

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI
INSTAGRAM TERHADAP MINAT PENGUNJUNG
MUSEUM MACAN
(MODERN AND CONTEMPORARY ART IN NUSANTARA)**

TUGAS AKHIR

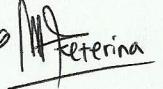


**GLORIA KETERINA MAGDALEINE
1161923018**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2018**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Gloria Keterina Magdaleine
NIM : 1161923018
Tanda Tangan : 
Tanggal : 15 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Gloria Keterina Magdaleine
NIM : 1161923018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* melalui Instagram terhadap Minat Pengunjung Museum MACAN (*Modern and Contemporary Art in Nusantara*)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Dassy Kania, B. A., M.A.
Pembimbing II : M. Th. Anitawati, Ir. M. S, M.Sc
Penguji I : Suharyanti, Dra., M.S.M
Penguji II : Hanny Nurahmawati, M. Ikom



Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : Agustus 2018

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat, kasih dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing* melalui Instagram terhadap Minat Pengunjung Museum MACAN (*Modern and Contemporary Art in Nusantara*)” tepat pada waktunya. Penulis mendapatkan banyak pengalaman, ilmu, dan pengetahuan tentang proses produksi sebuah acara secara *real* atau nyata selama penelitian ini.

Penulis menuangkan informasi yang diperoleh dalam Tugas Akhir ini, yang juga merupakan salah satu syarat wajib dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie. Penulis telah menerima banyak masukan, bimbingan, motivasi serta doa dari berbagai pihak selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis ucapkan dengan segala hormat dan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada:

- 1) Ibu Dessy Kania, B. A., M.A. dan Ibu M. Th. Anitawati, Ir. M. S, M.Sc, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan banyak memberi masukan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
- 2) Ibu Suharyanti, Dra., M.S.M dan Ibu Hanny Nurahmawati, M. Ikom, selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
- 3) Ibu Suharyanti, Dra., M.S.M, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie yang selalu sedia membantu penulis dalam permasalahan perkuliahan.
- 4) Ibu Martha W. Soemantri, selaku Manajer Layanan dan Fasilitas Pengunjung Museum Macan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di Museum Macan.
- 5) Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah berbagi ilmu selama masa perkuliahan.
- 6) Kedua orang tua Yusuf Thomas dan Adolvina Lakburlawal yang telah memberikan cinta, kasih sayang, perhatian, motivasi, materi serta doa yang tulus.

- 7) Dolfintje, selaku Oma tersayang yang selalu mendukung dan memberikan bantuan materi serta doa yang tulus kepada penulis.
- 8) Rita Dima dan Alfonsina Djami, selaku tante tersayang yang selalu mendukung dan memberikan bantuan materi serta doa yang tulus kepada penulis.
- 9) Violetta Chatrin dan Stanly, selaku adik-adik tersayang serta Piere, Ece, Rere, Tian dan Abygail selaku sepupu-sepupu yang telah memberikan semangat dan selalu membuat penulis tertawa atas tingkahnya.
- 10) Marco Rafael Latuputty, selaku kekasih yang selalu menemani dan memberi semangat bagi penulis sepanjang perkuliahan dan dalam menyusun Tugas Akhir ini.
- 11) Ayu Novita, Claudia Wenko, Adeline Saukoly, Vania, Ka Hanny Haliwela dan Ka Bobby Haliwela selaku sahabat-sahabat tersayang yang selalu menemani dan memberi semangat bagi penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini.
- 12) Amanda Wibowo, Kezia Calista, Audrey, Estadila, Bang Ojie, selaku teman yang selalu bersama-sama saat bimbingan dan memberikan masukan bagi penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini.
- 13) Rendy Pranata, Annisa, Putri Reza, selaku sahabat-sahabat penulis dalam masa perkuliahan yang selalu satu kelompok dan membantu satu sama lainnya hingga akhir perkuliahan.
- 14) Teman-teman seperjuangan Program Studi Ilmu Komunikasi, jurusan Marketing Komunikasi Batch 7 khususnya Colony 2 yang selalu memberikan kebersamaan dan tawa sepanjang perkuliahan.

Penulis berharap semoga hasil penulisan Tugas Akhir ini menjadi sebuah tulisan yang bermanfaat dan berguna khususnya bagi Program Studi Ilmu Komunikasi, Jurusan Marketing Komunikasi, Universitas Bakrie.

Jakarta, Agustus 2018

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gloria Keterina Magdaleine
NIM : 1161923018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas **Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM

TERHADAP MINAT PENGUNJUNG MUSEUM MACAN

(MODERN AND CONTEMPORARY ART IN NUSANTARA)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 16 Agustus 2018

Yang Menyatakan



(Gloria Keterina Magdaleine)

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM
TERHADAP MINAT PENGUNJUNG MUSEUM MACAN
(MODERN AND CONTEMPORARY ART IN NUSANTARA)**

GLORIA KETERINA MAGDALEINE

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran merupakan unsur penting penentu kesuksesan pemasaran. Salah satu fenomena komunikasi pemasaran melalui internet yang populer saat ini adalah promosi yang dilakukan melalui media sosial. Komunikasi pemasaran melalui media sosial disebut juga *social media marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh *social media marketing* melalui Instagram dengan variabel *entertainment* (X_1), *interaction* (X_2), *trendiness* (X_3), *customization* (X_4) dan *word of mouth* (X_5) terhadap Minat Pengunjung (Y) Museum Macan (*Modern and Contemporary Art in Nusantara*). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif eksplanatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan total sampel berjumlah 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *entertainment* pada akun instagram mempunyai pengaruh positif terhadap minat pengunjung Museum Macan, variabel *interaction* pada akun instagram mempunyai pengaruh positif terhadap minat pengunjung Museum Macan, variabel *trendiness* pada akun instagram mempunyai pengaruh namun pengaruhnya negatif terhadap minat pengunjung Museum Macan, variabel *customization* pada akun instagram mempunyai pengaruh namun pengaruhnya negatif terhadap minat pengunjung Museum Macan, dan variabel *word of mouth* pada akun instagram mempunyai pengaruh positif terhadap minat pengunjung Museum Macan.

Kata Kunci: *Entertainment, Interaction, Trendiness, Customization, Word of Mouth*, Minat Pengunjung

**THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING THROUGH
INSTAGRAM AGAINST THE INTEREST OF VISITOR OF
MUSEUM MACAN (MODERN AND CONTEMPORARY ART IN
NUSANTARA)**

GLORIA KETERINA MAGDALEINE

ABSTRACT

Marketing communication is an important element in determining marketing success. One of the most popular internet marketing communication phenomena is promotion conducted through social media. Marketing communication through social media is also called social media marketing. This study aims to measure the influence of social media marketing through Instagram with entertainment variables (X_1), interaction (X_2), trendiness (X_3), customization (X_4) and word of mouth (X_5) on Visitor Interest (Y) of Museum Macan(Modern and Contemporary Art in Nusantara). The research method used is an explanatory quantitative research method. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The sampling technique in this study uses a non-probability sampling method with a total sample of 100 people. The results showed that entertainment variables on Instagram account had a positive influence on the interest of Museum Macan visitors, interaction variables on Instagram account had a positive influence on the interest of Museum Macan visitors, trendiness variables on Instagram accounts had an influence but negative influence on Museum Macan visitors, variable customization on Instagram accounts have an influence but a negative influence on the interest of Museum Macan visitors, and word of mouth variables on Instagram accounts have a positive influence on the interest of Museum Macan visitors.

Keywords: Entertainment, Interaction, Trendiness, Customization, Word of Mouth, Visitor Interest

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Tinjauan Pustaka terkait dengan penelitian sebelumnya	11
2.2. Tinjauan Pustaka terkait dengan kerangka teoritis.....	19
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	19
2.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	24
2.2.3 Pemasaran Media Sosial	25
2.2.4 <i>New Media</i>	29
2.2.5 Media Sosial.....	30
2.2.6 Instagram.....	32
2.2.7 <i>Customer Engagement</i>	35
2.2.8 Minat Pengunjung	36
2.3. Kerangka Teoritis.....	39
2.4. Hipotesis.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1. Metode Penelitian.....	41

3.2.	Populasi dan Sampling.....	42
3.2.1	Populasi	42
3.2.2	Sampel.....	42
3.2.3	Teknik Sampling	42
3.3.	Sumber Data dan Pengumpulan Data	43
3.3.1	Sumber Data.....	43
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	45
3.4.	Teknik Analisis Data.....	49
3.4.1	Analisis Data Univariat.....	49
3.4.2	Analisis Data Multivariat	49
3.4.3	Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.5.	Teknik Pengujian Keabsahan Data	51
3.5.1	Uji Validitas	51
3.5.2	Uji Reliabilitas	52
3.5.3	Uji Korelasi	53
3.6.	Batasan Penelitian	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
4.1.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	55
4.1.1	Profil Museum Macan.....	55
4.1.2	Struktur Organisasi Museum Macan.....	56
4.1.3	Pameran dan Program Museum Macan	59
4.2.	Hasil Penelitian	61
4.2.1	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	61
4.2.1.1	Deskriptif Karakteristik Responden	61
4.2.1.2	Deskriptif Variabel Independen (X).....	68
4.2.1.3	Deskriptif Variabel Dependen (Y)	76
4.2.2	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	79
4.2.2.1	Hasil Pengujian Validitas.....	79
4.2.2.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	80
4.2.3	Hasil Pengujian Hipotesis	81
4.3.	Pembahasan.....	85

4.3.1 Pengaruh Variabel <i>Entertainment</i> pada akun instagram Terhadap Minat Pengunjung Museum Macan.....	85
4.3.2 Pengaruh Variabel <i>Interaction</i> pada akun instagram Terhadap Minat Pengunjung Museum Macan	89
4.3.3 Pengaruh Variabel <i>Trendiness</i> pada akun instagram Terhadap Minat Pengunjung Museum Macan.....	92
4.3.4 Pengaruh Variabel <i>Customization</i> pada akun instagram Terhadap Minat Pengunjung Museum Macan.....	95
4.3.5 Pengaruh Variabel <i>Word of Mouth</i> pada akun instagram Terhadap Minat Pengunjung Museum Macan	98
4.3.6 Tanggapan Minat Pengunjung Museum Macan Berdasarkan Teori AIDA	100
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	103
5.1. Kesimpulan	103
5.2. Saran.....	104
 DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Museum Seni di Jakarta	6
Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	14
Tabel 3.1 Skor Jawaban Responden	44
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian	46
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai <i>Correlated Item – Total Correlation</i>	52
Tabel 3.4 Pengukuran Tingkat Reliabilitas.....	53
Tabel 3.5 Kriteria Penilaian Korelasi.....	54
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Pengunjung Museum Macan.....	62
Tabel 4.2 Lokasi Tinggal Pengunjung Museum Macan	63
Tabel 4.3 Usia Pengunjung Museum Macan	64
Tabel 4.4 Pendidikan Pengunjung Museum Macan.....	65
Tabel 4.5 Pekerjaan Pengunjung Museum Macan.....	66
Tabel 4.6 Pengeluaran per Bulan Pengunjung Museum Macan	67
Tabel 4.7 Tanggapan Responden tentang Variabel <i>Entertainment</i> (X_1).....	68
Tabel 4.8 Tanggapan Responden tentang Variabel <i>Interaction</i> (X_2).....	70
Tabel 4.9 Tanggapan Responden tentang Variabel <i>Trendiness</i> (X_3)	72
Tabel 4.10 Tanggapan Responden tentang Variabel <i>Customization</i> (X_4)	73
Tabel 4.11 Tanggapan Responden tentang Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_5)	75
Tabel 4.12 Tanggapan Responden tentang Variabel <i>Entertainment</i> (Y)	76
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas.....	79
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	81
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Berganda	82
Tabel 4.16 Hasil Uji F atau Uji Anova	82
Tabel 4.17 Koefisien Regresi Linear Berganda	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman	
Gambar 1.1	Data Pengguna Aktif Media Sosial di Dunia	2
Gambar 1.2	Negara Terbesar Pengguna Instagram	4
Gambar 1.3	Akun Instagram Museum MACAN	8
Gambar 2.1	Model Hierarki Respon	37
Gambar 2.2	Kerangka Teoritis.....	40
Gambar 4.1	Museum Macan.....	55
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Museum Macan.....	58
Gambar 4.3	Konten Akun Instagram Museum Macan	86
Gambar 4.4	Desain Akun Instagram Museum Macan.....	87
Gambar 4.5	Konten Diskusi Akun Instagram Museum Macan	90
Gambar 4.6	<i>Postingan</i> Lukisan di Akun Instagram Museum Macan.....	93
Gambar 4.7	Konten Lukisan di Akun Instagram Museum Macan	94
Gambar 4.8	Komentar di Akun Instagram Museum Macan.....	96
Gambar 4.9	Konten <i>Word of Mouth</i> Akun Instagram Museum Macan.....	99

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Hasil Identitas Respon.....
Lampiran 3	Skor Jawaban Kuesioner
Lampiran 4	Hasil SPSS Tiap Variabel
Lampiran 5	Hasil Regresi Berganda.....