

Daftar Isi

Bab I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	10
1.6. Sistematika Penulisan	11
Bab II Tinjauan Pustaka	13
2.1. Museum	13
2.2. Manajemen Museum	17
2.3. Strategi Pemasaran Museum	20
2.4. <i>Blue Ocean Strategy</i> (BOS)	23
Bab III Metodologi Penelitian.....	33
3.1. Jenis Penelitian	33
3.2. Metode Pengumpulan Data	33
3.3. Metode Analisa Data	36
3.4. Rerangka Penelitian	36
3.5. Profil Museum Ullen Sentalu	38
Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	43
4.1. <i>Visual Awakening</i>	43
4.1.1. <i>Value Curve</i> Museum Indonesia	44
4.1.2. <i>Value Curve</i> MUS	49
4.2. <i>Visual Exploration</i>	56
4.2.1. Pencatatan Data Statistika	57
4.2.2. <i>Focus Group Discussion</i>	60
4.2.3. Survey dengan Kuisisioner	64



4.2.4. <i>The Six Paths Framework</i>	71
4.2.5. <i>The Four Actions Framework</i>	81
4.2.6. <i>The ERRC Grid</i>	88
4.3. <i>Visual Strategy Fair</i>	89
4.4. <i>Visual Communication</i>	94
4.5. <i>Three Characteristics of Good Strategy</i>	95
Bab V Simpulan dan Saran	96
5.1. Simpulan	96
5.1.1. <i>Value Curve</i> Museum Indonesia	96
5.1.2. <i>Value Curve</i> MUS	96
5.1.3. <i>Value Curve</i> Pengunjung MUS	97
5.1.4. Strategi pemasaran MUS dengan Pendekatan <i>Value Innovation</i>	98
5.2. Keterbatasan Penelitian	99
5.3. Saran	100
Daftar Pustaka	102
Lampiran	