

## **ABSTRAK**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Rizky Rahmanda Irawan**

**20100530163**

**Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Gunungapi Merapi dalam Meningkatkan**

**Jumlah Pengunjung Tahun 2010-2012**

Dalam kegiatan kepariwisataan, komunikasi pemasaran digunakan sebagai alat untuk memperkenalkan obyek wisata, baik dari segi potensi wisata dan produk yang dihasilkan. Kabupaten Sleman merupakan Kabupaten yang memiliki banyak potensi wisata yang dapat dikenalkan kepada masyarakat luas, khususnya Museum. Museum Gunungapi Merapi ini ada pasca erupsi Gunung Merapi yang fenomenal hingga menewaskan juru kunci Gunung Merapi itu sendiri. Musibah ini dimanfaatkan oleh pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman untuk membangun Museum dan obyek wisata Lava Tour. Dimana Museum Gunungapi Merapi ini Museum Gunungapi Pertama di Pulau Jawa. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan menganalisis menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini bertempat di Museum Gunungapi Merapi dusun Banteng, Hargobinangun, Pakem Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Berdasarkan hasil penelitian ini, kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan Museum Gunungapi Merapi dengan cara *advertising* melalui media cetak dan elektronik, *personal selling*, *direct marketing*, karnaval, dari strategi komunikasi pemasaran tersebut dihasilkan pengunjung setiap bulannya. Kegiatan pemasaran yang dilakukan cukup berhasil namun permasalahan anggaran serta pemaksimalan konten dalam media sosial dan media cetak, serta pengukuran hasil promosi masih perlu dibenahi.

**Kata kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran, Museum.**

## **ABSTRACT**

**University Muhammadiyah of Yogyakarta**

**Faculty of Social and Political Sciences**

**Major of Communication Science**

**Concentration in Advertising**

**Rizky Rahmanda Irawan**

**20100530163**

**Communications Strategy Marketing Gunungapi Museum Merapi in Increasing the number of Visitors 2010-2012**

Participates in tourism activity , marketing communications used as a tool to introduce tourism , both in terms of tourism potential and product resulted .Sleman district is a district that experiences many tourism potential can be introduced to the general public , especially museum .Museum gunungapi merapi explosion this is post merapi eruption phenomenal being killed key to the merapi itself .

This tragedy used by departments culture and tourism sleman district to build museum and tourism lava tour .Where museum gunungapi merapi this museum gunungapi first in java. This research using the kind of research descriptive and analyze used a qualitative approach. This research located in a museum gunungapi merapi hamlet bull, hargobinangun, pakem sleman, special region of yogyakarta.

Based on the result of this research , activities of marketing communications done museum gunungapi merapi by means of advertising through the print and electronic media , personal selling , direct marketing , carnival , of the strategy of marketing communications has been generated visitors every month .Activities marketing is fairly work however problems a budget and maximizing content in social media and the print , and the measurement of the promotion still need of improvement .

**Keywords: Strategy, Marketing Communication, Museum.**