

ABSTRACT

Social media become the most used of promotion medias by Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta. Social media creates a perception for every tourist who visits Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta. This study will examine the perceptions of domestic tourists on social media in promoting Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta as a tourists attraction. The purpose of this study is to find out the perceptions of visitors towards Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta's promotion media through websites, Facebook, and Instagram; to find out the proportional media is right on target and attracts tourists to visit the Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta or not; to find out the efforts of the Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta in using website, Facebook, and Instagram to better achieve the goals and attract more tourists to visit. This research was conducted with a qualitative-descriptive research method. The results of the study show that the perception of domestic tourists regarding the overall promotion media content of the museum can be said to be positive. From the various media used by Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta, websites are considered the most interesting media based on the perceptions of respondents; and there are still many respondents who are not aware of the media promotion of the Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta.

Keywords: promotion media, museum, social media, perceptions, domestic tourists.

ABSTRAK

Media sosial menjadi salah satu media promosi yang digunakan oleh Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta. Media sosial melahirkan sebuah persepsi bagi setiap wisatawan yang mengunjungi Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta. Penelitian ini akan mengkaji tentang persepsi wisatawan domestik terhadap media sosial dalam mempromosikan Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta sebagai obyek wisata. Tujuan penelitian ini yaitu Mengetahui persepsi pengunjung terhadap media promosi Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta melalui website, facebook, dan instagram; Mengetahui media promosi tersebut sudah tepat sasaran dan menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Museum Benteng Vredeburg atau belum; Mengetahui upaya Museum Benteng Vredeburg dalam menggunakan media promosi website, facebook, dan instagram agar lebih tepat mencapai sasaran dan semakin menarik wisatawan untuk berkunjung. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi wisatawan domestik mengenai konten media promosi Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta secara keseluruhan dapat dikatakan positif; dari berbagai media yang digunakan oleh Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta, website merupakan media yang dianggap paling menarik berdasarkan persepsi responden; dan masih banyak responden yang belum mengetahui adanya media promosi Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta.

Kata kunci: media promosi, museum, media sosial, persepsi, wisatawan domestik.