



***DIGITAL BRANDING MUSEUM KEBANGKITAN
NASIONAL MELALUI INSTAGRAM***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam
Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh

Zalfa Naufali Nadita Salma

41182037200025

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS KOMUNIKASI,
SASTRA DAN BAHASA UNIVERSITAS ISLAM “45”
BEKASI (2024 M/ 1445 H)**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penelitian skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya tulis orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penelitian ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 14 Juni 2024



Zalfa Naufali Nadita Salma
41182037200025

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : *Digital Branding* Museum Kebangkitan Nasional Melalui *Instagram*
Nama : Zalfa Naufali Nadita Salma
NPM : 41182037200025
Konsentrasi : *Public Relations*
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.

Bekasi, 14 Juni 2024
Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Winda Primasari, S.Hum., M.Si.
NRP. 45.1.01.02.2012.015

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Skripsi



Saepudin, M.Soc.Sc.
NRP. 45.1.01.02.2011.031

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “*Digital Branding Museum Kebangkitan Nasional melalui Instagram*” telah dipertahankan di hadapan dewan penguji sidang skripsi pada:

Hari/Tanggal : Jum'at, 28 Juni 2024

Waktu : 09.00 – 10.00 WIB

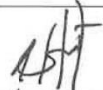


Oleh

Nama : Zalfa Naufali Nadita Salma

NPM : 4118203720025

Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	TTD
Ketua Sidang	Siti Khadijah, M.Si.	
Penguji 1	Kartini Rosmala DK., M.I.Kom	
Penguji 2	Saepudin. M.Soc.Sc.	

Bekasi, 19 Juli 2024

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa


Dr. Nurva, M.H
NRP: 45.1.01.04.2010.0012

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Winda Primasari, S.Hum., M.Si
NRP: 45.1.01.02.2012.016

Universitas Islam 45 Bekasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa
2024

Zalfa Naufali Nadita Salma / 41182037200025
Digital Branding Museum Kebangkitan Nasional Melalui *Instagram*
Di bawah bimbingan Saepudin
(139 halaman), (5 tabel), (46 gambar), (8 lampiran)

Karakter pemuda di era perjuangan kemerdekaan patut dijadikan sebagai teladan generasi muda. Saat ini, generasi muda Indonesia rentan terpengaruh oleh tindakan-tindakan negatif, seperti narkoba hingga korupsi. Oleh karena itu, dengan belajar sejarah mampu mencetak calon pemimpin masa depan yang tangguh. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui *digital branding* Museum Kebangkitan Nasional melalui *Instagram* untuk menciptakan kesadaran generasi muda agar tertarik berkunjung ke Museum. Metode penelitian yang digunakan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi langsung dan observasi digital dan dokumentasi dari konten-konten yang terdapat pada akun *Instagram* @muskitnasofficial. Teori yang digunakan dari teori Nasrullah Tahun 2023. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Museum Kebangkitan Nasional menggunakan beberapa pendekatan digital branding, sebagai berikut: Pertama, perencanaan yang meliputi strategi dan konten. Kedua, pelaksanaan yang meliputi promosi dan konversi. Hal tersebut membentuk branding Museum Kebangkitan Nasional pada level brand recognition (pengenalan merek). Untuk penelitian selanjutnya, memperdalam lagi pembahasan terkait efektivitas penggunaan media sosial *Instagram* dalam proses *digital branding*.

Kata Kunci : *Digital Branding*, *Instagram*, Generasi Muda, Museum Kebangkitan Nasional

*Universitas Islam 45 Bekasi,
Communication Science Study Program,
Faculty of Communication, Literature and
Language
2024*

*Zalfa Naufali Nadita Salma / 41182037200025
Digital Branding of the National Awakening Museum Through Instagram
Under the guidance of Saepudin
(139 pages), (5 tables), (46 photos), (8 appendices)*

The character of youth in the era of independence struggle should be used as an example for the younger generation. Currently, Indonesia's young generation is vulnerable to negative actions, such as drugs and corruption. Therefore, by studying history, it is able to produce strong future leaders. The purpose of this study is to find out the digital branding of the National Awakening Museum through Instagram to create awareness of the younger generation so that they are interested in visiting the Museum. The research method used is qualitative descriptive with data collection techniques through interviews, direct observation and digital observation and documentation of the content contained on @muskitnasofficial Instagram account. The theory used is from Nasrullah's theory in 2023. The results of this study show that the National Awakening Museum uses several digital branding approaches, as follows: First, planning which includes strategy and content. Second, the implementation which includes promotion and conversion. This forms the branding of the National Awakening Museum at the brand recognition level. For further research, deepen the discussion related to the effectiveness of using Instagram social media in the digital branding process.

Keywords: Digital Branding, Instagram, Young Generation, National Awakening Museum

PRAKATA

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu wa ta'ala, selaku pemilik kehidupan
2. Orang tua dan adik yang senantiasa memberikan do'a yang tak hentimemberi dukungan moril maupun materil untuk anak dan kakaknya
3. Bapak Dr. Nuryadi, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam "45" Bekasi
4. Ibu Winda Primasari, S.Hum., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam "45" Bekasi
5. Bapak Saepudin, M. Soc., Sc., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya untuk membimbing penulis saat penyusunan hingga skripsi selesai
6. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi, Sastradan Bahasa Universitas Islam "45" Bekasi yang telah memberikan ilmu bermanfaat kepada penulis sebagai bekal pelaksanaan skripsi
7. Bapak Nur Khozin, S.S., M.Hum., selaku Kepala Unit Museum Kebangkitan Nasional
8. Ibu Titis Kuncoro Wati, S.Pd., selaku Edukator Museum Kebangkitan Nasional

yang telah memberikan pengarahannya serta membantu pelaksanaan penelitian.

9. Bapak Krisman Yogi selaku Humas Museum Kebangkitan Nasional yang telah memberikan informasi sekaligus memberikan arahan selama pelaksanaan penelitian
10. Ibu Cindy selaku Koordinator Divisi Publikasi, Dekorasi dan Dokumentasi yang telah bersedia memberikan waktunya untuk memberikan informasi yang penulis butuhkan selama penelitian
11. Teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam "45" Bekasi yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang selalu memberikan masukan dan dukungan ke penulis dalam menyelesaikan skripsi
12. Faisal Vieka selaku sahabat yang luar biasa memberikan semangat setiap saat dan merelakan waktunya dalam membantu penulis mengerjakan skripsi
13. Iqbaal Dhiafakhri Ramadhan, BMC., selaku penyemangat ketika penulis sedang merasa lelah

Dalam penyusunannya skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan. Maka dari itu, penulis membuka lebar jika terdapat saran dan kritik yang membangun.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bekasi, 14 Juni 2024 Penulis

Zalfa Naufali Nadita Salma
41182037200025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Kerangka Teori	12
2.2.1. Digital Branding	12
2.2.2. Museum	16
2.2.3. <i>Instagram</i>	18
2.3. Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	23

3.1. Jenis Penelitian.....	23
3.2. Unit Analisis	23
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3.1. Data Primer.....	26
3.3.2. Data Sekunder.....	28
3.4. Definisi Konseptual	29
3.5. Teknik Analisis Data.....	30
3.5.1. Reduksi Data.....	31
3.5.2. Penyajian Data.....	31
3.5.3. Penarikan Kesimpulan.....	32
3.6. Keabsahan Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian	34
4.1.1. Sejarah Museum Kebangkitan Nasional.....	34
4.1.2. Visi dan Misi Museum Kebangkitan Nasional.....	35
4.1.3. Manajemen Museum Kebangkitan Nasional.....	35
4.2. Hasil Penelitian	39
4.2.1. Strategi <i>Digital Branding</i> Museum Kebangkitan Nasional	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1. Kesimpulan	77
5.2. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penggunaan Internet Berdasarkan Usia Tahun 2023	1
Gambar 2. 1 Pilar Digital Branding	13
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir	22
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Museum Kebangkitan Nasional	34
Gambar 4. 2 Koleksi Museum Kebangkitan Nasional	35
Gambar 4. 3 Tampilan Gedung Museum Kebangkitan Nasional	38
Gambar 4. 4 Kondisi Digital Branding Museum Kebangkitan Nasional Tahun 2020-2024	37
Gambar 4.5 Tampilan Unggahan Foto Kegiatan pada Instagram @muskitnasofficial	45
Gambar 4. 6 Tampilan Unggahan Survei pada Instagram @muskitnasofficial....	46
Gambar 4. 7 Tampilan Unggahan Podcast pada Youtube Museum KebangkitanNasional	47
Gambar 4. 8 Tampilan Komentar Positif pada Instagram @muskitnasofficial	48
Gambar 4. 9 Tampilan Feeds pada Instagram @muskitnasofficial	52
Gambar 4. 10 Tampilan Komentar Generasi Muda pada Instagram @muskitnasofficial	53
Gambar 4. 11 Contoh Program Virtual Tour	54
Gambar 4. 12 Contoh Program Virtual Tour	54
Gambar 4. 13 Contoh Pamflet Museum Masuk Sekolah	55
Gambar 4. 14 Contoh Program Museum Masuk Sekolah	56
Gambar 4. 15 Contoh Pameran Tetap	57
Gambar 4. 16 Contoh Pameran Temporer	58
Gambar 4. 17 Contoh Pameran Keliling di Bengkulu	58
Gambar 4. 18 Festival Semarak Bulan Merdeka	59
Gambar 4. 19 Contoh Program Publik	60

Gambar 4. 20 Insight Rentang Usia Instagram @muskitnasofficial.....	61
Gambar 4. 21 Contoh Konten Diminati	63
Gambar 4. 22 Tampilan Flyer yang dibuat oleh Tim Pameran Afair UI.....	64
Gambar 4. 23 Tampilan Caption Instagram @muskitnasofficial	64
Gambar 4. 24 Tampilan Profil Instagram @muskitnasofficial	65
Gambar 4. 25 Tampilan Hastag Instagram @muskitnasofficial	65
Gambar 4. 26 Flyer di Instagram @muskitnasofficial.....	67
Gambar 4. 27 Tampilan Instagram Story @muskitnasofficial	68
Gambar 4. 28 Tampilan Highlight Instagram @muskitnasofficial.....	68
Gambar 4. 29 Logo Lama Museum Kebangkitan Nasional.....	69
Gambar 4. 30 Logo Museum Kebangkitan Nasional.....	70
Gambar 4. 31 Logo Museum Kebangkitan Nasional.....	70
Gambar 4. 32 Logo Museum Kebangkitan Nasional.....	71
Gambar 4. 33 Interaksi Menggunakan Fitur Question.....	72
Gambar 4. 34 Interaksi di Kolom Komentar.....	72
Gambar 4. 35 Repost Postingan Pengunjung.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan dan Persamaan	10
Tabel 3.1	Daftar Informan.....	25
Tabel 4.1	Jumlah Followers di Media Sosial Museum Kebangkitan Nasional perFebruari 2024.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Transkrip Wawancara Kepala Unit Museum Kebangkitan Nasional	82
Lampiran 2	Transkrip Wawancara Humas Museum Kebangkitan Nasional	86
Lampiran 3	Transkrip Wawancara Followers Instagram Museum Kebangkitan.....	94
Lampiran 4	Transkrip Wawancara Followers Instagram Museum Kebangkitan.....	98
Lampiran 5	Transkrip Wawancara Followers Instagram Museum Kebangkitan.....	101
Lampiran 6	Transkrip Wawancara Followers Instagram Museum Kebangkitan Nasional Nasional	104
Lampiran 7	Bukti Wawancara Via Online	107
Lampiran 8	Jadwal Wawancara	108
Lampiran 9	Turnitin	109

