



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS *DIRECT MARKETING*” GERAKAN NASIONAL CINTA
MUSEUM” MELALUI *EVENT* LOMBA CERDAS CERMAT KEBUDAYAAN
(LCKK) TINGKAT NASIONAL TAHUN 2016 DI MUSEUM NASIONAL**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Marketing Communication & Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun oleh:

DANIS ANNISA FITRI

44313010015

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS *DIRECT MARKETING* GERAKAN
NASIONAL CINTA MUSEUM MELALUI *EVENT*
LOMBA CERDAS CERMAT KEBUDAYAAN (LCCK)
TINGKAT NASIONAL TAHUN 2016 DI MUSEUM
NASIONAL

Nama : Danis Annisa Fitri

NIM : 44313010015

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Marketing Communication and Advertising*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, April 2017

Mengetahui,

Pembimbing

Judhie Setiawan, M.Si



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : ANALISIS *DIRECT MARKETING* “GERAKAN
NASIONAL CINTA MUSEUM” MELALUI *EVENT*
LOMBA CERDAS CERMAT KEBUDAYAAN (LCCK)
TINGKAT NASIONAL TAHUN 2016 DI MUSEUM
NASIONAL

Nama : Danis Annisa Fitri
NIM : 44313010015
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Marketing Communication and Advertising*

UNIVERSITAS Jakarta, 17 Mei 2017

MERCU BUANA

1. Ketua Sidang
(Marwan Mahmudi, M.Si)
2. Penguji Ahli
(S.M. Niken Restaty, M.Si)
3. Pembimbing
(A.Judhie Setiawan, M.Si)

(.....)

(.....)

(.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : *ANALISIS DIRECT MARKETING GERAKAN NASIONAL CINTA MUSEUM MELALUI EVENT LOMBA CERDAS CERMAT KEBUDAYAAN (LCKK) TINGKAT NASIONAL TAHUN 2016 DI MUSEUM NASIONAL*

Nama : Danis Annisa Fitri

NIM : 44313010015

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Marketing Communication and Advertising*

Jakarta, 17 Mei 2017

Disetujui dan diterima oleh :

Dosen Pembimbing

**Ketua Bidang Studi
Advertising & Marcomm**

(A. Judhie Setiawan, M.Si)

(Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Ponco Budi Sulistyono, Ph.D)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT Yang Maha Esa yang telah memberikan dan melimpahkan rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Analisis *Direct Marketing* “Gerakan Nasional Cinta Museum” melalui *Event* Lomba Cerdas Cermat Kebudayaan (LCCK) Tingkat Nasional Tahun 2016 di Museum Nasional sesuai dengan waktu yang telah di rencanakan. Penyusunan skripsi ini adalah merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi jenjang pendidikan S1 pada Universitas Mercu Buana.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Judhie Setiawan, M.Si selaku dosen pembimbing di Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan bimbingan, nasehat, arahan serta motivasi kepada penulis sampai skripsi ini selesai dengan baik.
2. Bapak Marwan Mahmudi, M.Si selaku Ketua Sidang peneliti yang telah memberikan peneliti banyak masukan mengenai skripsi yang telah peneliti susun.

3. Ibu S.M. Niken Restaty, M.Si selaku penguji pada sidang skripsi yang di laksanakan oleh peneliti. Beliau telah memberikan banyak masukan serta saran yang dapat memperluas pengetahuan peneliti.
4. Seluruh Dosen Program Studi Marketing Communication & Advertising dari semester 1 s/d 7 yang telah memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuannya yang berharga dan bermanfaat selama penulis mengikuti perkuliahan di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta
5. Bapak Drs. Oting Rudy Hidayat yang telah memberikan penulis kesempatan dan bersedia mengizinkan serta membantu untuk melakukan penelitian pada divisi promosi Museum Nasional.
6. Bapak Asep Firman Y. S.S M.Si dan Bapak Drs. Junaidi Ismail yang telah bersedia menjadi narasumber dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Serta membantu penulis dalam melengkapi data-data penelitian yang penulis teliti.
7. Semua pihak dan Staff Museum Nasional Indonesia yang telah membantu dan memberikan kemudahan kepada penulis untuk mendukung penelitian ini
8. Orang tua ku tercinta, Mama Nurhayati Malasari S.Ag dan Papa Gagan Supiargan yang telah mendukung dan memberikan support secara materil maupun dukungan moril serta adik ku tercinta Mutiara Adhistya Putri yang telah memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

9. Maulana tihar yang telah memberikan motivasi, semangat serta bantuan kritik dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan waktu yang telah di rencanakan
10. Sahabat ku tercinta Adinda Assyfa kamalia , Putri Sarah Fathin , Ulvi Frista yosdi yang telah memberikan dukungan dan motivasi terbaik untuk penulis.
11. Pamela olivia teman sepembimbing yang telah memberikan motivasi dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kawan-kawan ku Mahasiswa UMB khususnya kawan-kawan seperjuangan Jurusan Marketing Communication & Advertising Angkatan 2013 yang telah berbagi suka dan duka dari semester 1sd/8.



Penulis

Danis Annisa Fitri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.2 Direct Marketing.....	14
2.2.1 Saluran Direct Marketing.....	16
2.2.2 Manfaat Direct Marketing.....	19
2.2.3 Keuntungan & Kerugian Direct Marketing.....	20
2.3 Event.....	22
2.3.1 Event Sebagai Komunikasi Pemasaran.....	24

2.4 Museum	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian	30
3.2 Tipe Penelitian.....	32
3.3 Metode Penelitian.....	32
3.4.Subjek Penelitian.....	33
3.5.Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	37
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	40
4.1.1 Sejarah Perusahaan	40
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	43
4.1.3 Logo Organisasi Perusahaan.....	44
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	44
4.1.5 Management Perusahaan.....	45
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Objective.....	47
4.2.2 Media	51
4.2.3 Creative.....	65
4.2.3 Database	78
4.2.3 Fulfillment.....	82
4.3 Pembahasan	89

BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran	110

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1	: Jumlah pengunjung Museum di Indonesia	4
GAMBAR 2	: Logo Museum Nasional	44
GAMBAR 3	: Struktur Organisasi Museum Nasional	44
GAMBAR 4	: Contoh tampilan flyer di media sosial facebook	58
GAMBAR 5	: Kunjungan langsung & sosialisasi di beberapa provinsi	61
GAMBAR 6	: Tampilan website & facebook Museum Nasional	64
GAMBAR 7	: Tampilan kunjungan langsung & teknik sosialisasi lcek Tingkat Nasional di provinsi Kalimantan Barat	74
GAMBAR 8	: Tampilan konten pesan LCKK di media sosial	77

DAFTAR TABEL

TABEL 1	: Bagan Bauran Promosi	10
TABEL 2	: Tabel Direct Marketing & Personal selling	13
TABEL 3	: Direct Marketing Terrcence A.Shimp, Belch & Belch & Philip Kotler	16
TABEL 4	: Hasil Pembahasan Direct Marketing Terrcence A.Shimp, Belch & Belch & Philip Kotler	102



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Pedoman Wawancara
LAMPIRAN 2 : Transkrip Wawancara
LAMPIRAN 3 : Surat Keterangan Penelitian dari Universitas Mercu Buana
LAMPIRAN 4 : Dokumentasi
LAMPIRAN 5 : CV

