

ABSTRACT

Meiry Asmi Artik Andayani. 2019. Implementation of Promotional Mix (Study on the Tourism object Museum Gubug Wayang Mojokerto). Under the guidance of Hadi Purnomo, S.E., M.M

As one of the attractions that are considered monotonous and less attractive by the public, the museum must be more productive and creative in promoting its existence. Applying the right promotional mix will have a positive impact on the sustainability of the museum. Especially if the museum management is not owned by the government but is owned by the private sector. Museum Gubug Wayang Mojokerto is a museum with a diverse collection of art objects from all over Indonesia and have high value to offers education, art and culture in one visit package. The collection in this museum include pupHpets like as Wayang Kulit, Wayang Potehi, Wayang Golek, masks, traditional games, Tosan Aji, Unyil Dolls and etc.

This research used descriptive qualitative. Data exposure in this research is narrative description obtained through interviews, field observations, and documentation. The purpose of this research is to find out how the implementation of the promotional mix carried out by the Museum Gubug Wayang to intruduce the museum and attract tourist visits. Based of the results, promotional mix element which include advertising, sales promotion, personal selling, public relation, direct marketing, and word of mouth marketing has been applied at museum. In addition for supporting the sustainablility of this attraction, Museum Gubug Wayang also applied some programs like as Karawitan, Macapat and Traditional Dance. So, it make a changes from a monotonous museum to be creative and innovative museum.

Kata Kunci : Promotion mix, Musuem Gubug Wayang Mojokerto

ABSTRAK

Meiry Asmi Artik Andayani. 2019. Implementasi Bauran Promosi (Studi Pada Objek Wisata Museum Gubug Wayang Mojokerto). Dibawah bimbingan Hadi Purnomo, S.E., M.M

Sebagai salah satu objek wisata yang dianggap monoton dan kurang menarik oleh masyarakat, museum harus lebih produktif dan kreatif dalam mempromosikan keberadaannya. Menerapkan bauran promosi yang tepat akan berdampak positif pada keberlanjutan museum. Terutama jika manajemen museum tidak dimiliki oleh pemerintah tetapi dimiliki oleh sektor swasta. Museum Gubug Wayang Mojokerto adalah museum dengan beragam koleksi benda seni dari seluruh Indonesia dan memiliki nilai tinggi yang menawarkan pendidikan, seni dan budaya dalam satu paket kunjungan. Koleksi yang ada dalam museum ini antara lain wayang; wayang kulit, wayang potehi, wayang golek, topeng, permainan tradisional, tosan aji, boneka si unyil dan sebagainya.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Paparan data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan bauran promosi yang dilakukan oleh Museum Gubug Wayang guna mengenalkan museum dan menarik kunjungan wisatawan. Hasil dari penelitian membuktikan bahwa elemen bauran promosi yang meliputi iklan, promosi penjualan, penjualan tatap muka, publisitas, pemasaran langsung, dan informasi dari mulut ke mulut telah diterapkan di museum ini. Selain itu untuk mendukung keberlanjutan objek wisata ini, Museum Gubug Wayang juga menerapkan beberapa program seperti Karawitan, Macapat dan Tari Tradisional. Sehingga hal tersebut diharapkan mengubah pandangan museum yang monoton menjadi museum kreatif dan inovatif.

Kata Kunci : Bauran Promosi, Musuem Gubug Wayang Mojokerto