



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR ISTILAH	xi
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Tinjauan Pustaka	8
1.5 Metode penelitian	12
BAB II TINJAUAN UMUM	15
2.1 Sejarah singkat dan profil Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara	15
2.2 Jumlah kunjungan museum	21
2.3 Pemasaran Museum	23
2.3.1 Pengertian Pemasaran Museum	23
2.3.2 Aspek-Aspek Pemasaran Museum.....	26
2.3.3 Pembaharuan Pemasaran.....	28
2.4 Partisipasi Museum	30
BAB III ANALISIS SITUASI	32
3.1 Analisis SWOT	32
3.1.1. Faktor Internal.....	33
3.1.2. Faktor Eksternal	35
3.1.3. Matrix SWOT	37
3.2. Social Media Presence	38
BAB IV KONSEP STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MUSEUM NEGERI	45



4.1 Konsep Strategi Pemasaran Digital	45
4.2 Perencanaan Strategi	50
4.2.1 SMART Objective	50
4.2.2 Audiens	52
4.2.3 Pemilihan Media	59
4.3 Strategi Pemasaran Digital	64
4.3.1 Content Marketing	65
4.3.2 Social Media Marketing.....	75
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	90