

**STRATEGI PROMOSI DE MATA *TRICK EYE* MUSEUM DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG
TAHUN 2016-2017**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Disusun Oleh:

AKHMAD MAULANA SUBKHI

20110530082

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Akhmad Maulana Subkhi

NIM : 20110530082

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Broadcasting*

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Promosi De Mata *Trick Eye* Museum Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Tahun 2016-2017” adalah hasil karya saya sendiri dan saya menjamin seluruh sumber data yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat / menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, 24 Agustus 2018



Akhmad Maulana Subkhi

MOTTO

*Terbentur, Terbentur,
Terbentuk*

- *Tan Malaka* -

“

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk :

- Keluargaku, Ayah dan Ibu yang tentunya tidak pernah letih-letihnya untuk mensupport dan memberikan doa yang terbaik untuk masa depan anaknya,
- Kawan-kawan terdekat yang selama ini selalu mensupport
- Almamater kampusku tercinta dimana tempatku menimba ilmu, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Semesta Alam yang senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “STRATEGI PROMOSI DE MATA *TRICK EYE* MUSEUM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG TAHUN 2016-2017” Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana (S1) jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini terwujud berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak:

1. Ibu Suciati, S.Sos M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta berbagai saran dan masukan yang sangat berarti selama penulisan skripsi ini berlangsung.
2. Seluruh dosen khususnya yang ada di jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan dikampus ini.
3. Kepada kedua orangtua tercinta yang telah memberikan dukungan baik materiil maupun moril yang tak ternilai jumlahnya.

4. Bapak William Ardiyanto, Andrian Ardiyanto selaku Direktur Pemasaran dan Direktur Promosi De Mata *Trick Eye* Museum Yogyakarta yang telah membantu dalam penelitian ini
5. Bapak FX Tri Endaryanto selaku HRD De Mata *Trick Eye* Museum yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis
6. Mas Endyana Mahendra selaku Marketing. Dari De Mata *Trick Eye* Museum
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikannya, Amin.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini sebagai karya yang tidaklah sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sangat diharapkan untuk semakin menyempurnakan tulisan ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kerangka Teori.....	11
F. Penelitian Terdahulu	25
G. Metodologi Penelitian.....	29
1. Jenis Penelitian	29
2. Objek Penelitian	30
3. Lokasi Penelitian	31
4. Teknik Pengambilan Informan	31
5. Sumber data	32
6. Teknik Pengumpulan Data	33
7. Teknik Analisis Data	35
8. Validitas Data	37

BAB II GAMBARAN UMUM PT DEMATA MARIS	39
A. Profil Singkat De Mata Trick Eye Museum Yogyakarta	39
B. Letak Geografis De Mata Trick Eye Museum	41
C. Struktur Organisasi De Mata Museum.....	43
D. Fasilitas De Mata Trick Eye Museum Yogyakarta	56
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	62
A. Penyajian Data	62
1. Strategi Promosi	62
A.1. Perencanaan Strategi Promosi	63
A.2. Implementasi atau Pelaksanaan Kegiatan Bauran Promosi.....	73
A.3. Evaluasi Strategi Promosi.....	86
A.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan	88
B. PEMBAHASAN	92
2. Strategi Promosi Dalam Menarik Kunjungan Wisatawan	92
B.1. Proses Perencanaan Strategi Promosi	93
B.2. Pelaksanaan Bauran Promosi dari Perencanaan Strategi	113
B.3. Evaluasi dari Pelaksanaan Bauran Promosi	126
BAB IV PENUTUP	126
A. Kesimpulan.....	130
B. Saran	131

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Jumlah Pengunjung Kegiatan Wisata Museum Tahun 2016	2
Tabel 2 Jumlah Pengunjung De Mata Trick Eye Museum Tahun 2017.....	7
Tabel 3 Data Jumlah Pengunjung De Mata Trick Eye Musuem Tahun 2014 -2017	8
Tabel 4 Daftar Harga Tiket De Mata Trick Eye Museum	61
Tabel 5 Digital Internet Marketing De Mata Trick Eye Museum	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Dan Maskot De Mata Trick Eye Museum.....	38
Gambar 1.2 Gedung De Mata Trick Eye Museum.....	39
Gambar 1.3 Struktur Organisasi PT. Demata Maris Indonesia.....	41
Gambar 1.4 Contoh Lukisan De MATA 1.....	53
Gambar 1.5 Contoh Lukisan De MATA 2.....	54
Gambar 1.6 Contoh Patung De ARCA.....	55
Gambar 1.7 Contoh Patung D'WALIK.....	56
Gambar 2.1 Website De Mata Trick Eye Museum.....	73
Gambar 2.2 Facebook De Mata Trick Eye Museum.....	73
Gambar 2.3 Instagram De Mata Trick Eye Museum.....	74
Gambar 2.4 Brosur De Mata Trick Eye Museum.....	75
Gambar 2.5 Pemberian Voucher Diskon di Titik Nol KM dan Sunmor UGM.....	76
Gambar 2.6 Diskon yang Diberikan Lewat Media Sosial.....	77
Gambar 2.7 Diskon Ulang Tahun di De Mata Trick Eye Museum.....	79
Gambar 2.8 Diskon Free Voucher De Mata Trick Eye Museum Lewat Media Partner.....	82
Gambar 2.9 Lokasi De Mata Trick Eye Museum.....	87

LAMPIRAN

Lembar Interview Guide Ditujukan Kepada Pengelola Museum De Mata

Trick Eye :

1. Apa maksud dan tujuan dari terbentuknya dan didirikannya Museum De Mata?
2. Bagaimana proses awal terbentuknya sebuah strategi untuk mengembangkan Museum De Mata?
3. Sampai kapan strategi akan bertahan untuk digunakan?
4. Bagaimana perkembangan strategi tersebut dari waktu ke waktu?
5. Bagaimanakah strategi promosi yang dilakukan Museum De Mata pada saat ini?
8. Mengapa Museum De Mata menggunakan strategi promosi tersebut?
6. Siapa yang melakukan strategi promosi dalam Museum De Mata?
7. Kapanakah Museum De Mata Trick Eye melakukan strategi promosi?
8. Apa tujuan dari Museum De Mata melakukan strategi promosi?
9. Siapa saja target audiens Museum De Mata Trick Eye?
10. Mengapa Museum De Mata memilih target market tersebut?
11. Apa yang menjadi dasar Museum De Mata dalam menentukan segmentasi pasar?
12. Riset-riset apa yang pernah dilakukan Museum De Mata dalam menentukan segmentasi pasar?
13. Program apa saja yang dilakukan Museum De Mata dalam strategi promosi?
14. Kegiatan apa saja yang dapat menunjang strategi promosi di Museum De Mata?

15. Bagaimana cara memperkenalkan program-program tersebut kepada khalayak?
16. Apakah Museum De Mata menggunakan medium iklan? Melalui media apa saja?
17. Usaha apa yang dilakukan Public Relation selaku Humas dan pemasaran dalam meningkatkan pengunjung di Museum De Mata Trick Eye?
18. Upaya apa saja yang dilakukan oleh Museum De Mata dalam menghadapi kompetitor?
19. Apa ada kendala dalam penerapan strategi promosi yang dijalankan? Jika ada apa saja?
20. Bagaimana menentukan suatu variabel atau indikator dari sebuah strategi promosi yang dilakukan oleh Museum De Mata?
21. Bagaimana posisi Museum De Mata dibanding sebelum dan sesudah strategi promosi dijalankan?
22. Bagaimana jika target yang dicapai ternyata tidak sesuai dengan yang direncanakan?
23. Bagaimana evaluasi strategi yang dilakukan oleh Museum De Mata?
24. Bagaimana cara mengukur hasil dari evaluasi tersebut?

Interview Guide Ditujukan Kepada Pengunjung Museum De Mata :

1. Apa yang membuat anda tertarik berkunjung ke Museum De Mata?
2. Dari media apakah anda mengetahui tentang Museum De Mata?
3. Bagaimanakah pendapat anda mengenai harga tiket masuk Museum De Mata?
4. Apakah Museum De Mata memberikan diskon harga tiket?
5. Apakah letak lokasi Museum De Mata mudah dijangkau?

6. Bagaimana kritik dan saran untuk Museum De Mata?

Salah Satu Interview Dengan Mas Endyana Mahendra Selaku Divisi Marketing

Museum De Mata



Interview Dengan Pengunjung Museum De Mata





Voucher dari Museum De Mata

