

**ANALISIS KEGIATAN MARKETING PUBLIC RELATIONS MUSEUM
KEPRESIDENAN RI BALAI KIRTI DALAM PROMOSI DAN
MENARIK MINAT PENGUNJUNG DI MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:
INGGIT NUGRAHENY
044118484**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JULI 2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Inggit Nugraheny
NPM : 044118484
Judul : Analisis Kegiatan Marketing Public Relations Museum
Kepresidenan RI Balai Kirti Dalam Promosi dan Menarik
Minat Pengunjung di Masa Pandemi Covid-19

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

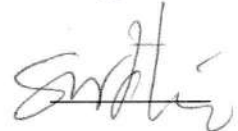
Pembimbing I : Tiara Puspanidra, M.Si
NIK. 1.0815 033 671



Pembimbing II : Qoute Nuraini C, M.I.Kom
NIK. 1.0113.001 608




Pembaca : Dr. Sardi Duryatmo, M.Si
NIK. 1.0715 022 649




Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 26 Juli 2022

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya

Ketua Program Studi



Dr. Henny Suharyati, M.Si
NIK : 1.9600 607.199009.2.001



Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn
NIK. 1.0113 001 607

ABSTRAK

INGGIT NUGRAHENY. 044118484. 2022. Analisis kegiatan Marketing Public Relations (MPR) Museum Kepresidenan RI Balai Kirti dalam Promosi dan Menarik Minat Pengunjung di masa Pandemi Covid-19. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan Bogor. Dibawah bimbingan: **Tiara Puspanidra dan Qoute Nuraini Cahyaningrum**

Pandemi Covid-19 sangat berdampak luas di berbagai aspek di Indonesia. Salah satunya sektor pariwisata. Tingkat perekonomian yang melemah sejak tahun 2020 akibat pandemi telah menjadi masa krisis, inovasi, kegelisahan, dan introspeksi bagi semua bisnis, khususnya di lembaga pemerintahan seperti museum. Pariwisata internasional yang andal mengeluarkan larangan perjalanan antar Negara dan hal tersebut hampir merusak model bisnis karya wisata. Hal itu yang menuntut museum harus melakukan improvisasi dan berinovasi selama pandemi untuk mempertahankan jumlah pengunjung. Dewasa ini, museum di mancanegara berimprovisasi dengan mengubah sistem kunjungan, dari yang melaksanakan kunjungan secara luar jaringan kini harus menjalankan kegiatannya dalam jaringan. Sebagai instansi yang bergerak dalam bidang penyedia jasa terutama dalam sektor wisata edukasi, Museum Kepresidenan RI Balai Kirti selalu berupaya meningkatkan pelayanan terhadap pelanggannya terutama dalam keinginan serta kepentingan pelanggan saat berkunjung sehingga dapat menarik minat masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis kegiatan *Marketing Public Relations* (MPR) Museum Kepresidenan RI Balai Kirti dalam promosi dan menarik minat pengunjung di masa pandemi covid-19.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori *Marketing Public Relations* dari Kotler & Keller. Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini merupakan sumber data dari informan kunci dan informan, aktivitas dan kepustakaan yang berkaitan dengan kegiatan *Marketing Public Relations* (MPR) Museum Kepresidenan RI Balai Kirti dalam Promosi dan menarik Minat Pengunjung di masa Pandemi Covid-19. Teknik Pengumpulan data melalui wawancara, observasi, kepustakaan dan dokumentasi. adapun teknik analisis data dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, untuk keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi, triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber data yang dimana peneliti melakukan pengumpulan data dengan sumber yang berbeda untuk membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan suatu informasi untuk mendapatkan data yang akurat. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya kesinambungan kinerja *Marketing Public Relations* Museum Kepresidenan RI Balai Kirti dengan media yang digunakan oleh Instansi untuk mempromosikan Instansi. Terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan museum untuk promosi dan menarik minat pengunjung yaitu diantaranya Publikasi, Identitas media, Acara, Berita dan Pidato. Dalam menjalankan kegiatan promosi MPR di Museum Kepresidenan RI Balai Kirti terlihat sudah optimal. Hal tersebut meningkatkan jumlah kunjungan di Museum Kepresidenan RI Balai Kirti di masa pandemi Covid-19.

Kata Kunci : Museum, Pandemi, Public Relations, Promosi, Pemasaran, Pengunjung.