

ABSTRAK

Salah satu Museum yang terkenal di Kota Yogyakarta adalah Museum Affandi. Museum Affandi merupakan objek wisata seni yang dibangun oleh seorang maestro seni lukis Indonesia, yaitu Affandi. Sebagai sebuah organisasi bisnis tentunya harus mampu mempertahankan pengunjung yang ada sebagai bentuk investasi. Masalah inilah yang kemudian peneliti angkat untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran yang telah ditetapkan oleh Yayasan Affandi dalam mempromosikan Museum Affandi, dan untuk mengetahui faktor pendorong dan penghambat yang dihadapi Yayasan Affandi dalam menjalankan Strategi Komunikasi Pemasarannya. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu penjabaran data yang ditemukan dilapangan dan kemudian mengembangkannya menjadi sebuah informasi yang mudah dipahami. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, kepustakaan, laman internet, triangulasi data, dan dokumentasi. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan Strategi Komunikasi Pemasaran yang digunakan oleh Yayasan Affandi yaitu melalui *Market research* yang dituangkan ke alat pemasaran yaitu Iklan, *Sales Promotion*, *Marketing Event*. Hanya saja dalam pihak pengelola belum dapat dikatakan maksimal karena tidak adanya kegiatan rutin dalam mengevaluasi kegiatan komunikasi pemasarannya. Dengan adanya analisis dari peneliti, diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak Yayasan Affandi dalam melakukan Strategi Komunikasi Pemasarannya dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Museum Affandi, *Markting Mix*, *Promotion Mix*.

ABSTRACT

One of the famous museums in Yogyakarta is Museum Affandi. Museum Affandi is kind of tourism object which specialize in Art. It was built by an artist in Indonesia named Affandi. As a business organization, it need to keep the number of visitor as a form of investment. this problem was founded by author to be researched, and later will give the new knowledge of Museum Affandi's marketing communication strategies to promote it self, and if driving and inhibitors to work it out. Research is descriptive which describe the datas that have founded and developed into a logic information, this technique was including observation, interview, documentation, internet research, book sources and triangulation data. Based in this research, it was founded that their strategies to promote this museum based on market research were though advertisement, sales promotion and marketing event. Something that they need to develop and be faced are the way the organize this division. They need to do evaluation and control in their marketing communication. Hopefully the results of this research can contribute something good for Museum Affandi to do this marketing communication in the future.

Keyword : Marketing Communications, Museum Affandi, Marketing Mix, Promotion Mix