
Syarat Mencapai Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh:

LINTANG KIRANA

200907149

Disetujui oleh:



Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom

Dosen Pembimbing

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

2024

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi *Social Media Marketing* dalam Mempromosikan Pameran Seni dan Budaya melalui Akun Instagram @bentarabudaya_

Penyusun : Lintang Kirana

NPM : 200907149

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari/Tanggal : Jumat, 19 Januari 2024

Waktu : 14.30 - selesai

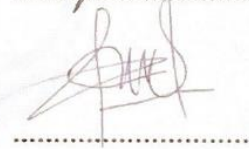
Tempat : Ruang Pendaran 1, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

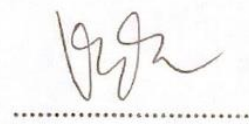
Meganusa Pravudi Ludvianto, S.I.P., M.Comm.
Penguji Utama



Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom
Penguji I



Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.
Penguji II



Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.
Ketua Program Studi SI Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Lintang Kirana

NPM : 200907149

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi *Social Media Marketing* dalam Mempromosikan Pameran Seni dan Budaya melalui Akun Instagram @bentarabudaya_

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 gelar kesarjanaan saya.

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

Yogyakarta, 4 Januari 2024

Saya yang menyatakan

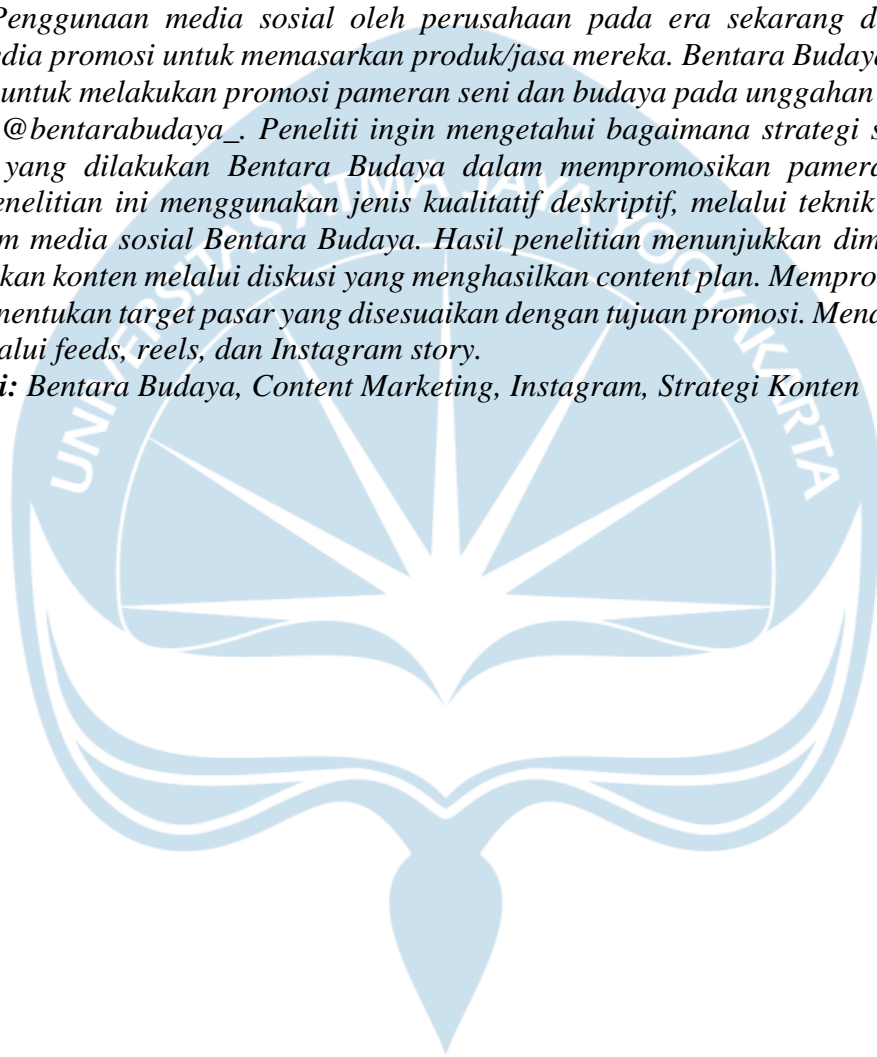
A yellow 10,000 Rupiah stamp is visible in the background of the signature. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', and 'METER TEMPEL'. The handwritten signature is written in black ink over the stamp.

[Lintang Kirana]

STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MEMPROMOSIKAN PAMERAN SENI DAN BUDAYA MELALUI AKUN INSTAGRAM @BENTARABUDAYA_

Abstrak: Penggunaan media sosial oleh perusahaan pada era sekarang dimanfaatkan sebagai media promosi untuk memasarkan produk/jasa mereka. Bentara Budaya melakukan hal serupa untuk melakukan promosi pameran seni dan budaya pada unggahan konten akun Instagram @bentarabudaya_. Peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi social media marketing yang dilakukan Bentara Budaya dalam mempromosikan pameran seni dan budaya. Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif deskriptif, melalui teknik wawancara bersama tim media sosial Bentara Budaya. Hasil penelitian menunjukkan dimulai dengan merencanakan konten melalui diskusi yang menghasilkan content plan. Memproduksi konten dengan menentukan target pasar yang disesuaikan dengan tujuan promosi. Mendistribusikan konten melalui feeds, reels, dan Instagram story.

Kata Kunci: Bentara Budaya, Content Marketing, Instagram, Strategi Konten



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
Pendahuluan	1
1. Latar Belakang.....	1
2. Rumusan Masalah	9
3. Tujuan.....	10
4. Manfaat.....	10
5. Teori dan Konseptualisasi	11
A. Komunikasi Pemasaran.....	11
B. <i>Social Media Marketing</i>	13
C. <i>Content Marketing</i>	17
6. Konteks	19
A. Bentara Budaya.....	19
B. Akun Instagram @bentarabudaya_	21
Metode Penelitian	24
Temuan dan Pembahasan	27
A. Temuan Data	27
1. Merencanakan Konten	28
2. Memproduksi Konten	38
3. Mendistribusikan Konten.....	46
B. Pembahasan	52
a. Merencanakan Konten	53
b. Memproduksi Konten	55
c. Mendistribusikan Konten.....	57

Penutup.....	59
A. Simpulan.....	59
B. Saran.....	60
C. Batasan Penelitian.....	61
Daftar Pustaka.....	62
Lampiran.....	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil akun Instagram @bentarabudaya_	2
Gambar 1. 2 Salah satu unggahan konten promosi Pameran Lukisan Kolaborasi Nasirun & Sujiwo Tejo	3
Gambar 1. 3 Profil Akun Instagram Sonobudoyo	4
Gambar 1. 4 Salah Satu Unggahan Konten Promosi Pameran Abhinaya “Kamala Padma” .5	
Gambar 1. 5 Unggahan Konten <i>Sharing Session</i> “Strategi Promosi Pameran Abhinaya Karya”	6
Gambar 2.1 Profil akun Instagram @bentarabudaya_..	22
Gambar 2. 2 Tampilan <i>Linktree</i> Bentara Budaya	23
Gambar 3.1 Contoh Konten Informatif dalam Pameran “Bhinneka Tunggal Ika”	33
Gambar 3.2 Contoh Konten yang mengangkat Latar Belakang Karya Seni dalam Pameran “Nguntapke Djoko Pekik”	35
Gambar 3. 3 Contoh Konten Inspiratif, mengenai Perjalanan Kesenian Seorang Seniman yang terlibat dalam Pameran Titimangsa	37
Gambar 3.4 <i>Overview Media Sosial</i> Bentara Budaya, Hasil Evaluasi Unggahan Konten Instagram	43
Gambar 3. 5 Profile <i>Feeds</i> Instagram Bentara Budaya, dengan desain sesuai logo Bentara Budaya	45
Gambar 3. 6 Contoh Konten <i>Feeds</i> Pameran Seni Rupa “Bianglala Seribu Imajinasi”	47
Gambar 3. 7 Contoh Konten <i>Reels</i> Pameran Seni Rupa “Bianglala Seribu Imajinasi”	48
Gambar 3. 8 Contoh Konten Instagram Story Pameran Seni Rupa “Bianglala Seribu Imajinasi”	49
Gambar 3. 9 Analitik atau <i>Insight</i> Postingan yang digunakan sebagai bahan evaluasi strategi distribusi konten	51