

**SKRIPSI**  
**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT**  
**KUNJUNGAN WISATAWAN DI UPT MUSEUM BALANGA**  
**KOTA PALANGKA RAYA**



**Oleh**  
**Madia Putriana Hundjeh**  
**NIM : 421200194**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**  
**2022**

**SKRIPSI**  
**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT**  
**KUNJUNGAN WISATAWAN DI UPT MUSEUM BALANGA**  
**KOTA PALANGKA RAYA**



**Oleh**  
**Madia Putriana Hundjeh**  
**NIM : 421200194**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**  
**2022**

HALAMAN PENGESAHAN  
STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN  
MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN  
DI UPT MUSEUM BALANGA KOTA PALANGKA RAYA



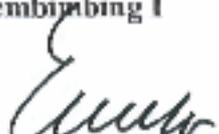
Disusun Oleh :

**Madia Putriana Hundjeh**

NIM : 421200194

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I

  
Dra. Enny Mulyantari, M.M  
NIDN. 0026046101

Pembimbing II

  
Angeli Ariani, S.H., M.M  
NIDN. 0530106001

Mengetahui  
Ketua Program Studi

  
Yudi Setiaji, S.H., M.M  
NIDN. 0508066401

**BERITA ACARA UJIAN**  
**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN**  
**MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN**  
**DI UPT MUSEUM BALANGA KOTA PALANGKA RAYA**



**Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji**  
**Dan Dinyatakan LULUS**  
**Pada Tanggal 21 April 2022**

**Tim Penguji :**

**Penguji Utama** : Drs. Prihatno, M.M  
NIDN. 0526125901

.....

**Penguji I** : Dra. Emy Mulyantari, M.M  
NIDN. 0026046101

.....

**Penguji II** : Angela Ariani, S.H., M.M  
NIDN. 0530106001

.....

**Mengetahui**  
**Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

**Drs. Prihatno, M.M**  
NIDN. 0526125901

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Madia Putriana Hundjeh

NIM : 421200194

Program Studi : D-IV Usaha Perjalanan Wisata

Judul Skripsi : Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan  
Wisatawan Di UPT Museum Balanga Kota Palangka Raya

Dengan ini penulis menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang penulis ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat yang menunjukkan gagasan, pendapat, atau pemikiran dari penulis lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, April 2022



Madia Putriana Hundjeh

### **Halaman Motto**

*“Sebab Aku ini mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada pada-Ku mengenai kamu, demikianlah firman TUHAN, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan”  
( Yeremia 29:11)*

*"Pencobaan-pencobaan yang kamu alami ialah pencobaan-pencobaan biasa, yang tidak melebihi kekuatan manusia. Sebab Allah setia dan karena itu Ia tidak akan membiarkan kamu dicobai melampauai kekuatanmu. Pada waktu kamu dicobai Ia akan memberikan kepadamu jalan ke luar, sehingga kamu dapat menanggungnya."  
(1 korintus 10:13)*

*“Proses tidak akan mengkhianati hasil, apa yang kamu terima setara dengan apa yang kamu usahakan”  
(Daud Anthonius)*

*“Sukses tidak berarti tidak pernah membuat kesalahan, tetapi tidak pernah membuat kesalahan yang sama untuk kedua kalinya”  
( George Bernard Shaw )*

*“Percayalah pada dirimu sendiri dan ketahuilah bahwa ada sesuatu di dalam dirimu yang lebih besar daripada rintangan apapun”  
(Christian D. Larson)*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Penulis mengucapkan segala puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan rahmat, pertolongan dan anugerah-Nya melalui orang-orang yang membimbing dan mendukung dengan berbagai cara sehingga penulis dapat menulis dan menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mempersembahkan skripsi yang telah penulis susun ini kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah menjawab doa-doa penulis dengan memberikan kemudahan serta kelancaran bagi penulis dalam proses penyusunan skripsi hingga selesai.
2. Kedua orang tua saya Bapak Kariadi, S.sos dan Ibu Nadiae Fransinae (Alm.) yang telah memberikan semangat dan doa restu tanpa henti kepada anaknya.
3. Adik saya tercinta Rionaldi Aditya, Yiska Septiani dan Hentani, yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis sehingga, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Drs. Prihatno, M.M., Yudi Setiaji, S.H., M.M dan Dra. Enny Mulyantari.M.M dan Angela Ariani, S.H.,M.M dan seluruh Bapak/Ibu Dosen STP AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama proses perkuliahan berlangsung.

5. Sahabat terdekat penulis Heranny Claudia Putri, Nur Aida Saputri dan Ovi Kartika yang selama ini selalu ada dan memberikan semangat dalam keadaan apapun kepada penulis.
6. Teman baik penulis Mitha, Hoho, Ipit, Christin dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

## **KATA PENGANTAR**

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI UPT MUSEUM BALANGA KOTA PALANGKA RAYA”** ini dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Terapan (D-IV) pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini terdapat rintangan yang dihadapi oleh penulis, namun penulis dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dra. Enny Mulyantari, M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi.
2. Angela Ariani, S.H., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk penulis dan dengan sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Drs. Prihatno, M.M selaku Penguji Utama dan Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menuntut dan menimba ilmu dikampus tercinta ini.

4. Yudi Setiaji, S.H.,M.M selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata STP AMPTA Yogyakarta yang telah membantu untuk melengkapi segala dokumen dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak Hasanudin Kepala UPT Museum Balanga yang telah memberikan izin serta membantu penulis dalam melaksanakan penelitian hingga selesai.
6. Seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk wawancara penelitian skripsi ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena masih memiliki banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan pada penelitian berikutnya.

Yogyakarta, April 2021

Penulis

## **DAFTAR ISI**

|   |      |
|---|------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                      | i    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                 | ii   |
| <b>BERITA ACARA</b> .....                       | iii  |
| <b>SURAT PERNYATAAN</b> .....                   | iv   |
| <b>HALAMAN MOTTO</b> .....                      | v    |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....                | vi   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                     | viii |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                         | x    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                       | xiii |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                      | xiv  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                    | xv   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                            | xvi  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                        |      |
| A. Latar Belakang .....                         | 1    |
| B. Fokus Masalah .....                          | 4    |
| C. Tujuan Penelitian .....                      | 4    |
| D. Manfaat Penelitian .....                     | 5    |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>                  |      |
| A. Tinjauan Pustaka                             |      |
| 1. Strategi .....                               | 6    |
| 2. Promosi .....                                | 8    |
| 3. Bauran Promosi.....                          | 11   |
| 4. Minat Berkunjung .....                       | 13   |
| 5. Wisatawan.....                               | 14   |
| 6. Daya Tarik Wisata.....                       | 16   |
| 7. Museum.....                                  | 16   |
| B. Penelitian Terdahulu .....                   | 19   |
| C. Kerangka Pemikiran.....                      | 22   |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>                |      |
| A. Desain Penelitian.....                       | 24   |
| B. Lokasi dan Waktu .....                       | 24   |
| C. Teknik Cuplikan atau Subjek Penelitian ..... | 25   |

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| D. Sumber Data.....             | 26 |
| E. Metode Pengumpulan Data..... | 27 |
| F. Uji Keabsahan Data.....      | 30 |
| G. Metode Analisis Data.....    | 32 |
| H. Alur Penelitian .....        | 34 |

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|   |    |
|---|----|
| A. Gambaran Umum.....   | 36 |
| 1. Sejarah Singkat UPT Museum Balanga .....                                     | 36 |
| 2. Tugas Pokok dan Fungsi UPT Museum Balanga .....                              | 37 |
| 3. Visi dan Misi UPT Museum Balanga .....                                       | 38 |
| 4. Koleksi UPT Museum Balanga Kota Palangka Raya .....                          | 39 |
| 5. Profil UPT Museum Balanga Kota Palangka Raya .....                           | 41 |
| 6. Struktur Organisasi UPT Museum Balanga.....                                  | 43 |
| 7. Aktivitas Yang Bisa Dilakukan.....   | 44 |
| 8. Aksesibilitas .....  | 45 |
| 9. Fasilitas .....  | 47 |
| B. Hasil dan Pembahasan.....  | 50 |
| 1. Pengiklanan.....   | 50 |
| 2. Promosi Penjualan.....   | 54 |
| 3. Acara dan Pengalaman.....  | 55 |
| 4. Hubungan Masyarakat dan Publisitas .....                                     | 55 |
| 5. Pemasaran Langsung.....  | 58 |
| 6. Pemasaran Online dan Media Sosial .....                                      | 60 |
| 7. Pemasaran <i>Mobile</i> .....  | 62 |
| 8. Penjualan <i>Personal</i> .....  | 62 |
| C. Analisis SWOT Strategi Promosi UPT Museum Balanga Kota Palangka<br>Raya..... | 63 |
| 1. Analisis SWOT Pengiklanan.....   | 64 |
| 2. Analisis SWOT Acara dan Pengalaman .....                                     | 65 |
| 3. Analisis SWOT Hubungan Masyarakat dan Publisitas.....                        | 66 |
| 4. Analisis SWOT Pemasaran Online dan Media Sosial .....                        | 67 |
| D. Strategi Berdasarkan Identifikasi Analisis SWOT.....                         | 68 |
| 1. Strategi Pengiklanan .....   | 69 |
| 2. Strategi Acara dan Pengalaman .....  | 72 |
| 3. Strategi Hubungan Masyarakat dan Publisitas.....                             | 75 |
| 4. Strategi Pemasaran Online dan Media Sosial .....                             | 77 |

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....82  
B. Saran.....84

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

|   |    |
|---|----|
| 1.1 Jumlah Pengunjung UPT Museum Balanga 2016-2020 .....  | 3  |
| 3.1 Matriks SWOT .....  | 34 |
| 4.1 Koleksi UPT Museum Balanga.....   | 40 |
| 4.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara Kota<br>Palangka Raya Tahun 2016-2020 .....        | 43 |
| 4.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara Provinsi<br>Kalimantan Tengah Tahun 2016-2020..... | 44 |
| 4.4 Matriks Analisis SWOT Pengiklanan Museum Balanga.....   | 68 |
| 4.5 Matriks Analisis SWOT Strategi Acara dan Pengalaman UPT Museum<br>Balanga.....                          | 72 |
| 4.6 Matriks Analisis SWOT Strategi Hubungan Masyarakat dan Publisitas<br>UPT Museum Balanga .....           | 75 |
| 4.7 Matriks Analisis SWOT Strategi Pemasaran Online dan Media Sosial<br>UPT Museum Balanga .....            | 77 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| 3.1 Alur Penelitian.....  | 34 |
| 4.1 Ruang Pameran tetap I.....  | 40 |
| 4.2 Ruang Pameran tetap II.....   | 41 |
| 4.3 Museum Balanga tampak atas.....   | 42 |
| 4.4 Struktur Organisasi UPT Museum Balanga.....   | 43 |
| 4.5 Lokasi Museum Balanga.....  | 46 |
| 4.6 Jalan menuju UPT Museum Balanga .....   | 46 |
| 4.7 Tempat Parkir Sepeda Motor .....  | 47 |
| 4.8 Tempat Parkir Mobil dan Bus Pariwisata .....  | 47 |
| 4.9 Mushola.....  | 48 |
| 4.10 Toilet.....  | 49 |
| 4.11 Tempat cuci tangan.....  | 49 |
| 4.12 <i>Youtube</i> UPT Museum Balanga.....   | 52 |
| 4.13 <i>Instagram</i> UPT Museum Balanga .....  | 52 |
| 4.14 Ritual <i>Marasih Ramu</i> UPT Museum Balanga .....  | 56 |
| 4.15 Ritual <i>Tantulak Dahiang Ramu Palus Balian Manyadingen Ganan<br/>Ramu</i> UPT Museum Balanga ..... | 57 |
| 4.16 <i>Youtube</i> UPT Museum Balanga.....   | 61 |
| 4.17 <i>Instagram</i> UPT Museum Balanga .....  | 61 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Hasil Wawancara

Lampiran 2: Surat Pengantar Observasi

Lampiran 3: Surat Balasan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Lampiran 4: Lembar Bimbingan

Lampiran 5: Foto Saat Melakukan Penelitian di UPT Museum Balanga

## ABSTRAK

Dalam penelitian ini peneliti mengambil judul “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di UPT Museum Balanga Kota Palangka Raya” yang bertujuan untuk mengetahui strategi promosi apa saja yang dapat dilakukan oleh pengelola museum untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, teknik pengambilan data yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Dalam penelitian ini sample yang digunakan sebanyak enam orang yang terdiri dari satu pengelola dan lima wisatawan, pengumpulan data juga didukung dengan observasi dan dokumentasi. Kemudian uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UPT Museum Balanga membutuhkan perbaikan dan peningkatan strategi promosi yang berdasarkan pada delapan bauran promosi. Terdapat empat metode promosi yang terpilih sebagai fokus perbaikan strategi promosi dan intens digunakan oleh UPT Museum Balanga yaitu Pengiklanan, Acara dan Pengalaman, Hubungan Masyarakat dan Publisitas, dan Pemasaran Online dan Media Sosial adalah bauran promosi yang secara intens digunakan oleh pengelola UPT Museum Balanga. Sedangkan empat metode lainnya yaitu Promosi Penjualan, Pemasaran Langsung, Pemasaran *Mobile* dan Penjualan Personal adalah bauran promosi yang tidak menjadi fokus strategi promosi dan kurang intens digunakan karena data pengunjung yang tidak lengkap. Setelah melakukan penelitian, penulis berkesimpulan bahwa UPT Museum Balanga telah bekerjasama dengan media cetak (Kalteng Pos) dan media online (@*infokalteng*), lalu UPT Museum Balanga juga memiliki agenda tahunan yang wajib untuk dilakukan, pengelola UPT Museum Balanga telah bekerja sama dengan pihak sekolah-sekolah dan universitas yang ada di Kota Palangka Raya, selain itu UPT Museum Balanga juga memiliki akun *Instagram* dan *Youtube* sendiri yang bisa digunakan sebagai media untuk melakukan promosi.

Kata kunci : Analisis SWOT, Bauran promosi, Museum Balanga, Strategi Promosi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pariwisata mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi di berbagai Negara. Banyak Negara menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan dalam memperoleh devisa, lapangan kerja, maupun pengentasan kemiskinan. Di Indonesia sendiri sektor pariwisata masih menjadi salah satu sektor prioritas pemerintah karena dinilai mampu menjadi lokomotif pergerakan perekonomian bangsa. Pengelolaan sektor pariwisata pun terus dikembangkan oleh pemerintah dan melalui berbagai kebijakan agar pariwisata Indonesia lebih maju dan dikenal di mata dunia. Peranan sektor pariwisata semakin penting sejalan dengan perkembangan dan kontribusi yang diberikan sektor pariwisata melalui penerimaan devisa, pendapatan daerah, pengembangan wilayah, maupun dalam penyerapan investasi dan tenaga kerja serta pengembangan usaha yang tersebar di berbagai pelosok wilayah di Indonesia.

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dipengaruhi juga oleh berbagai jenis pariwisata yang ada di Indonesia, adapun jenis wisata tersebut adalah wisata alam, wisata buatan, dan wisata budaya. Wisata alam merupakan kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam baik yang masih alami atau sudah

ada usaha budidaya, agar ada daya tarik wisata ke tempat tersebut. Wisata buatan merupakan segala sesuatu yang berasal dari karya manusia, dan dapat dijadikan sebagai objek wisata seperti benda- benda sejarah, kebudayaan, religi serta tata cara manusia. Wisata budaya yaitu segala sesuatu yang berupa daya tarik yang berasal dari seni dan kreasi manusia. Contohnya adalah upacara keagamaan, upacara adat dan tarian tradisional.

Museum merupakan bagian dari pariwisata budaya, museum menyediakan monumen dan benda bersejarah, peninggalan masa lalu, ragam corak kesenian budaya serta keagamaan, dan lain-lain. Museum juga merupakan sebuah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat, terbuka untuk umum, memperoleh, merawat, menghubungkan serta memamerkan artefak-artefak sesuatu (perihal) jati diri manusia dan lingkungannya untuk tujuan studi, pendidikan serta rekreasi (*International Council of Museum (ICOM)*).

Pada umumnya permasalahan yang terjadi pada permuseuman di Indonesia yakni sulitnya untuk menarik minat pengunjung. Sedikitnya jumlah pengunjung yang datang ke museum mengindikasikan bahwa museum adalah tempat wisata yang kurang menarik. Ada dua masalah utama yang menyebabkan kurang diminatinya UPT Museum Balanga. Terutama ketika museum diletakkan dalam konteks ramai-tidaknya kunjungan pada musim liburan. Pertama, pada aspek internal museum itu sendiri. Aspek internal museum yang dimaksud ialah pada wilayah estetika visual museum. Kemudian yang kedua, lebih pada persoalan relasi

museum dengan publik, yaitu sejauh mana strategi museum sebagai institusi edukatif dan seni membangun interaksi dengan publik secara positif/mutualisme.

Tabel berikut adalah data jumlah kunjungan UPT Museum Balanga pada periode 2010-2020 seperti yang terdapat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.1  
Jumlah Pengunjung UPT Museum Balanga  
Tahun 2016-2020

|   |      |        |
|---|------|--------|
| 1 | 2016 | 5.157  |
| 2 | 2017 | 10.097 |
| 3 | 2018 | 6.352  |
| 4 | 2019 | 5.988  |
| 5 | 2020 | 3.436  |

Sumber: Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olah Raga Kota Palangka Raya

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa UPT Museum Balanga mengalami perubahan jumlah pengunjungnya, ini mencakup dalam klasifikasi wisatawan nusantara dan wisatawan asing yang mengunjungi Museum Balanga mengalami penurunan. Meski mengalami penurunan jumlah pengunjung dari tahun 2016, 2019 sampai pada tahun 2020, namun pada tahun 2017 Museum Balanga mengalami kenaikan jumlah pengunjung.

Jika museum dianggap sebagai media pembelajaran, maka strategi promosi museum menjadi sangat penting dengan tujuan agar museum menjadi tempat yang menarik bagi pengunjung dan jumlah wisatawan setiap tahunnya akan meningkat. UPT Museum Balanga termasuk salah satu museum yang mempunyai tugas untuk mengangkat wisata museum yang berada di Palangka Raya agar wisatawan tertarik untuk berkunjung

ke museum. UPT Museum Balanga juga harus mempunyai pengelolaan yang baik agar bisa mengelola museum secara baik. Untuk itu, diperlukan suatu manajemen yang bisa memperbaiki citra museum dan menarik para wisatawan untuk berkunjung ke museum.

Dengan latar belakang tersebut maka, peneliti ingin meneliti tentang **“Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan di UPT Museum Balanga Kota Palangka Raya”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam lagi strategi yang dilakukan oleh manajemen UPT Museum Balanga agar bisa menarik wisatawan untuk berkunjung.

#### **B. Fokus Masalah**

Agar penelitian ini dapat dilakukan secara mendalam dan tidak keluar dari tujuan yang diinginkan oleh peneliti, maka peneliti perlu membuat fokus masalah yaitu strategi promosi apa saja yang dapat dilakukan oleh pengelola museum untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke UPT Museum Balanga Kota Palangka Raya?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini sesuai dengan latar belakang dan fokus masalah yang sudah penulis jabarkan di atas, yaitu untuk mengetahui strategi promosi yang dapat dilakukan pengelola untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan di UPT Museum Balanga Kota Palangka Raya.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi penelitian sejenis untuk menambah pengetahuan dan wawasan terutama menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan strategi promosi dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke museum.

### **2. Manfaat praktis**

#### **a. Bagi Lembaga Pendidikan STP AMPTA Yogyakarta**

Sebagai penunjang dalam mengembangkan perpustakaan serta semoga hasil penelitian dapat dijadikan sebagai sumbangan bacaan dan dapat berguna bagi mahasiswa agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut.

#### **b. Bagi Pengelola UPT Museum Balanga**

Sebagai suatu bahan pertimbangan bagi pengelola UPT Museum Balanga mengenai seberapa penting strategi promosi untuk meningkatkan minat kunjungan di UPT Museum Balanga.

#### **c. Manfaat bagi penulis**

Untuk menambah wawasan penulis mengenai dunia pariwisata sebagai sarana untuk memperkaya ilmu pengetahuan baik secara praktis maupun teoritis.