

**Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) Dalam
Pengembangan Wisata Sejarah Galeri Lokananta di Kota Surakarta**

SKRIPSI



OLEH

RIKY IKBAR FERDHIANTO

20043010268

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UPN "VETERAN" JAWA TIMUR

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) Dalam Pengembangan Wisata
Sejarah Galeri Lokananta di Kota Surakarta**

Disusun oleh:

Riky Ikbar Ferdhianto

NPM. 20043010268

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING

Latif Ahmad Fauzan, S.I.Kom.,M.A

NIP. 2111992015323

Mengetahui

DEKAN FISIP

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU (IMC) DALAM
PENGEMBANGAN WISATA SEJARAH GALERI LOKANANTA DI KOTA
SURAKARTA**

oleh:

Riky Ikbar Ferdhianto
NPM 20043010268

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh tim penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur pada tanggal 19 November
2024

Pembimbing

Latif Ahmad Fauzan, S.I.Kom., M.A
NIP. 2111992015323

Tim Penguji

Dra. Diana Amalia, M.Si
NIP. 196309071991032001

Dra. Dyva Claretta, M.Si
NIP. 196601072021212001

Latif Ahmad Fauzan, S.I.Kom., M.A
NIP. 2111992015323

Mengetahui

DEKAN FISIP

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006



PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Riky Ikbar Ferdhianto

NPM : 20043010268

Angkatan : 2020

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga pendidikan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain/lembaga lain, kecuali secara tertulis disitasi dalam skripsi ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar rujukan. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengaukan karya atau pendapat yang merupakan karya penulis lain, penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Surabaya, 10 Desember 2024



Riky Ikbar Ferdhianto

KATA PENGANTAR

Puji syukur peenlti panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyusun penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) Dalam Pengembangan Wisata Sejarah Galeri Lokananta di Kota Surakarta”** hingga tahap ujian seminar proposal. Peneliti membuat penelitian dalam bentuk skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, Peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik yang telah membantu seluruh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, S.Sos., M. Med.Kom selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan informasi dan tidak pernah lelah membantu seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Latif Ahmad Fauzan, S.I.Kom., M.A. selaku dosen pendamping yang telah memberikan waktu, ilmu dan motivasi pada penulis
4. Ibu Hanna Nurhaqiqi, S.I.P., M.A. selaku dosen wali yang telah mendampingi penulis sejak mahasiswa baru
5. Dosen – dosen program studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur atas ilmu yang diberikan selama empat tahun ini.
6. Orang Tua peneliti Papa dan Mama, yang selalu memberikan motivasi serta mendoakan peneliti untuk mendukung kelancaran peneliti mulai dari awal hingga akhir pengerjaan skripsi.
7. Saudara peneliti, mbak Dina dan mas Irwan yang senantiasa mendukung dan menjadi teman diskusi peneliti selama proses penelitian ini.
8. Raras sebagai *partner* yang senantiasa hadir, menemani, serta menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi.

9. Jonathan, Tania, dan Nikita yang senantiasa menemani dan mendukung penulis serta menjadi teman untuk bertukar pikiran dalam menyelesaikan pengerjaan skripsi ini.
10. Sasaki, Shidqi, Surya, dan Gabrielle yang telah menjadi teman seperjuangan dan telah memberikan segenap dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.
11. Teman – teman AK UPN radio BPH AERO yang selalu memberi *support* dan memotivasi kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti menyadari selama penulisan dan penyusunan skripsi ini sangat banyak kendala yang dihadapi. Peneliti juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam pembuatan serta hasil skripsi. Namun, berkat doa dan segala bantuan serta dorongan yang diberikan oleh berbagai pihak, disertai keinginan yang sangat kuat dan usaha yang bersungguh-sungguh, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan hingga bab tiga. Akhir kata, penulis senantiasa berdoa semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan semoga skripsi ini dapat membawa manfaat.

Surabaya, 6 November 2024

Penulis

Riky Ikbar Ferdhianto

20043010268

ABSTRAK

Wisata sejarah merupakan salah satu aspek pendukung pendidikan, hiburan, dan ekonomi daerah yang perlu untuk terus dikembangkan. Sebagai salah satu destinasi yang terletak di Kota Surakarta, Galeri Lokananta turut berkontribusi dalam pengembangan wisata di wilayah tersebut. Penelitian ini memiliki fokus pada bagaimana Integrated Marketing Communication yang dilakukan oleh galeri Lokananta dalam melakukan pengembangan setelah melakukan revitalisasi. Metode kualitatif deskriptif digunakan agar dapat menjabarkan kegiatan Integrated Marketing Communication yang diterapkan oleh galeri Lokananta setelah direvitalisasi. Konsep Integrated Marketing Communication oleh Kotler & Keller (2016) dipilih sebagai panduan dalam analisis data. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah galeri lokananta meimplementasikan strategi IMC dengan melakukan setiap elemen – elemen bauran komunikasi pemasaran yaitu komunikator, komunikan, pesan, media, hambatan, tujuan, feedback. Dalam prosesnya, masih didapati kekurangan yang terus dilakukannya evaluasi setiap kegiatan – kegiatan pemasaran yang dilakukan.

Kata kunci: Galeri Lokananta, Integrated Marketing Communication, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

Historical tourism is one aspect of supporting education, entertainment and the regional economy that needs to continue to be developed. As one of the destinations located in the city of Surakarta, Lokananta Gallery contributes to tourism development in the region. This research focuses on how Integrated Marketing Communication is carried out by the Lokananta gallery in carrying out development after carrying out revitalization. A descriptive qualitative method was used to describe the Integrated Marketing Communication activities implemented by the Lokananta gallery after it was revitalized. The concept of Integrated Marketing Communication by Kotler & Keller (2016) was chosen as a guide in data analysis. The results found in this research are that Lokananta Gallery implements an IMC strategy by carrying out each element of the marketing communication mix, namely communicator, communicant, message, media, obstacles, goals, feedback. In the process, deficiencies are still found and we continue to evaluate every marketing activity carried out.

Keywords: Gallery Lokananta, Integrated Marketing Communication, Marketing Strategy

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	12
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	15
2.2.3 Integrated Marketing Communication (IMC)	18
2.2.4 Ruang Publik	27
2.3 Kerangka Berpikir	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian	33
3.3 Definisi Konseptual	33
3.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	33
3.3.2 Integrated Marketing Communication (IMC)	34
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	36
3.5 Lokasi Penelitian	37
3.6 Teknik Penentuan Informan	37
3.7 Teknik Pengumpulan Data	37

3.7.1 Data Primer	37
3.7.2 Data Sekunder	38
3.7.3 Dokumentasi	38
3.8 Teknik Analisis Data	39
BAB IV PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum	42
4.1.1 Galeri Lokananta	42
4.2 Identitas Informan	43
4.3 Penyajian dan Analisis Data	45
4.3.1 Elemen Komunikasi Pemasaran	46
4.3.2 Proses Integrated Marketing Communication (IMC)	63
4.3.3 Jenis – Jenis Integrated Marketing Communication (IMC)	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Channel Youtube Asumsi	2
Gambar 4. 1 Logo Galeri Lokananta	42
Gambar 4. 2 Konten Lokananta. Source : Instagram @lokanantabloc.....	50
Gambar 4. 3 Konten Instagram Lokananta. Sumber : Instagram @Lokanantaloc	51
Gambar 4. 4 Studio Rekaman. Source : Instagram @lokanantabloc.....	61
Gambar 4. 5 Event GEMBIRA. Sumber : Instagram @lokanantabloc	76
Gambar 4. 6 Event Gamelan Gigs. Sumber : Instagram @lokanantabloc	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kerangka Berpikir	31
------------------------------------	----