



KOMUNIKASI PEMASARAN MUSEUM MPU TANTULAR

Dini Fajratul Artini

artini@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Article Info

Article history:

Received 16 August 2017

Accepted 15 September 2017

Published 10 October 2017

Keyword:

*Komunikasi pemasaran,
museum, Mpu tantular*

Abstract

Museum sebagai tempat yang dijadikan destinasi wisata, karena di dalam museum banyak pengetahuan dan pengalaman yang didapat, terutama yang berkaitan dengan sejarah dan kebudayaan, seperti museum Mpu Tantular. Dalam artikel ini peneliti ingin membahas tentang bagaimana strategi 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 ditunjukkan 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.

Copyright © 2017 Jurnal Ilmu Komunikasi. All rights reserved.

Corresponding Author:

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, Indonesia
Jl. Ahmad Yani 117 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.

Email: jurnalilkom@uinsby.ac.id