



ABSTRAK

EVALUASI STRATEGI PROMOSI MUSEUM SANDI YOGYAKARTA TAHUN 2014-2015

Agar museum dapat memenuhi visi misi serta tujuannya dalam melayani publik, pengelola memerlukan sumber daya yang dapat membantu meningkatkan pelayanan. Salah satu sumber daya ini adalah strategi promosi yang berperan sebagai alat komunikasi antara museum dan publik, serta menarik minat publik kepada museum. Penelitian ini akan mengevaluasi strategi promosi yang diterapkan oleh Museum Sandi Yogyakarta pada tahun 2014-2015 dengan melakukan analisis komparatif terhadap strategi promosi acuan dari berbagai sumber yang disarikan menjadi konsep strategi promosi yang perlu diterapkan dalam pengelolaan museum. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seperti apa strategi promosi yang diterapkan oleh Museum Sandi pada tahun 2014-2015, apa peran dan fungsi dari strategi promosi yang diterapkan terhadap keberadaan museum, serta langkah apakah yang perlu dilakukan oleh Museum Sandi selanjutnya mengenai strategi promosi dengan melihat pada hasil evaluasi tersebut.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh Museum Sandi pada tahun 2014-2015 dapat digolongkan ke dalam dua jenis, yakni promosi aktif dan promosi pasif. Strategi promosi yang diterapkan oleh Museum Sandi ini memiliki peran dan fungsi sebagai penghubung dan jembatan komunikasi antara museum sebagai perwakilan Lembaga Sandi Negara dengan masyarakat untuk mempromosikan persandian Indonesia, meningkatkan citra persandian di mata masyarakat, maupun sebagai media pembelajaran tentang ilmu persandian. Langkah yang perlu dilakukan oleh Museum Sandi selanjutnya mengenai strategi promosi dengan melihat pada hasil evaluasi adalah: (1) Penyusunan Struktur Organisasi (2) Identifikasi Target Audiens (3) Pemilihan dan Analisis Bauran dan Media Promosi (4) Pengawasan dan Evaluasi.

Kata kunci: evaluasi, museum, strategi promosi, Museum Sandi, komparatif



ABSTRACT

EVALUATION OF THE PROMOTIONAL STRATEGY IN MUSEUM SANDI YOGYAKARTA 2014-2015

To fulfill a museum's vision and mission statements in its purpose to serve the public, museum managers are required to use resources to help improve its services. One of these resource is the promotional strategy which acts as a communication tool between the museum and the public, as well as to attract public interest to the museum. This study will evaluate the promotional strategy adopted by Museum Sandi Yogyakarta in 2014-2015 by conducting a comparative analysis of the promotional strategy reference from various sources abstracted into a concept that need to be applied in the museum. The purpose of this study was to determine the promotional strategy adopted by Museum Sandi in 2014-2015, the role and function of the adopted promotional strategies, as well as measures regarding promotional strategy that needs to be taken by Museum Sandi in the future by looking at the results of the.

The results of this study indicates that the promotional strategy adopted by Museum Sandi in 2014-2015 can be classified into two types, active and passive promotions. The role and function of the promotional strategy adopted by Museum Sandi is to act as a communication bridge and connector between the museum as the representative of Lembaga Sandi Negara and the community to promote Indonesian coding, improve the image of coding in society, and as a medium to learn about the science and history of coding. Measures regarding promotional strategy that needs to be taken by Museum Sandi in the future by looking at the results of the evaluation are: (1) Defining the Organizational Structure (2) Identifying the Target Audience (3) Selecting and Analyzing the Promotional Mix and Media (4) Monitoring and Evaluation.

Kata kunci: evaluation, museum, promotional strategy, Museum Sandi, comparative