

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
ABSTRAKSI.....	xiii
ABSTRACT	xiv
DAFTAR TABEL, BAGAN, GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Kerangka Pemikiran	6
1. Manajemen Komunikasi	6
1.1 <i>Defining Problems</i>	7
1.2 <i>Planning and Programming</i>	7
1.3 <i>Taking Actions and Communication</i>	7
1.4 <i>Program Evaluating</i>	7
2. Komunikasi Pemasaran	8
2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran	8
2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	10
3. Komunikasi Pemasaran Sosial.....	11
4. Kesadaran Masyarakat.....	13
4.1 Konsep Kesadaran.....	13
4.2 Konsep Masyarakat	17

F. Kerangka Konsep.....	18
G. Metodologi Penelitian	20
1. Sifat Penelitian.....	20
2. Metode Penelitian	20
3. Jenis Data.....	21
4. Teknik Pengumpulan Data	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Komunikasi Pemasaran Lembaga Nonprofit	24
1. Pemasaran Produk dan Jasa (<i>Marketing of Products and Services</i>).....	25
2. Pemasaran Sosial (<i>Social Marketing</i>).....	25
3. Pemasaran Kebijakan (<i>Policy Marketing</i>).....	25
4. <i>Demarketing</i>	25
B. Kesadaran Masyarakat terhadap Museum dan Hal-Hal yang Melatarbelakangi	26
C. Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III GAMBARAN UMUM BADAN MUSYAWARAH MUSEA (BARAHMUS) DIY	
A. Visi dan Misi	31
B. Anggaran Dasar Barahmus DIY	31
C. Susunan Organisasi Badan Musyawarah Musea	37
D. Museum Anggota Barahmus DIY	39
E. Lambang Barahmus DIY	41
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
A. Mendefinisikan Masalah	42
1. Perkembangan Barahmus DIY dan berdirinya AMI	42
2. Kegiatan Pemasaran DIY, Festival Museum, dan Gerakan Nasional Cinta Museum.....	44
3. Analisis Situasi	53
3.1 Museum Benda Budaya dan Kesenian.....	57
3.2 Museum Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan	61
3.3 Museum Sejarah dan Perjuangan	66

B. Membuat Perencanaan Manajemen Komunikasi	70
1. Analisis Sasaran dan Kompetitor.....	70
1.1 Sasaran.....	70
1.2 Kompetitor.....	70
2. Analisis Tujuan.....	70
2.1 Masyarakat tidak menganggap museum sebagai bangunan kuno yang angker	70
2.2 Mengenalkan museum di DIY kepada masyarakat.....	71
C. Implementasi Manajemen Komunikasi Komunikasi Barahmus DIY	71
1. Pelaku	71
2. Pesan.....	71
3. Saluran	72
3.1 Festival Museum	72
3.2 Situs internet.....	72
3.3 Travel dialog.....	73
3.4 Paket Wisata.....	75
3.5 Buku, buklet, dan <i>leaflet</i> museum-museum	75
3.6 Edukasi	76
3.7 Iklan radio, <i>talkshow</i> di televisi, dan media partner.....	76
3.8 Spanduk dan poster	77
3.9 Peringatan <i>International Museum Day</i> dan Hari Museum Nasional Indonesia	77
D. Evaluasi Manajemen Komunikasi Barahmus DIY	79
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL, BAGAN, DAN GAMBAR

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	12
Tabel 4.1.....	54

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1.....	6
Bagan 1.2.....	19

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	41
Gambar 4.1	44
Gambar 4.2.....	45
Gambar 4.3.....	47
Gambar 4.4.....	57
Gambar 4.5.....	57
Gambar 4.6.....	58
Gambar 4.7.....	58
Gambar 4.8.....	58
Gambar 4.9.....	59
Gambar 4.10.....	59
Gambar 4.11	60
Gambar 4.12.....	60
Gambar 4.13.....	60
Gambar 4.14.....	61
Gambar 4.15.....	61
Gambar 4.16.....	62
Gambar 4.17.....	62
Gambar 4.18.....	62
Gambar 4.19.....	63

Gambar 4.20.....	63
Gambar 4.21.....	63
Gambar 4.22.....	64
Gambar 4.23.....	64
Gambar 4.24.....	64
Gambar 4.25.....	65
Gambar 4.26.....	65
Gambar 4.27.....	66
Gambar 4.28.....	66
Gambar 4.29.....	66
Gambar 4.30.....	67
Gambar 4.31.....	67
Gambar 4.32.....	68
Gambar 4.33.....	68
Gambar 4.34.....	68
Gambar 4.35.....	69
Gambar 4.36.....	69
Gambar 4.37.....	72
Gambar 4.38.....	72
Gambar 4.39.....	73
Gambar 4.40.....	73
Gambar 4.41.....	75
Gambar 4.42.....	75
Gambar 4.43.....	76
Gambar 4.44.....	76
Gambar 4.45.....	77
Gambar 4.46.....	78