

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan selama wawancara, observasi lapangan dan dokumentasi peneliti menyimpulkan jika UPT Museum Balanga hanya menggunakan empat komponen bauran promosi yang intens digunakan dan berpengaruh pada minat kunjungan wisatawan, yaitu :

1. Pengiklanan (*Advertising*).
2. Acara dan pengalaman (*event and experience*.)
3. Hubungan masyarakat (*public relation*).
4. Pemasaran online (*online and social media marketing*).

Sementara untuk empat bauran promosi lainnya yang tidak intens digunakan, yaitu :

1. Promosi penjualan (*sales promotion*).
2. Pemasaran langsung (*direct marketing and database*).
3. Pemasaran *Mobile*
4. Penjualan personal (*personal selling*).

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola UPT Museum Balanga Kota Palangka Raya adalah tetap terus bekerja sama dengan media online dan media cetak seperti @*infokalteng* dan Kalteng Pos agar UPT Museum Balanga semakin dikenal. Kemudian, pengelola UPT Museum Balanga yang menjadi admin untuk akun sosial media *Instagram* dan *Youtube* khusus untuk UPT Museum Balanga bisa

memberikan informasi kepada masyarakat melalui foto dan video tentang UPT Museum Balanga yang bisa diunggah dalam akun *Instagram* dan *Youtube* UPT Museum Balanga.

Hubungan dengan sekolah-sekolah, universitas, lembaga pendidikan, sanggar seni, dan berbagai komunitas yang ada di Kalimantan Tengah harus tetap terjalin dengan baik. Selain itu, pengelola juga harus mulai untuk bekerja sama dengan biro perjalanan wisata dan hotel-hotel yang ada di Kota Palangka Raya untuk bisa memasukkan nama UPT Museum Balanga ke dalam daftar tujuan wisata mereka.

UPT Museum Balanga memiliki segala keunikan dari berbagai obyek wisata yang ada di Kalimantan Tengah karena UPT Museum Balanga adalah satu-satunya museum yang berada di Kalimantan Tengah. Setiap koleksi yang terdapat di UPT Museum Balanga menunjukkan siklus kehidupan suku Dayak sejak dahulu hingga sekarang dari proses kelahiran, pernikahan, dan kematian yang dapat menjadi informasi budaya dan pengetahuan untuk menarik wisatawan. Sistem pengelolaan UPT Museum Balanga masih berada dibawah tanggung jawab DISBUDPAR Kal-Teng yang menjadikan UPT Museum Balanga menjadi alternatif tujuan wisata ekonomis dengan letak yang strategis. Ada beberapa kekurangan yang ditemukan oleh peneliti selama penelitian yaitu kurangnya pengelolaan secara fisik seperti desain interior dan eksterior, tidak adanya plang penunjuk jalan yang menunjukkan arah ke UPT Museum Balanga jika tidak menggunakan *google maps*, fasilitas seperti parkir sepeda motor dan parkir mobil yang tidak terlalu luas, kurangnya

informasi mengenai data pengunjung karena pada saat memasuki museum pengunjung hanya menuliskan nama dan berasal dari mana, serta kurangnya *update* dalam mengunggah foto dan video melalui media sosial.

Dengan demikian maka sebelum melakukan promosi UPT Museum Balanga terlebih dahulu harus melakukan optimalisasi terhadap semua produk yang mendukung UPT Museum Balanga seperti memperbaiki desain interior dan ekterior, menambah plang penunjuk jalan menuju ke arah UPT Museum Balanga, memperluas parkir sepeda motor dan mobil, informasi data pengunjung selain nama dan berasal dari mana bisa ditambahkan dengan nama akun media sosial, *e-mail* dan nomor yang bisa dihubungi, serta rutin dalam membuat konten kreatif melalui media sosial.

B. Saran

Berdasarkan atas penelitian yang sudah dilakukan dan disimpulkan, maka saran yang dapat saya berikan untuk UPT Museum Balanga dan juga penelitian selanjutnya yaitu antara lain sebagai berikut:

1. Sebaiknya UPT Museum Balanga menambahkan strategi *sales promotion* (promosi penjualan) untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke museum.

Contohnya seperti ikut serta dalam pameran pariwisata yang diselenggarakan oleh pemerintah dan juga membuat brosur khusus yang berisikan tentang UPT Museum Balanga secara garis besar serta apa saja yang terdapat di Museum Balanga;

2. Sebaiknya UPT Museum Balanga menambahkan strategi *direct marketing and database* (pemasaran langsung) untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

Contohnya seperti mempromosikan kembali ke pengunjung yang sudah berkunjung ke UPT Museum Balanga melalui surat dan e-mail yang sudah pengunjung cantumkan pada bagian loket tiket masuk.

3. Sebaiknya UPT Museum Balanga menambahkan strategi *mobile marketing* (pemasaran mobile) untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke museum.

Contohnya seperti melakukan promosi lagi melalui aplikasi *direct message (Instagram)* kepada pengunjung yang sudah pernah berkunjung ke UPT Museum Balanga.

4. Sebaiknya UPT Museum Balanga menambahkan strategi *personal selling* (penjualan personal) untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke museum.

Contohnya seperti melakukan presentasi kepada pengunjung yang datang secara berkelompok atau mengunjungi secara langsung ke sekolah-sekolah dan universitas ketika mendapatak persetujuan dari pihak sekolah dan universitas untuk memperkenalkan UPT Museum Balanga lalu menjawab pertanyaan yang dipertanyakan pada saat presentasi.

5. Kurangnya pengelolaan secara fisik seperti desain interior dan eksternal, serta fasilitas yang ada di UPT Museum Balanga agar bisa mendapatkan

perhatian yang lebih lagi sehingga pengunjung yang berkunjung memiliki kesan tersendiri saat melihat desain interior dan eksternal, serta fasilitas yang ada di UPT Museum Balanga.

6. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak sumber atau referensi terkait UPT Museum Balanga agar mendapatkan hasil yang lebih baik dan juga dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi dan bahan acuan yang membantu obyek wisata atau perusahaan lain dalam merancang maupun memperbaiki strategi promosi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A.M. Sardiman. 2011. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT Rajagrafindo.
- Ali Hasan, 2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher)
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Cetakan ke-15. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fami, Irham. 2015. *Manajemen Strategis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing Dari Mulut Ke Mulut*. Medpress:Yogyakarta
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Jauch dan Glueck. 2015, Dalam Amirullah. *Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Johnson, G. and Scholes, K. (2016). *Exploring Corporate Strategy-Text and Cases*. Hemel Hempstead: Prentice-Hall.
- Kotler, Philip dan Keller. L (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta : Salemba Empat.
- Moleong, Lexy J. (2010). *Metode Penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Patilima, Hamid. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Alfabeta
- Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadana, M. Liga dan Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Alfabet.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi IV*. Yogyakarta : Andi.
- _____. 2018. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.

Sumber dari Jurnal dan Skripsi:

- Alan Perdana, Arizona Zia. 2010. *Penerapan Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Asuransi Bumi Putra Syariah Surakarta*. Tugas Akhir DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta. Tersedia <https://eprints.uns.ac.id/8812/1/159702408201003241.pdf>
- Alrasyid, Harun. 2011. *Strategi Promosi Museum Sonobudoyo Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung*. Skripsi S1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Fadillah, Ikhsan. 2020. *Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Destinasi Wisata Di Provinsi Sulawesi Selatan*. Skripsi S1 Ilmu Administrasi Negara. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Makassar. Tersedia <https://journal.unismuh.ac.id>
- Gita Akbarsyah, Novary. 2017. *Upaya Pengelola Objek Wisata Museum Sultan Mahmud Badarudin II Palembang Dalam Menyampaikan Edukasi Komunikasi*. Skripsi S1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Tersedia <http://eprints.polsri.ac.id/4184/>

<https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/deskovi/article/view/808>

Larasaty, Inten. "STRATEGI PEMASARAN UPT MUSEUM BALANGA SEBAGAI WISATA EDUKASI DI KOTA PALANGKARAYA." *DESKOVI: Art and Design Journal* 3.2 (2020): 126-133.

Nur Azakiyah, Andi. 2013. *Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Tanjung Bira Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba*. Skripsi S1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Tersedia <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/11075/1/Strategi%20Promosi%20Dinas%20Kebudayaan%20Dan%20Pariwisata%20Dalam%20Meningkatkan%20Kunjungan%20Wisatawan%20Di%20Pantai%20Tanjung%20Bira%20Kecamatan%20Bontobahari%20Kabupaten%20Bulukumba.pdf>

Saputri, Marista. 2018. *Peran Promosi Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Di Museum Affandi Yogyakarta*. Skripsi DIV Pariwisata. Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Setyo Putra, Gagah Bimo., Kumadji Srikandi, & Hidayat Kadarisman. 2015. *Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Taman Rekreasi PT.Selecta, Kota Batu, Jawa Timur)*. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 26 No. 2 September 2015. Hal. 3. Tersedia <https://www.e-jurnal.com/2016/02/pengaruh-citra-perusahaan-terhadap.html>

Sofia Nuraeni, Bellinda. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang*. Thesis Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Tersedia <https://adoc.pub/analisis-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-minat-kunjung-ulang.html>

Suidarma, I. Made; Afrita, Ni Nyoman. *Meningkatkan Sektor Pariwisata Melalui Pengembangan CHSE (Cleanliness, Health, Safety, Environment) Dalam Kawasan Pantai Jimbaran*. *Abdimas Universal*, 2021, 3.1: 55-59. Tersedia <https://abdimasuniversal.uniba-bpn.ac.id/index.php/abdimasuniversal/article/view/104/54>

Widiastuti, Fitria. 2020. *Peran Media Sosial Sebagai Sarana Strategi Promosi Museum Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Museum Basoeki Abdullah*. Skripsi S1 Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Syarif

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Wawancara

PENGELOLA MUSEUM BALANGA KOTA PALANGKA RAYA

Nama : HASANUDIN, SH

Pekerjaan : Kepala UPT Museum Balanga

Tanggal Wawancara: 07 Desember 2021

P : Selamat pagi Pak, perkenalkan nama saya Madia Putriana Hundjeh mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Disini saya ingin menanyakan kepada Pak Hasanudin beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan UPT Museum Balanga. Pertanyaan pertama saya adalah bagaimana bentuk dan strategi promosi yang selama ini dilakukan oleh pengelola Museum Balanga?

N : Strategi kita berupa kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di Museum Balanga dalam hal ini kita mengundang para pelajar atau mahasiswa untuk mengikuti kegiatan di museum. Itu juga kita kerja sama dengan media cetak koran Kalteng Pos, media elektronik *kaltengonline.com*, maupun media sosial seperti *Instagram @museumbalanga* atau *Instagram* milik Dinas Kebudayaan dan Pariwisata itu sendiri karena admin dari *Instagram* tersebut berada di Dinas Pariwisata. Namun, setiap setiap kegiatan kita selalu memberikan info ke admin yang ada di Dinas Pariwisata. Selain itu kita juga melakukan pameran keliling ke kabupaten-kabupaten yang artinya kita mendekatkan diri kepada masyarakat maupun kalangan pelajar untuk mempromosikan museum. Yang selanjutnya kita juga melakukan kerjasama dengan para *Youtuber* artinya kita mempersilahkan youtuber untuk datang

ke museum dan silahkan mereka mengeksplere, mereka gali dan promosikan tentang Museum Balanga.

P : Bentuk promosi seperti apa yang sangat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi Museum Balanga?

N : Bentuk promosi yang paling menarik wisatawan untuk mengunjungi Museum Balanga kayaknya melalui *Instagram* dan *Youtube* ya dan juga buku-buku yang mereka bawa dari museum pada saat kunjungan.

P : Menurut Pak Hasanudin apakah promosi melalui media sosial yang selama ini digunakan oleh pihak museum sudah sangat efektif atau tidak dalam meningkatkan minat kunjungan di Museum Balanga? Lalu keuntungan yang didapat dari promosi media sosial apa saja?

N : Sebenarnya sudah sangat efektif cuma saja karena sekarang situasi kita sedang mengalam pandemi ya. Walaupun masa pandemi tetapi masih ada kunjungan-kunjungan baik perorangan ya maupun group dari mahasiswa yang khususnya dari dalam Kota Palangka Raya ya dan pada saat kunjungan tetap menerapkan protokol kesehatan yang ketat. Ditambah lagi salah satu promosi yang dilakukan dengan menggunakan media sosial seperti *Instagram* dan *Youtube* ya. Lalu keuntungan yang didapatkan dari promosi menggunakan media online adalah pengunjung yang sudah berkunjung bisa membuat video singkat melalui *Instastory Instagram* dan melalui video yang diupload di *Youtube* untuk bisa menarik pengunjung lain berkunjung ke UPT Museum Balanga.

P : Apakah ada *event-event* atau kegiatan yang dilakukan oleh UPT Museum Balanga?

N : UPT Museum Balanga mempunyai agenda tahunan yang wajib untuk dilakukan seperti *marasih ramu*. Dimana ritual ini dipimpin oleh tokoh keagamaan umat Hindu Kaharingan sebagai bentuk ucapan syukur dan doa. Lalu ada juga ritual yang rutin dilakukan seperti *tantulak dahiang ramu palus balian manyandingen ganan ramu* dimana ini adalah ritual untuk menghilangkan pengaruh-pengaruh yang tidak baik di museum. Ritual ini biasanya di adakan diruang auditorium museum dan diikuti oleh perwakilan pelajar mulai dari tingkat SMP, SMA dan ada juga sebagian lagi dari kalangan mahasiswa. Yang jelas ritual-ritual ini dilakukan dengan penerapan protokol kesehatan covid-19.

P : Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk pengelola dalam melakukan promosi untuk meningkatkan minat kunjungan ke UPT Museum Balanga?

N : Kita promosi tidak terbatas waktu ya artinya setiap saat, setiap waktu dan setiap ada kesempatan.

P : Untuk strategi promosi hubungan masyarakat dan publisitas apa yang sudah dilakukan oleh UPT Museum Balanga?

N : UPT Museum Balanga dan DISBUDPAR bekerjasama untuk mendekatkan diri dengan sekolah-sekolah, universitas, lembaga pendidikan, sanggar seni, dan berbagai komunitas yang ada di kabupaten – kabupaten maupun Kota Palangka Raya untuk memperkenalkan UPT Museum Balanga. Selain itu juga kita bekerjasama dengan youtuber-youtuber yang artinya kita

persilahkan mereka datang ke museum untuk explore dan membuat video tentang UPT Museum Balanga

P : Kalau menurut bapak apa saja yang menjadi kelemahan dari Museum Balanga?

N : Karena Museum Balanga inikan intinya semacam tempat pembelajaran ya apalagi untuk kalangan pelajar. Kita mengharapkan dari pihak-pihak sekolah ya khususnya supaya pada saat ada kesempatan untuk datang ke museum. Nah, hanya saja yang paling menjadi kendala dan kelemahan kita adalah kondisi alam maupun kondisi pandemik. Bencana alam itu ya terjadinya kebakaran hutan dan lahan yang menimbulkan asap ya dan yang kedua pandemi. Nah namun juga artinya, karena situasi kita sekarang sudah mulai membaik pada hari ini ada 70 mahasiswa ya dari Universitas Palangka Raya yang berkunjung ke Museum Balanga. Minat kunjungan itu sudah luar biasa ya ada beberapa universitas yang melakukan perkuliahan itu di museum.

P : Bagaimana kebijakan pemerintah dalam mempromosikan Museum Balanga?

N : Kebijakan pemerintah sebenarnya sudah sangat bagus ya sangat mendukung. Artinya masalah dukung-mendukung yang terjadi di museum ini adalah masalah kesadaran sebagai masyarakat ya, bagaimana masyarakat merasa mencintai terhadap budaya kearifan lokal yang terdapat dalam koleksi. Bagaimana masyarakat merasa bahwa dia punya tanggung jawab untuk mempertahankan, mencintai, dan mempromosikan adat dan budaya

yang terdapat dalam koleksi museum. Nah, peran ini juga kita harapkan dari pihak orang tua, keluarga, sekolah, komunitas untuk artinya kita punya semacam identitas yang kuat ya kita tidak malu menjadi Suku Dayak, kita tidak malu untuk menjadi orang yang artinya punya komitmen bahwa daerah kita harus kita majukan, kita perkenalkan, dan harus kita istilahnya *membooming* mendunia lah ya.

P : Apa saja yang menjadi daya tarik Museum Balanga?

N : Daya tarik Museum Balanga ini sebenarnya dari kata-kata *balanga* itu ya jadi unggulan kita adalah *balanga* disamping itu juga artinya ada beberapa koleksi kita itu yang mungkin dimasyarakat sudah tidak familiar lagi ya seperti *mihing* alat untuk menangkap ikan pada zaman dahulu ya, itu juga membuat penasaran kok bentuknya begitu bisa menangkap ikan ya itu adalah kearifan kita sebagai Suku Dayak ya tanpa merusak alam, tanpa mengganggu kelestarian orang-orang pada zaman dahulu itu. Termasuk juga yang menarik itu Suku Dayak ini kan dari sejak kehidupan dalam kandungan, menikah, meninggal ada beberapa rentetan-rentetan peristiwa yang artinya sampai sekarang pun masih dilakukan contoh upacara adat *tiwah* ya atau ada rumah *betang* itu kan menggambarkan kerukunan dan toleransi yang kita harapkan kedepan, terutama untuk generasi masyarakat Dayak bagaimana menjaga toleransi, bagaimana menjaga kehidupan di daerah yang menjadi tombak dasar bahwa kita ini menjadi perekat Negara Kesatuan Republik Indonesia. Kita harapkan museum adalah bagian

daripada cermin itu yang artinya Indonesia ini terdiri dari berbagai macam suku dan budaya.

P : Itu saja pertanyaan yang ingin saya tanyakan Pak. Terima kasih atas jawaban dan waktu yang sudah Pak Hasanudin luangkan untuk saya pak.

N : Iya mbak, sama-sama. Semoga sukses selalu ya mbak.

WISATAWAN 1

Asal : Palangka Raya

Pekerjaan : Mahasiswa

Jenis Kelamin & Usia : Pria (26 tahun)

Tanggal Wawancara : 18 Januari 2022

P : Apakah anda pernah mengunjungi UPT Museum Balanga Kota Palangka Raya sebelumnya?

N : Iya, saya pernah.

P : Kapan terakhir kali anda berkunjung ke Museum Balanga?

N : Saya terakhir berkunjung pada tahun 2019.

P : Apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi Museum Balanga?

N : Untuk melihat peninggalan orang-orang dimasa lalu dan sejarah yg ada dimuseum balanga

P : Darimanakah anda mengetahui tentang UPT Museum Balanga?

N : Saya mengetahui dari kerabat terdekat lalu mencari tahu melalui media sosial seperti *Instagram*.

P : Apakah informasi yang anda dapatkan sudah sesuai dengan kondisi yang ada di UPT Museum Balanga?

N : Iya sudah sesuai.

P : Apakah anda akan merekomendasikan pengalaman anda kepada orang lain setelah mengunjungi Museum Balanga?

N : Ya pasti akan saya rekomendasikan.

P : Promosi seperti apa yang menarik anda untuk mengunjungi Museum Balanga?

N : Kalau menurut saya promosi yang menarik itu adalah melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Youtube*.

P : Selain media promosi yang disebutkan diatas, adakah hal menarik lainnya yang membuat saudara tertarik untuk mengunjungi UPT Museum Balanga?

N : Ya ada, karena di museum balanga adalah tempat yang bagus untuk menambah wawasan tentang Kalimantan, khususnya Kalimantan Tengah.

P : Apakah anda berencana untuk datang kembali ke UPT Museum Balanga?

N : Ya, pasti saya akan berkunjung kembali.

P : Apakah anda merasa puas setelah mengunjungi UPT Museum Balanga?

N : Ya, saya merasa puas.

WISATAWAN 2

Asal : Palangka Raya

Pekerjaan : Mahasiswa

Jenis Kelamin & Usia : Pria (25 tahun)

Tanggal Wawancara : 18 Januari 2022

P : Apakah anda pernah mengunjungi UPT Museum Balanga Kota Palangka Raya sebelumnya?

N : Iya, saya pernah.

P : Kapan terakhir kali anda berkunjung ke Museum Balanga?

N : Saya terakhir berkunjung pada tahun 2017.

P : Apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi Museum Balanga?

N : Untuk mengetahui sejarah suku dayak lebih dalam lagi.

P : Darimanakah anda mengetahui tentang UPT Museum Balanga?

N : Saya mengetahui dari kerabat terdekat lalu mencari tahu melalui *Youtube* untuk mengetahui gambaran tentang Museum Balanga sebelum berkunjung langsung.

P : Apakah informasi yang anda dapatkan sudah sesuai dengan kondisi yang ada di UPT Museum Balanga?

N : Iya sudah sesuai.

P : Apakah anda akan merekomendasikan pengalaman anda kepada orang lain setelah mengunjungi Museum Balanga?

N : Ya pasti akan saya rekomendasikan.

P : Promosi seperti apa yang menarik anda untuk mengunjungi Museum Balanga?

N : Kalau menurut saya promosi yang menarik itu adalah melalui media sosial seperti *Instagram*.

P : Selain media promosi yang disebutkan diatas, adakah hal menarik lainnya yang membuat saudara tertarik untuk mengunjungi UPT Museum Balanga?

N : Mengisi waktu waktu luang saya dan menambah wawasan serta menambah perbendaharaan galeri foto atau video saya pribadi.

P : Apakah anda berencana untuk datang kembali ke UPT Museum Balanga?

N : Ya, pasti saya akan berkunjung kembali.

P : Apakah anda merasa puas setelah mengunjungi UPT Museum Balanga?

N : Ya, saya merasa puas.

WISATAWAN 3

Asal : Palangka Raya

Pekerjaan : Mahasiswa

Jenis Kelamin & Usia : Wanita (24 tahun)

Tanggal Wawancara : 18 Januari 2022

P : Apakah anda pernah mengunjungi UPT Museum Balanga Kota Palangka Raya sebelumnya?

N : Iya, saya pernah.

P : Kapan terakhir kali anda berkunjung ke Museum Balanga?

N : Saya terakhir berkunjung pada tahun 2016.

P : Apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi Museum Balanga?

N : Ingin mengetahui benda-benda bersejarah yang ada di bumi tambun bungai ini.

P : Darimanakah anda mengetahui tentang UPT Museum Balanga?

N : Saya mengetahui dari kerabat terdekat lalu mencari tahu melalui *Instagram*.

P : Apakah informasi yang anda dapatkan sudah sesuai dengan kondisi yang ada di UPT Museum Balanga?

N : Iya sudah sesuai.

P : Apakah anda akan merekomendasikan pengalaman anda kepada orang lain setelah mengunjungi Museum Balanga?

N : Ya pasti akan saya rekomendasikan.

P : Promosi seperti apa yang menarik anda untuk mengunjungi Museum Balanga?

N : Kalau menurut saya promosi yang menarik itu adalah melalui media sosial seperti *Youtube* karena kita bisa melihat dengan lebih jelas lagi gambaran tentang situasi dan kondisi Museum Balanga.

P : Selain media promosi yang disebutkan diatas, adakah hal menarik lainnya yang membuat saudara tertarik untuk mengunjungi UPT Museum Balanga?

N : Saya ingin mengetahui lebih dalam lagi tentang sejarah dari Suku Dayak.

P : Apakah anda berencana untuk datang kembali ke UPT Museum Balanga?

N : Ya, pasti saya akan berkunjung kembali.

P : Apakah anda merasa puas setelah mengunjungi UPT Museum Balanga?

N : Ya, saya merasa puas.

WISATAWAN 4

Asal : Palangka Raya

Pekerjaan : PNS

Jenis Kelamin & Usia : Pria (56 tahun)

Tanggal Wawancara : 18 Januari 2022

P : Apakah anda pernah mengunjungi UPT Museum Balanga Kota Palangka Raya sebelumnya?

N : Iya, saya pernah.

P : Kapan terakhir kali anda berkunjung ke Museum Balanga?

N : Saya terakhir berkunjung pada tahun 2019.

P : Apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi Museum Balanga?

N : Melihat karya seni lokal dan peninggalan sejarah lokal Dayak Kalimantan Tengah.

P : Darimanakah anda mengetahui tentang UPT Museum Balanga?

N : Saya mengetahui dari kerabat terdekat.

P : Apakah informasi yang anda dapatkan sudah sesuai dengan kondisi yang ada di UPT Museum Balanga?

N : Iya sudah sesuai.

P : Apakah anda akan merekomendasikan pengalaman anda kepada orang lain setelah mengunjungi Museum Balanga?

N : Ya pasti akan saya rekomendasikan.

P : Promosi seperti apa yang menarik anda untuk mengunjungi Museum Balanga?

N : Kalau menurut saya promosi yang menarik itu adalah melalui media sosial seperti *Facebook dan Youtube* karena bisa menjangkau masyarakat luas.

P : Selain media promosi yang disebutkan diatas, adakah hal menarik lainnya yang membuat saudara tertarik untuk mengunjungi UPT Museum Balanga?

N : Hal yang menarik adanya kegiatan pentas seni atau memperingati hari ulang tahun daerah yang pasti hampir setiap tahun ada kegiatan perlombaan tradisional. Tapi hal kurangnya adalah waktu saat terjadi pandemi Covid-19 semua akses kegiatan untuk mengunjungi Museum

Balanga tutup. Kurangnya inovasi atau sebuah gagasan terobosan yang baru untuk menunjukkan Museum Balanga tetap bisa eksis dimasa pandemi kurang, seharusnya bisa dikembangkan melalu media elektronik misal dengan membuat website, instagram, blog, dll ataupun kerja sama dengan televisi TVRI daerah untuk selalu memberikan promosi dan edukasi terhadap masyarakat. Promosinya ditingkatkan dan juga SDM serta fasilitas juga ditingkatkan.

P : Apakah anda berencana untuk datang kembali ke UPT Museum Balanga?

N : Ya, pasti saya akan berkunjung kembali.

P : Apakah anda merasa puas setelah mengunjungi UPT Museum Balanga?

N : Ya, saya merasa puas.

WISATAWAN 5

Asal : Palangka Raya

Pekerjaan : Mahasiswa

Jenis Kelamin & Usia : Wanita (22 tahun)

Tanggal Wawancara : 18 Januari 2022

P : Apakah anda pernah mengunjungi UPT Museum Balanga Kota Palangka Raya sebelumnya?

N : Iya, saya pernah.

P : Kapan terakhir kali anda berkunjung ke Museum Balanga?

N : Saya terakhir berkunjung pada tahun 2021.

P : Apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi Museum Balanga?

N : Karena tertarik pada jenis wisata sejarah

P : Darimanakah anda mengetahui tentang UPT Museum Balanga?

N : Saya mengetahui dari kerabat terdekat lalu mencari tahu melalui *Instagram*.

P : Apakah informasi yang anda dapatkan sudah sesuai dengan kondisi yang ada di UPT Museum Balanga?

N : Iya sudah sesuai.

P : Apakah anda akan merekomendasikan pengalaman anda kepada orang lain setelah mengunjungi Museum Balanga?

N : Ya pasti akan saya rekomendasikan.

P : Promosi seperti apa yang menarik anda untuk mengunjungi Museum Balanga?

N : Kalau menurut saya promosi yang menarik itu adalah melalui media sosial seperti *Instagram*.

P : Selain media promosi yang disebutkan diatas, adakah hal menarik lainnya yang membuat saudara tertarik untuk mengunjungi UPT Museum Balanga?

N : Karena Museum Balanga termasuk dari tempat-tempat yang wajib dikunjungi dikota Kalimantan Tengah.



P : Apakah anda berencana untuk datang kembali ke UPT Museum Balanga?

N : Ya, pasti saya akan berkunjung kembali.

P : Apakah anda merasa puas setelah mengunjungi UPT Museum Balanga?

N : Ya, saya merasa puas.

Lampiran 2 : Surat Pengantar Observasi

	YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA
	Jl. Laksda Adisucipto Km 6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281 Telp / fax : (0274) 485115 - 485514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id
Nomor : 294/QW.AMPTA/XI/2021	30 Nopember 2021
Hal : Pengantar Observasi	
Kepada Yth, Kepala UPT Museum Balanga Palangka Raya	
Dengan Hormat,	
Kami yang beranda tangan dibawah ini Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, menerangkan bahwa :	
Nama	: Madia Putriana Hurdjeh
NIM	: 421200194
Prodi	: Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik	: 2021/2022
Alamat	: Jl. Unp Samoharjo No.8 Palangka Raya
Nomor Telp	: 0895704340432
Mohon untuk diijinkan melaksanakan observasi guna Penyusunan Laporan Penelitian dengan Judul :	
" STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI UPT MUSEUM BALANGA PALANGKA RAYA "	
Demikian permohonan ini disampaikan , atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.	
	 Drs. Prihatno, MM
CC : File	

Lampiran 3 : Surat Balasan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata



PEMERINTAH PROVINSI KALIMANTAN TENGAH
DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA
UPT MUSEUM "BALANGA" KALIMANTAN TENGAH
Alamat : Jl. Tjilik Riwut Km. 1,5 Telp/Fax. (0536) 5222991

Palangka Raya, 11 Desember 2021

Nomor : 800/ 33 /MB-TI/XXI/2021
Sifat : Segera
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : Observasi
di UPT. Museum Balanga,


Kepada
Yth. Yayasan Pendidikan Karya Sejahtera
Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA
Yogyakarta
di
Yogyakarta

Merindaijajuti Surat dari Yayasan Pendidikan Karya Sejahtera Sekolah
Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta Nomor : 254/QW.AMPTA/XXI/2021 Tanggal,
30 November 2021 Perihal : Observasi di UPT. Museum Balanga. Atas Nama
sebagai berikut

Nama : Mada Puriana Handjeh
NIM : 421200154
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Judul Observasi : Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat
Kunjungan Wisatawan di UPT Museum Balanga
Palangka Raya

Selama melaksanakan observasi Mahasiswa wajib mengikuti peraturan
yang ada pada UPT Museum "Balanga" Kalimantan Tengah dan menyampaikan
hasil observasi kepada Kepala UPT Museum Balanga Kalimantan Tengah.

Demikian surat Rekomendasi ini, agar dapat dipergunakan sebagaimana
mestinya

Kepala,

HASANUDIN, SH
Pembina
NIP. 19690112 199002 1 010

Tembusan disampaikan kepada Yth:

1. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Prov. Kalimantan Tengah
2. Yang bersangkutan,
3. Amp

Lampiran 4 : Foto Saat Melakukan Penelitian di UPT Museum Balanga



Foto 1 : UPT Museum Balanga Tampak Depan



Foto 2 : Saat wawancara dengan Kepala UPT Museum Balanga



Foto 3 : Tempat pembelian tiket dan informasi UPT Museum Balanga

Foto 4 : Ruang etnografi/ruang pameran I UPT Museum Balanga tampak depan dan koleksinya



Foto 5 : Koleksi yang ada di ruang etnografi/ruang pameran I



Foto 6 : Gedung Administrasi I/ tempat penyewaan baju adat Dayak & souvenir



Foto 7 : Ruang pameran Tjilik Riwut/ pameran II tampak depan dan koleksinya



Foto 8 : Koleksi yang ada diruang Tjilik Riwut/pameran II

