

Intisari

Museum sebagai salah satu daya tarik wisata yang memiliki potensi tersendiri sebagai jendela dunia melalui koleksi – koleksi berupa peninggalan budaya dan sejarah. Yogyakarta sebagai kota budaya dan sejarah memiliki daya tarik tersebut lewat Museum Sonobudoyo, museum ini merupakan museum yang memiliki koleksi terlengkap di Yogyakarta, (data Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman Kemendikbud RI,2014). Saat ini Museum Sonobudoyo belum dirasakan secara optimal peranannya sebagai museum. Hal ini dilandasi karena Museum Sonobudoyo secara kinerja belum berjalan secara optimal. Sehingga diperlukan kajian yang mempengaruhi kinerja Museum Sonobudoyo

Pada tinjauan pustaka teori utama tentang yang mempengaruhi kinerja museum salah satunya adalah branding, menurut Amalia E. Maulana adalah kumpulan kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam penelitian ini museum dalam rangka proses membangun dan membesarkan produk yang ada yaitu Museum Sonobudoyo. Dan packaging, menurut Kotler (1997) adalah proses merancang dan memproduksi serta melindungi produk dalam penelitian ini museum untuk terlihat lebih menarik. Teori pendukung : Kinerja, menurut August W. Smith adalah merupakan hasil atau keluaran dari suatu proses.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi eksisting kinerja Museum Sonobudoyo. Dari hasil tersebut dapat diukur sejauh mana pengaruh *branding & packaging* terhadap kinerja sosial dan kinerja ekonomi museum. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif deskriptif untuk mengetahui eksisting kinerja museum sonobudoyo dengan menganalisis pengaruh dari *branding & packaging* terhadap kinerja Museum Sonobudoyo.

Kinerja Museum Sonobudoyo sejauh ini dikategorikan belum optimal. Dapat dilihat dari dua sisi yaitu sisi sosial dan sisi ekonomi berdasarkan dari misi museum itu sendiri. Masih banyak program – program yang belum berjalan terutama dalam segi pemasaran dan promosi sehingga banyak masyarakat maupun wisatawan belum mengetahui dan mengenal lebih jauh tentang Museum Sonobudoyo.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja pada Museum Sonobudoyo Yogyakarta yang dilihat dari misi museum, yaitu kinerja sosial dan ekonomi belum secara optimal. Untuk meningkatkan kualitas kinerja sangat memungkinkan bagi pengelola Museum Sonobudoyo Yogyakarta untuk memanfaatkan pengaruh branding & packaging terhadap kinerja museum, karena telah terbukti dapat membantu meningkatkan kinerja pada museum dan daya tarik wisata lainnya.

Kata kunci: daya tarik, kinerja museum, pemasaran pariwisata, branding & packaging,

ABSTRACT

Museum as one of the tourist attraction that has its own potential as a window to the world through a collection - a collection of cultural relics and historical form. Yogyakarta as a city of culture and history has such appeal through Sonobudoyo, this museum is a museum that has the most complete collection in Yogyakarta, (data Directorate of Preservation of Cultural Heritage and Museums Kemendikbud RI, 2014). Currently Sonobudoyo optimally not yet felt its role as a museum. It is based because Sonobudoyo in performance has not run optimally. So, we need studies that affect the performance of Sonobudoyo

In a literature review of the main theories that affect the performance of the museum one of them is branding, according to Amalia E. Maulana is a collection of activities undertaken in the company's museum in order to study the process of building and raising the existing products that Sonobudoyo. And packaging, according to Kotler (1997) is the process of designing and producing as well as protecting the product in this study to look interesting museum. Supporting theory: Performance, by August W. Smith is the result or output of a process.

This study aims to determine the existing condition Sonobudoyo performance. From these results we can measure the extent of the influence of branding and packaging of the performance of the museum. This research uses descriptive qualitative and quantitative methods to determine the performance of existing Sonobudoyo by analyzing the influence of branding and packaging of the performance Sonobudoyo.

Performance so far categorized Sonobudoyo not optimal. Can be seen from two sides of the social side and the economic side based on the mission of the museum itself. There are still a lot of programs - programs that have not been run, especially in terms of marketing and promotion of so many people and tourists do not know and to know more about Sonobudoyo.

The results of this study indicate that the performance of the Sonobudoyo Yogyakarta seen from the museum's mission, namely the social and economic performance dserta supported performance based tourist attraction is able to meet most of the standards of a museum's performance. To improve the quality of performance is very possible for a manager Sonobudoyo Yogyakarta to harness the influence of branding and packaging because it has been shown to help improve performance at the museum and other tourist attraction.

Keywords: *attraction, performance museums, tourism marketing, branding & packaging,*