

## **ABSTRAK**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**ZIKO EGA SUKMANA**

**20120530014**

**Strategi Promosi Museum Dewantara Kirti Griya Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Tahun 2015 - 2017**

**Tahun Skripsi: 2019 + 83 halaman + 5 lampiran + 9 gambar**

**Daftar Kepustakaan: 18 buku+ 4 Jurnal + 2 sumber internet**

Museum Dewantara Kirti Griya merupakan museum sejarah pendidikan yang ada di Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi promosi yang digunakan mendeskripsikan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat yang dihadapi Museum Dewantara Kirti Griya Yogyakarta.

Dalam penelitian skripsi ini penulis menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang merupakan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada. Metode pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, pengamatan, studi pustaka dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa strategi promosi Museum Dewantara Kirti Griya Yogyakarta yaitu mengidentifikasi audiens sasaran, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih saluran komunikasi, mengalokasikan total anggaran promosi, memutuskan mengenai bauran promosi, mengukur hasil promosi, dan mengelola komunikasi pemasaran terpadu. Hal itu dilakukan agar promosi yang disampaikan sesuai dengan karakteristik pengunjung yang berminat datang ke museum.

**Kata Kunci : Promosi, Pemasaran, Museum**

## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**Faculty of Social and Political Science**

**Communication Science Studies**

**Advertising Course**

**ZIKO EGA SUKMANA**

**20120530014**

**PROMOTIONS STRATEGY OF DEWANTARA KIRTI GRIYA MUSEUM  
YOGYAKARTA IN INCREASING THE AMOUNT VISITORS IN 2015 -  
2017**

**Script Year: 2019 +83 pages + 5 attachment + 9 pictures**

**Literature list: 18 books + 4 Jurnal + 2 internet sources**

Dewantara Kirti Griya Museum is an educational history museum in Yogyakarta. The Purpose of this study is to describe the promotion strategy used to explain the supporting factors and the inhibiting factors faced by the Dewantara Kirti Griya Museum in Yogyakarta.

The research methods used in this study is a descriptive with qualitative closure that a problemsolving procedure and investigate by describing the facts of research's object condition. The methods of collecting data done through the interview, observation, literature review, and documentation.

Based on the research, it can be seen that the promotion strategy of Dewantara Museum Kirti Griya Yogyakarta is .identifying the target audience, setting communication goals, designing messages, choosing communication channels, allocating promotional budgets, deciding on promotional mixes, measuring promotion result, and managing integrated marketing communications. This used to the promotion delivered in accordance with the characteristics of interested visitors came to the museum.

**KeyWords:Promotion,Marketing,Mus**

