



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

Danis Annisa Fitri (44313010015)

Analisis *Direct Marketing* “Gerakan Nasional Cinta Museum” melalui *Event* Lomba Cerdas Cermat Kebudayaan (LCKK) Tingkat Nasional Tahun 2016 di Museum Nasional

(i-xiv) halaman + 114 halaman : 5 Lampiran : Daftar Pustaka (2000-2013)

ABSTRAK

Bagi perusahaan jasa di bidang pariwisata non profit konsumen memiliki nilai yang sangat berharga, Namun pada saat ini sektor wisata non profit kurang diminati konsumen. Karena dari itu diperlukan strategi komunikasi pemasaran. Strategi komunikasi pemasaran di lakukan untuk menarik dan menjangring masyarakat salah satunya Gerakan Cinta Museum

Karena tujuannya adalah non-profit, maka dalam mengkampanyekan Gerakan Nasional Cinta Museum memerlukan strategi komunikasi pemasaran yang berbeda. Sebagai salah satu pilihan strategi yang dapat di lakukan oleh museum untuk mempromosikan tujuan pemasarannya adalah melakukan promosi dalam bentuk *direct marketing* . Seperti yang dilakukan Museum Nasional dalam mempromosikan Gerakan Nasional Cinta Museum melalui *Event* Lomba Cerdas Cermat Kebudayaan (LCKK) Tingkat Nasional dengan media komunikasi pemasaran menggunakan *direct marketing*.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan aktivitas *Direct Marketing* yang di lakukan Museum Nasional dalam mempromosikan gerakan nasional cinta museum melalui *event* (LCKK) Tingkat Nasional pada tahun 2016 Penelitian ini menggunakan konsep *Direct Marketing Terence A.Shimp, Belch & Belch & Philip Kotler* yang memiliki konsep *Objective, Media, Creative, Database* dan *Fulfillment*

Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap tiga narasumber dari Museum Nasional dan data-data yang di dapat dari dokumen perusahaan.

Dalam pemasarannya *direct marketing* ini bersifat langsung mengenai sasaran peserta sehingga dapat terciptanya tujuan komunikasi pemasaran gerakan nasional cinta museum.