ABSTRAK

Dini Fajratul Artini, B76212098, 2015. Komunikasi Pemasaran Museum Mpu Tantular. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Museum

Sebagian masyarakat Indonesia masih menganggap museum sebagai tempat yang kurang menarik untuk dijadikan destinasi wisata, padahal sebenarnya di dalam museum banyak pengetahuan dan pengalaman yang didapat, terutama yang berkaitan dengan sejarah dan kebudayaan. Permasalahan yang sama juga dialami oleh museum Mpu Tantular. Dalam hal ini peneliti berupaya merumuskan bagaimana srategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola museum Mpu Tantular

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara mendalam strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Museum Mpu Tantular untuk menarik minat wisatawan agar berkunjung ke museum. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran museum Mpu Tantular adalah dengan memberikan pelayanan yang baik dan menjalin kedekatan dengan masyarakat, selain itu museum Mpu Tantular juga rutin menggelar kegiatan yang menarik sehingga menimbulkan minat masyarakat untuk mengunjungi museum. Museum Mpu Tantular juga memanfaatkan media untuk melakukan proses promosi, baik menggunakan media konvensional seperti koran, brosur, dan baliho, maupun media baru seperti *website* dan media sosial.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id