

**STRATEGI PEMASARAN SOSIAL  
MUSEUM BANK INDONESIA PASCA PANDEMI**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Amanda Heruva Putri**

**201910415367**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Sosial Museum Bank  
Indonesia Pasca Pandemi

Nama Mahasiswa : Amanda Heruva Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415367

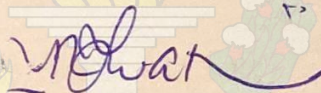
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Januari 2024

Jakarta, 02 Februari 2024

MENYETUJUL,

Pembimbing

  
Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum

NIDN 0323057006

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Sosial Museum Bank  
Indonesia Pasca Pandemi  
Nama Mahasiswa : Amanda Heruva Putri  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415367  
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi  
Tanggal Lulus Skripsi : Selasa, 23 Januari 2024

Jakarta, 02 Februari 2024

MENGESAHKAN,

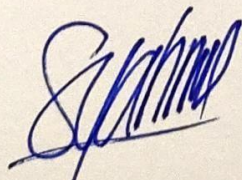
Ketua Penguji : Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos, M.I.Kom  
NIDN. 0303077002

Penguji : Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum  
NIDN. 0323057006

Sekretaris Penguji : Hani Astuti S.Sos, M.I.Kom  
NIDN. 0319048601

MENGETAHUI,

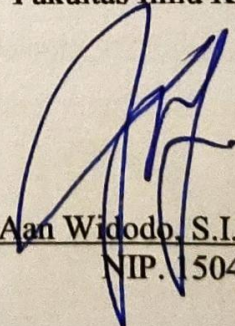
Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si  
NIP. 2203551

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom  
NIP. 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Strategi Pemasaran Sosial Museum Bank Indonesia Pasca Pandemi** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 02 Februari 2024

Yang membuat pernyataan



Amanda Heruva Putri

201910415367

## ABSTRAK

**Amanda Heruva Putri . 201910415367 . Strategi Pemasaran Sosial Museum Bank Indonesia** (dibimbing oleh Ibu Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum)

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan nilai sosial yang ingin dikomunikasikan oleh Museum Bank Indonesia pasca pandemi dan menjelaskan strategi pemasaran sosial yang dilakukan oleh museum tersebut. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, memanfaatkan wawancara, observasi, dan data sekunder. Museum Bank Indonesia berfokus pada dua aspek utama: *Living Monument* dan *Living Culture*. *Living Monument* mencakup aspek-aspek sejarah Bank Sentral Indonesia, sementara *Living Culture* berfokus pada budaya dan warisan sejarah yang diwariskan antargenerasi, terutama terkait alat tukar (uang). Museum Bank Indonesia menerapkan berbagai taksonomi dalam pengelolaan museum, mencakup koleksi, pameran, fasilitas, program, publikasi, layanan, dan aktivitas berbasis web. Museum ini mencoba memunculkan pengalaman pengunjung dengan empat dimensi: spiritual, edukasi, rekreasi, dan ukhuwah (SERU). Strategi pemasaran sosial Museum Bank Indonesia juga mencerminkan prinsip-prinsip persuasi Cialdini, termasuk *reciprocation*, *commitment and consistency*, *social proof*, *liking*, *authority*, dan *scarcity*. Penerapan strategi ini terlihat pada kegiatan museum, interaksi pengunjung, dan respons positif terhadap ancaman atau insentif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Museum Bank Indonesia telah berhasil merancang dan menjalankan strategi pemasaran sosial untuk menciptakan nilai sosial melalui pendekatan *living monument* dan *living culture*.

Kata Kunci : Nilai Sosial, Strategi, Pemasaran Sosial, Komunikasi Museum

## **ABSTRACT**

***Amanda Heruva Putri . 201910415367 . Social Marketing Strategy of Museum Bank Indonesia*** (Mentored by Mrs. Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum)

*This research aims to describe the social values that Museum Bank Indonesia wants to communicate after the pandemic and explain the social marketing strategy carried out by the museum. The method used is descriptive qualitative research, utilizing interviews, observations, and secondary data. Museum Bank Indonesia focuses on two main aspects: Living Monuments and Living Culture. Living Monument covers aspects of the history of the Central Bank of Indonesia, while Living Culture focuses on the culture and historical heritage that is passed down between generations, especially related to the medium of exchange (money). Museum Bank Indonesia applies various taxonomies in museum management, including collections, exhibitions, facilities, programs, publications, services, and web-based activities. The museum tries to create a visitor experience with four dimensions: spiritual, education, recreation, and ukhuwah (SERU). Museum Bank Indonesia's social marketing strategy also reflects Cialdini's principles of persuasion, including reciprocation, commitment and consistency, social proof, liking, authority, and scarcity. The implementation of this strategy is seen in the museum's activities, visitor interactions, and positive responses to threats or incentives. The results show that Museum Bank Indonesia has successfully designed and executed the marketization strategy.*

***Keywords: Social Value, Strategy, Social Marketing, Museum Communication***

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada peneliti serta memberikan kesehatan jasmani dan rohani sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Strategi Pemasaran Sosial Museum Bank Indonesia**” adanya tujuan dari penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi. Dalam menyusun skripsi ini peneliti mendapat banyak bantuan dan mendapat dukungan dari pihak lain, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya semoga Allah SWT membalas jasa-jasa kebaikan mereka dengan limpahan pahala yang berlipat ganda. *Aamiin yaa rabbal'alamiin.*

Pada kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada Orang Tua peneliti Bapak Heru Purwanto serta Ibu Indah Rini Kurniyati, S.Pd sebagai wujud jawaban serta tanggung jawab atas kepercayaan yang telah diamanatkan kepada peneliti sehingga peneliti bisa menyelesaikan pendidikan studi S1 di Universitas Ubhara Jaya dan juga pada para adik peneliti Ridho Rasya Al-Rasyid serta Sakha Azzam Herunda Putra yang telah memberi dukungan sehingga membuat peneliti kembali semangat untuk menyelesaikan skripsi dan juga kepada Ibu Eva Isma Fauziah terimakasih karena berkat beliau peneliti bisa ada di dunia ini dan terimakasih atas segala pengorbanan serta doa yang tidak pernah terputus untuk mendoakan peneliti. Peneliti juga berterimakasih kepada pihak yang turut mendukung dan membantu. Rasa hormat peneliti kepada:

1. Bapak Prof Dr. H. Bambang Karsono, Drs., S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

4. Ibu Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing dalam penyusunan skripsi yang telah memberikan arahan dan masukan yang sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan.
6. Ibu Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekertaris Penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membagikan ilmunya serta seluruh Seluruh Civitas Akademika Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah aktif berpartisipasi dan mendukung dalam proses pembelajaran.
8. Museum Bank Indonesia dan para staf terutama kepada Bapak Ade Imani dan Ibu Marry yang telah mengizinkan peneliti untuk dijadikan sebagai objek penelitian serta memberikan banyak sekali informasi yang sangat membantu peneliti dalam mengerjakan skripsi sehingga penulisan penelitian ini berjalan dengan baik.
9. Kepada teman seperjuangan Alissa Nur Argini, Audia Dwi Dhamayanti, dan Aulia Azali yang telah membantu dan mendukung penulis, serta untuk Rifa Novia Ramadhani, S.Psi; Mutiara Dinda Prasasti, S.T; Pipin Yoga Arya Pratama, S.I.Kom dan Sheren Safitri yang telah ada disaat penulis sedang mengalami kesulitan dalam penyusunan skripsi.
10. Tidak lupa juga kepada seluruh pihak yang terlibat dalam memberikan bantuan dan waktu mereka selama penyusunan tugas akhir ini.
11. Yang terakhir terimakasih untuk diri saya sendiri Amanda Heruva Putri yang telah tetap bertahan dan tetap berkomitmen untuk menyelesaikan studi ini sampai selesai.



Peneliti menyadari banyaknya kekurangan dalam skripsi ini, peneliti berharap adanya skripsi ini bisa bermanfaat bagi banyak pihak. Akhir kata peneliti mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila ada penulisan yang kurang berkenan dalam skripsi ini, maupun kesalahan dalam menyusun skripsi.

Jakarta, 02 Februari 2024

Peneliti



Amanda Heruva Putri

201910415367



## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	10
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian</b> .....	11
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	11
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	11
<b>1.5.1 Manfaat Teoretis</b> .....	11
<b>1.5.2 Manfaat Praktis</b> .....	12
<b>BAB II</b> .....	13
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	13
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	13
<b>2.2 Kerangka Konsep</b> .....	21
<b>2.2.1 Konsep Komunikasi</b> .....	21
<b>2.2.2 Pemasaran Sosial</b> .....	24
<b>2.2.3 Museum</b> .....	30
<b>2.3 Kerangka Pemikiran</b> .....	40
<b>BAB III</b> .....	42
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	42
<b>3.1 Jenis Penelitian</b> .....	42
<b>3.2 Metode Penelitian</b> .....	43
<b>3.3 Subjek Penelitian</b> .....	44

3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.4.1 Observasi .....	45
3.4.2 Dokumentasi .....	45
3.4.3 Wawancara .....	46
3.5 Teknik Analisis Data.....	47
3.6 Triangulasi Data.....	49
3.7 Waktu dan Tempat Penelitian .....	50
<b>BAB IV .....</b>	<b>51</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>51</b>
4.1.1 Sejarah Museum Bank Indonesia.....	51
4.1.2 Profile Museum Bank Indonesia .....	51
4.1.3 Struktur SDM Museum Bank Indonesia .....	53
4.1.4 Visi dan Misi Museum Bank Indonesia .....	53
4.1.5 Logo Museum Bank Indonesia .....	54
4.1.6 Profil Informan Kunci dan Informan Pendukung.....	55
<b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>	<b>57</b>
4.2.1 Koleksi.....	58
4.2.2 Eksibisi .....	62
4.2.3 Fasilitas .....	67
4.2.4 Program .....	72
4.2.5 Publikasi.....	76
4.2.6 Layanan .....	77
4.2.7 Aktivitas Berbasis Web .....	80
<b>4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....</b>	<b>84</b>
4.3.1 Nilai Sosial ( <i>Value</i> ) yang Ingin Disampaikan Oleh Museum Bank Indonesia .....	84
4.3.2 Strategi Pemasaran Sosial yang Dilakukan Oleh Museum Bank Indonesia .....	85
<b>BAB V .....</b>	<b>96</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>96</b>
5.1 Simpulan .....	96
5.2 Saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>13</b>
<b>Tabel 3. 1 Informan .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 3. 2 Waktu Penelitian .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4. 1 Profil Informan Kunci .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4. 2 Tabel Informan Tambahan.....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4. 3 Peta Konstruksi Pesan MuBI 2023 Berdasarkan Modifikasi dari Peta Konstruksi Pesan Kemenpora oleh Yudhawasthi 2022.....</b>	<b>92</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jelajah Virtual 360 Museum BI .....	2
Gambar 1. 2 Logo Museum di Hatiku .....	8
Gambar 3. 1 Skema Proses Analisis Data .....	49
Gambar 4. 1 logo Museum Bank Indonesia .....	54
Gambar 4. 2 Pameran Temporer “Tarian Dalam Uang” .....	58
Gambar 4. 3 Kegiatan yang Terdapat Dalam Pameran.....	59
Gambar 4. 4 Salah Satu Contoh Koleksi Uang MuBI .....	60
Gambar 4. 5 Area Pameran Arsitektur Bangunan Museum .....	61
Gambar 4. 6 Teknologi AR Dalam Koleksi .....	61
Gambar 4. 7 Unggahan Media Sosial MuBI Mengenai Eksibisi Traveling.....	63
Gambar 4. 8 Profil Para Pelaut yang Mendatangi Indonesia .....	63
Gambar 4. 9 Ruang Emas .....	64
Gambar 4. 10 Ruang Numismatik.....	65
Gambar 4. 11 Eksibisi Interaktif.....	66
Gambar 4. 12 Masjid Baitul Iman.....	67
Gambar 4. 13 Parkiran.....	68
Gambar 4. 14 Hasil Photobooth.....	69
Gambar 4. 15 Kids Corner.....	69
Gambar 4. 16 Ruang Souvenir MuBI .....	70
Gambar 4. 17 Layanan Pemanduan.....	72
Gambar 4. 18 Pamflet Drama Teaterikal MuBI .....	73
Gambar 4. 19 Pamflet Talkshow .....	74
Gambar 4. 20 Pamflet Puppet Show .....	74
Gambar 4. 21 Pegawai MuBI.....	75
Gambar 4. 22 Katalog Temporer “Tarian Dalam Uang” .....	76
Gambar 4. 23 Salah Satu Papan Tanda.....	77
Gambar 4. 24 Salah Satu Arah Jalan.....	78
Gambar 4. 25 Tempat Makan Pengunjung .....	78
Gambar 4. 26 Barcode dalam koleksi .....	79
Gambar 4. 27 Website MuBI .....	80
Gambar 4. 28 Kunjungan Daring MuBI .....	81
Gambar 4. 29 Media Sosial MuBI .....	82

## DAFTAR BAGAN

<b>Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>41</b>
<b>Bagan 4. 1 Struktur SDM Museum Bank Indonesia .....</b>	<b>53</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Daftar Riwayat Hidup
Lampiran II	: Transkrip Wawancara
Lampiran III	: Tabel Reduksi
Lampiran IV	: Dokumentasi Kegiatan dan Wawancara dengan Informan
Lampiran V	: Lembar Bimbingan Skripsi
Lampiran VI	: Lembar Perbaikan Skripsi

