

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Program Studi Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Linda Arsinta Dewi 20120530089

Strategi Promosi Pada Museum De Arca Yogyakarta Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Tahun 2015-2018

Tahun Skripsi : 2019 + 115 Halaman

Kepustakaan : 15 Books + 1 Sumber online

Museum De Arca merupakan museum patung tokoh Indonesia dan dunia yang mempunyai prestasi dan keteladanan yang layak untuk ditampilkan sebagai teladan bagi anak-anak dan remaja Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi pengelola museum dalam menarik minat pengunjung pada tahun 2018.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data berupa wawancara dan studi dokumentasi. Sumber data dengan melakukan wawancara kepada tiga orang informan dan mengumpulkan arsip, foto, dan literatur yang berhubungan dengan aktivitas promosi museum.

Hasil Penelitian Menunjukkan strategi promosi Museum Arca pada akhir tahun 2013 sampai dengan saat ini di tahun 2018 adalah memakai medium internet marketing untuk melakukan *reminding* secara terus menerus kepada masyarakat. Implementasi bauran promosi dari perencanaan strategi Museum De Arca dalam meningkatkan jumlah pengunjung meliputi kegiatan seperti periklanan (advertising), penjualan langsung (direct marketing), promosi penjualan (sales promotion). Kegiatan ini menjadi upaya pokok yang dilakukan oleh Museum De Arca untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Sedangkan evaluasi bauran promosi De Arca Museum yang dilakukan hanya dengan melihat satu sudut pandang saja yakni mengukurnya dari tingkat jumlah pengunjung wisatawan yang datang.

Kata Kunci: Promosi, Museum, Edutainment

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty Of Social And Political Sciences

Communication Studies Program

Public Relations Concentration

Linda Arsinta Dewi 20120530089

Promotion Strategy at Yogyakarta De Arca Museum to Increase the Number of Visitors in 2015-2018

Communication Style of Lesbian Students in the City of Yogyakarta

Year Of Study : 2019 + 115 Pages

References : 15 Books + 1 online source

The De Arca Museum is a sculpture museum of Indonesian and world figures who have decent achievements and examples to be displayed as role models for Indonesian children and adolescents. This study aims to describe the promotion strategy of museum managers in attracting visitors in 2018.

The type of research used is descriptive qualitative by collecting data in the form of interviews and documentation studies. Source of data by conducting interviews with three informants and collecting archives, photos and literature related to museum promotion activities.

Research Results Showing the promotion strategy of the Arca Museum at the end of 2013 to the present in 2018 is to use the internet marketing medium to continuously remind the community. The implementation of the promotion mix of the strategy plan of the De Arca Museum in increasing the number of visitors includes activities such as advertising (direct advertising), direct sales (direct marketing), sales promotion (sales promotion). This activity is a main effort carried out by the De Arca Museum to increase the number of visitors. While the evaluation of the De Arca Museum promotion mix is done only by looking at one point of view, namely measuring it from the level of visitors visiting.

Keywords: Promotion strategy, Museum, De Arca.