

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi dalam meningkatkan kunjungan Museum Kotagede Intro Living Museum sudah dilaksanakan sudah tepat tetapi masih kurang gencar dalam menyampaikan promosi kepada masyarakat. Museum Kotagede sudah tepat dalam melaksanakan promosi karena telah menerapkan komponen yang terdapat pada bauran promosi atau *promotion mix* yang pertama yaitu iklan (*advertising*) dilakukan melalui media cetak dan media internet yaitu terdapat buku panduan, leaflet dan akun Instagram museum @museumkotagede. Kedua promosi penjualan (*sales promotion*) melalui pameran dari luar dan pameran ke luar secara daerah, regional, dan nasional. Ketiga penjualan tatap muka (*personal selling*) dilakukan dengan mempromosikan museum kepada masyarakat secara tatap muka seperti pameran, Instagram live, siaran radio dan reminding. Keempat hubungan masyarakat (*public relation*) yang dilakukan melalui events dan seminar yaitu adanya events pertunjukkan kolaborasi musik dan sastra, webinar yang dilakukan melalui Zoom dan Instagram live yang bernama "museum talk", dan publikasi. Terakhir yaitu pemasaran langsung (*direct marketing*) yang dilakukan melalui internet, email dan website. Dengan demikian strategi promosi dalam meningkatkan kunjungan museum ini sebaiknya terus dilakukan dengan berbagai komponen yang terdapat dalam bauran promosi dan bisa lebih efektif dalam menyampaikan promosi museum kepada masyarakat, agar masyarakat tertarik untuk berkunjung ke museum.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan mengenai strategi promosi dalam meningkatkan kunjungan Museum Kotagede Intro Living Museum, peneliti memberikan beberapa saran sebagai bahan acuan dan evaluasi untuk kedepannya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pengelola Museum Kotagede Intro living Museum :
 - a. Menawarkan berbagai events, pameran dan kegiatan museum lainnya dengan melibatkan masyarakat sekitar. Seperti mengadakan Wajib Kunjung Museum setiap 1 bulan sekali untuk tingkat Sekolah Dasar (SD) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP), mengadakan diskusi tentang museum antara influencer dengan pakar sejarah, menjadikan Museum Kotagede sebagai tempat untuk perhelatan event non museum seperti Pasar Jadul dan mengadakan rolling koleksi dengan museum lain melalui pameran.
 - b. Dapat bekerjasama dengan travel agen agar dapat dimasukkan ke dalam paket wisata atau tour untuk mengunjungi Museum Kotagede Intro Living Museum, tempat-tempat bersejarah di Kotagede dan dapat melihat produksi pengrajin perak.
 - c. Melakukan promosi melalui iklan visual di Bandara dan Stasiun Kereta Api.
 - d. Menambah jam berkunjung pada akhir pekan, agar masyarakat dapat berkunjung saat mereka libur di akhir pekan.
 - e. Museum dapat mengajak kerjasama dengan influencer untuk mempromosikan museum dengan membuat konten mengunjungi serta me review museum dan pengelola museum juga dapat mengoptimalkan Instagram museum.
 - f. Menambahkan akun media sosial berupa YouTube dengan membuat konten company profile museum beserta kelebihan museum dan membuat konten- konten lainnya yang bisa juga dimasukkan ke shorts YouTube
2. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama, sebaiknya mengkaji lebih dalam lagi dan mengkaji perkembangan fenomena setelah adanya dampak dari promosi yang dilakukan dalam meningkatkan kunjungan museum.