

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Broadcasting**

**Syarifah Khamsiawi / 20120530183**

**Judul : Strategi Kampanye Dinas Kebudayaan DIY melalui Duta Museum dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat Mengunjungi Museum Tahun 2015-2016.**

**Tahun Skripsi : 2016, 119 Hal Skripsi + 3 Table + 22 Gambar + 18 Lampiran**

**Daftar Kepustakaan : 14 Buku + 12 Sumber Online + 4 Skripsi**

Latar belakang Strategi Kampanye Dinas Kebudayaan DIY melalui Duta Museum dalam upaya meningkatkan masyarakat untuk mengunjungi museum tahun 2015-2016 bermula dari kurangnya minat masyarakat dalam mengunjungi museum yang terdapat di DIY, maka Dinas Kebudayaan DIY membuat pemilihan duta museum agar duta museum dapat mengkampanyekan museum di DIY yang bertujuan untuk memperkenalkan, mendekatkan, serta membuat masyarakat lebih mencintai museum.

Jenis penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan cara wawancara pihak Dinas Kebudayaan DIY, Duta Museum DIY, dan masyarakat. observasi yaitu pengamatan langsung pada saat kampanye sedang berlangsung, dan dokumentasi diperoleh dari Dinas Kebudayaan serta Duta Museum dan lainnya yang berhubungan dengan kampanye dilaksanakan.

Hasil dari penelitian ini adalah peneliti menunjukkan bahwa langkah kampanye yang dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan DIY melalui Duta Museum dalam menggunakan strategi kampanye sudah tepat, dengan adanya kegiatan kampanye ini masyarakat dapat lebih mengetahui informasi tentang duta museum melalui kegiatan yang dilaksanakan oleh duta museum.

**Kata Kunci:** Strategi Kampanye, Duta Museum, Museum

## ABSTRACT

**University of Muhammadiyah Yogyakarta**

**Faculty of Social and Politic Science**

**Department of Communication Science**

**Concentration of Broadcasting**

**Syarifah Khamsiawi / (20120530183)**

**Campaign Strategy By Department Culture Of DIY Through Museums  
Ambassador In An Attempt To Increase The Society Interest To Visit The DIY  
Museum Year 2015-2016.**

**Year: 2016, 119 Page + 3 Tables + 22 Image + 18 Appendices**

**References: 12 Books + 14 Online Sources (Internet) + 4 Thesis**

Reason for this campaign strategy from department of culture of diy through the museum ambassador in an effort to improve public interest to visit the museum for 2015-2016 begins from lack of public interest in visiting the museum in diy. So, the department of culture of diy make a contest to choose museum ambassadors so they could do campaigns about museums in diy, which aims to introduce, juxtapose, and make people love museums.

Type of research conducted are descriptive, qualitative, data collection techniques done by interview directly the department of culture of DIY, DIY museum ambassadors, and public. Observation done by direct observation while the campaign is ongoing, and documentation obtained from the department of culture and also the museum ambassadors and other things that associated with the campaign conducted.

The results of this study are researchers showed that the campaign implemented by the department of culture of DIY through the museum ambassadors in use of campaign strategies are already correct, with these campaign activities public can find out more information about museum ambassadors through the activities carried out by them.

***Keyword:*** Strategy campaign, Museum Ambassador, Museum.