



## ABSTRACT

This research aims to see how the strategy is done by Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta in order to developing their audience, reviewed using Kotler's Audience Development Theory (2000). Audience development is a process to develop its service to regular visitor and also keep reaching for new visitor. Kotler's Audience Development Theory based on three audience development variable that usually used by museums, such as improving the museum-going experience, community service and market reposition toward entertainment, using this theory we can determine which focus that museum working on to develop their audience. Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta as one of the education museums on Yogyakarta, now applying this kind of strategy to attract visitor to their museum, Museum Benteng Vredenburg, it's also supported by its strategic location and potency of Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta being one of the tourist attraction on Malioboro area. Based on the result using this theory, Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta's strategy focus on improving the museum-going experience and community service for developing their audience. Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta also working on 'museum militant agent' development strategy by work together with communities to help museum developing their audience, this strategy is still not widely found on another museum and interesting to be develop as one of the museum audience development.

Keyword: museum, visitor, tourist, audience development, museum development



## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta dalam melakukan pengembangan audiens, ditinjau dengan menggunakan Teori Pengembangan Audiens Kotler (2000). Pengembangan Audiens pada dasarnya adalah proses mengembangkan jasa kepada pengunjung tetap dan berusaha menjangkau pengunjung baru melalui beberapa cara. Teori Pengembangan Audiens Kotler mempunyai tiga variabel utama pengembangan yang biasa dilakukan oleh museum, yaitu Mengembangkan Pengalaman Berkunjung, Jasa kepada Komunitas dan Reposisi pasar ke pasar hiburan, melalui teori itu bisa didapatkan fokus museum dalam mengembangkan audiens di museum nya. Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta sebagai salah satu museum edukasi di Yogyakarta kini sedang menerapkan strategi tersebut untuk menarik pengunjung ke museum nya, hal ini didukung oleh letak yang strategis dan potensi Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta menjadi satu daya tarik wisata di kawasan Malioboro. Menurut hasil analisis teori ini, Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta kini sedang berfokus pada Mengembangkan Pengalaman Berkunjung Museum dan juga Jasa kepada Komunitas dalam rangka mengembangkan audiens nya. Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta juga sedang gencar mengembangkan strategi pengembangan ‘agen militan museum’ dengan cara menarik komunitas untuk membantu museum dalam mengembangkan audiens, strategi ini masih belum banyak dilakukan di museum lain dan sangat menarik untuk dikembangkan lebih lanjut sebagai salah satu strategi pengembangan audiens museum.

Kata Kunci: museum, pengunjung, wisatawan, pengembangan audiens, pengembangan museum