

**STRATEGI PROMOSI BADAN PENGELOLA MONUMEN  
JOGJA KEMBALI (MONJALI) DALAM MENINGKATKAN  
MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN TAHUN 2017**

**SKRIPSI**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh**

**Derajat Sarjana Pariwisata**

**Oleh**

**PUTRI MUTIARA Q.R**

**NO. MHS: 514100351**

**PROGRAM STUDI S1 PARIWISATA**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

**2020**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**STRATEGI PROMOSI BADAN PENGELOLA MONUMEN JOGJA**  
**KEMBALI (MONJALI) DALAM MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN**  
**WISATAWAN TAHUN 2017**

**Disusun Oleh:**

**PUTRI MUTIARA Q.R**

**NO. MHS: 514100351**

**Telah disetujui oleh :**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
**Drs. Santosa, M.M**

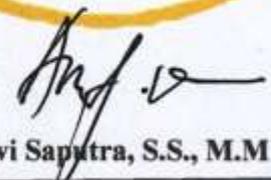
  
**Dra. Heni Susilowati, M.M**

**NIDN. 0519045901**

**NIDN. 0505026202**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Pariwisata**

  
**Arif Dwi Saputra, S.S., M.M**

**NIDN. 0525047001**

**BERITA ACARA UJIAN**

**STRATEGI PROMOSI BADAN PENGELOLA MONUMEN JOGJA  
KEMBALI (MONJALI) DALAM MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN  
WISATAWAN TAHUN 2017**

**SKRIPSI**

Oleh

**PUTRI MUTIARA Q.R  
NO. MHS: 514100351**

**Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji  
Dan Dinyatakan Lulus  
Pada Tanggal 1 Februari 2020**

**TIM PENGUJI**

**Penguji Utama : Yudi Setiaji, S.H, M.M : (.....)**  
**NIDN. 0508066401**

**Penguji II : Drs. Santosa, M.M : (.....)**  
**NIDN. 0519045901**

**Penguji III : Dra. Heni Susilowati, M.M : (.....)**  
**NIDN. 0505026202**

**Mengetahui,  
Ketua Sekolah Tinggi Priwisata AMPTA Yogyakarta**

**Drs. Prihatno, MM  
NIDN. 0526125901**

## HALAMAN SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri Mutiara Q.R

NIM : 514100351

Jurusan / Program Study : Pariwisata

Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI BADAN PENGELOLA  
MONUMEN JOGJA KEMBALI (MONJALI) DALAM MENINGKATKAN  
MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN TAHUN 2017

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak ada terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta



Penulis,

Putri Mutiara Q.R

## HALAMAN MOTTO

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh – sungguh (urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhan-Mulah hendaknya kamu berharap”*

(QS Alam Nasyrah :6-8)

*”Orang yang berakal (cerdik) ialah orang yang mengoreksi dirinya dan beramal untuk bekal sesudah mati, sedang orang yang lemah ialah orang yang memperturutkan hawa nafsunya dan berharap kepada Allah (untuk memperoleh kebahagiaan di akherat)”*

(H.R.Turmudzi)

*Berusahalah jangan sampai terlengah walau sedetik saja, karena atas kelengahan kita tak akan bisa dikembalikan seperti semula.*

(Penulis)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini ananda persembahkan untuk orang – orang yang selalu memberikan motivasi dan mendoakan ananda dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini, yaitu :

1. Terima kasih kepada Ibu dan Ayah selama ini telah memberikan support baik secara moril dan finansial kepada anakmu yang sebentar lagi akan sarjana ini
2. Untuk sahabat – sahabatku serta saudara – saudari tersayang yang telah memberi semangat dan doa dalam pencapaian yang sedang ananda raih.
3. Untuk sahabat – sahabatku S1 Pariwisata angkatan 2014 yang telah menemani proses pencarian ilmu di bangku kuliah.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbill alamin, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul “STRATEGI PROMOSI BADAN PENGELOLA MONUMEN JOGJA KEMBALI (MONJALI) DALAM MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN TAHUN 2017”.

Dalam Skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Santosa, M.M selaku dosen pembimbing I yang telah sabar membimbing dan meluangkan waktu, tenaga serta pikiran dalam pelaksanaan bimbingan, pengarahan serta dorongan yang diberikan selama penulisan Skripsi ini.
2. Ibu Dra. Heni Susilowati, M.M selaku dosen pembimbing II yang telah sabar membimbing dan meluangkan waktu, tenaga serta pikiran dalam pelaksanaan bimbingan, pengarahan serta dorongan yang diberikan selama penulisan Skripsi ini.
3. Bapak Yudi Setiaji, S.H, M.M selaku dosen penguji utama yang telah berkenan memberikan kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
4. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S M.M , selaku Ketua Program Studi S1 Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

5. Seluruh dosen dan staff Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah banyak membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan selama kuliah dan membantu penulis dalam mempersiapkan penyusunan Skripsi dari awal sampai selesai.
6. Bapak Nanang selaku Ketua atau Kepala Badan Operasional Monjali, yang telah memberikan izin untuk kelangsungan penelitian ini dan menjadi responden penelitian.

Penulis berharap semoga Skripsi ini dapat berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan kepariwisataan baik saat ini maupun untuk masa yang akan datang. Penulis juga menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu saran dan kritik yang membangun dari pembaca sekalian.

Yogyakarta, Januari 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN .....	iii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GRAFIK .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori .....	10
1. Pariwisata .....	10
2. Promosi .....	10
3. Strategi Promosi .....	17
4. Strategi Promosi Jasa .....	19
5. Bauran Promosi .....	21
6. Minat Berkunjung .....	30
7. Putusan Berkunjung .....	31
B. Kerangka Pemikiran Teorik .....	33
C. Penelitian Terdahulu .....	34

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian .....	36
1. Metode dan Desain Penelitian .....	36
2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
3. Teknik Cuplikan .....	37
4. Sumber Data .....	37
5. Teknik Pengumpulan Data .....	38
6. Keabsahan Data .....	42
7. Metode Analisis Data .....	44
8. Alur Penelitian .....	47
9. Jadwal Penelitian .....	48

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian .....	49
1. Sejarah Museum Monumen Jogja Kembali .....	49
2. Visi dan Misi Museum Monumen Jogja Kembali .....	50
3. Keadaan Fisik Museum Monumen Jogja Kembali .....	50
4. Struktur Organisasi Museum Monumen Jogja Kembali .....	52
B. Hasil Kuisisioner Responden .....	52
C. Analisis Data .....	54
1. Perencanaan Strategi Promosi Badan Pengelola Monumen Jogja Kembali .....	54
2. Pelaksanaan Strategi Promosi Badan Pengelola Monumen Jogja Kembali .....	57
3. Evaluasi Kegiatan Promosi Badan Pengelola Monumen Jogja Kembali .....	62
D. Pembahasan .....	62
1. Strategi Hasil Wawancara .....	65
2. Pelaksanaan Promosi Jasa .....	70
3. Evaluasi Promosi Jasa .....	73

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan .....	75
B. Saran .....	76
C. Penutup .....	77

DAFTAR PUSTAKA .....	78
----------------------	----

LAMPIRAN – LAMPIRAN .....	80
---------------------------	----

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Perkembangan kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara pada tahun 2013-2017 ke Daerah Istimewa Yogyakarta .....	2
--	---

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Museum di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2017 ...	4
Tabel 1.2 Data Kunjungan Wisatawan tahun 2017-2019 .....	5
Tabel 1.3 Data Kunjungan Wisatawan Tahun 2017 .....	6
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian .....	48
Tabel 4.1 Hasil Kuisisioner Responden .....	52
Tabel 4.2 Hasil Kuisisioner Responden .....	53
Tabel 4.3 Hasil Kuisisioner Responden .....	53
Tabel 4.4 Hasil Kuisisioner Responden .....	53
Tabel 4.5 Anggaran kegiatan promosi .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Orgtanisasi Meseum Monumen Jogja Kembali .....	52
Gambar 4.2 Media cetak koran .....	58
Gambar 4.3. Media online facebook .....	59
Gambar 4.4 Media sosial Instagram .....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian di Monumen Jogja Kembali

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Lampiran 3 Lembaran Bimbingan

## **ABSTRAK**

Penelitian ini di latar belakang dengan target dan capaian hasilnya berbeda atau tidak mendapatkan peningkatan secara signifikan oleh badan pengelola Museum. Peneliti ingin mengetahui strategi promosi yang digunakan badan pengelola agar meningkatkan jumlah pengunjung wisata Monjali pada tahun 2017.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui untuk mengetahui strategi promosi pariwisata sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang dilakukan oleh pengelola Museum Monumen Jogja Kembali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan sumber data wawancara, kuisisioner, studi literatur dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini yaitu pengelola Museum Monumen Jogja Kembali dan wisatawan yang berkunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan badan pengelola Monjali maka perencanaan dalam promosi yaitu dengan melakukan analisis lingkungan agar kegiatan promosi dapat diorganisir berdasarkan permasalahan yang ingin diselesaikan. Media yang digunakan dalam promosi ini yaitu pendekatan partisipan dengan melibatkan kepala sekolah pada suatu daerah untuk melakukan kegiatan WKM (Wajib Kunjung Museum) serta menggunakan media cetak, online, dan elektronik. Evaluasi kegiatan promosi yang dilakukan badan pengelola Monjali sesuai dengan kondisi. Evaluasi dapat dilakukan kapanpun seperti sebelum kegiatan promosi dilakukan, saat kegiatan promosi tersebut dilakukan, dan setelah kegiatan promosi dilakukan.

**Kata kunci : Strategi, Promosi, Museum Monjali**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

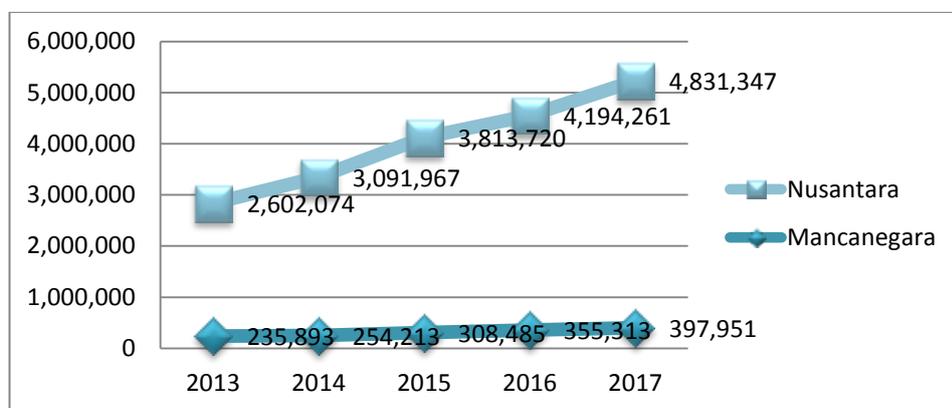
### **A. Latar Belakang**

Pariwisata merupakan salah satu kekayaan yang dimiliki suatu tempat atau daerah. Pariwisata juga dapat menjadi sebuah *icon* maupun citra dari suatu daerah, adanya sebuah tempat pariwisata disuatu daerah dapat meningkatkan pendapatan daerah tersebut. Saat ini ada beberapa wisata yang sangat dikenal masyarakat luas yaitu wisata bahari, industri, budaya, dan cagar alam. Tempat-tempat wisata harus selalu dijaga dan dilestarikan, oleh karena itu terdapat dinas pariwisata di setiap kota di Indonesia. Tujuannya ialah untuk mengawasi, menjaga serta melestarikan tempat pariwisata disuatu daerah. Sehingga pengunjung tidak kecewa dan mendapatkan *moment* liburan terbaik di suatu kota tersebut.

Setiap daerah pariwisata berbasis swasta yang dikelola oleh badan pengelola akan merancang sebuah strategi untuk meningkatkan jumlah pengunjung dengan melakukan komunikasi pemasaran terpadu. Kegiatan peningkatan jumlah pengunjung dipengaruhi oleh pengelolaan strategi yang mencakup pelaksanaan elemen bauran promosi. Selain itu pembangunan tempat wisata guna menjadi *icon* dari daerah dan menjadikan pertumbuhan perekonomian masyarakat dengan membuka lapangan pekerjaan.

Potensi dalam bidang pariwisata di Indonesia sangat besar. Berbagai macam pariwisata yang dimiliki seperti budaya dan cagar alam dapat ditemui pada setiap wilayah. Termasuk Yogyakarta yang berkembang sebagai kota wisata dengan berbagai objek wisata budaya serta sejarah. Yogyakarta sendiri diakui dalam survei *Most Liveable City Index* 2009 dan 2011 sebagai kota ternyaman. Selain itu Yogyakarta mempunyai citra sebagai kota pelajar dan kota wisata. Dengan beragamnya destinasi wisata yang disuguhkan, jumlah wisatawan mendapatkan kenaikan yang signifikan dari tahun 2013-2017. Hal tersebut dapat dilihat dari peningkatan jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara antara 9-15 persen setiap tahunnya.

Grafik 1.1 Perkembangan kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara pada tahun 2013-2017 ke Daerah Istimewa Yogyakarta.



Sumber: <https://visitingjogja.com/downloads/Buku-Statistik->

[Kepariwisataan-DI-Yogyakarta-tahun-2017.pdf](#) diakses pada tanggal 26

Februari 2019.

Keberagaman budaya dan keindahan alam yang dimiliki Indonesia menjadi aset nasional salah satunya adalah DIY (Daerah Istimewa Yogyakarta). Menurut data dari Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Yogyakarta, jumlah wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang mendatangi wisata di Yogyakarta pada tahun 2017 sebanyak 20.085.224 pengunjung.

Dari berbagai macam destinasi wisata di Yogyakarta, salah satunya adalah wisata museum. Salah satu manfaat dari wisata museum adalah menambah wawasan, pengetahuan, dan dapat mengenang sejarah para pahlawan maupun suatu tempat. Namun terdapat masalah dimana orang Indonesia lebih menyukai tempat wisata seperti pantai maupun mal dari pada berkunjung ke museum. Masih banyak kurangnya kesadaran akan pentingnya berkunjung ke museum. Bahkan terdapat informasi sejarah yang belum tentu kita ketahui. Ketua umum Asosiasi Indonesia mengatakan bahwa pentingnya mengunjungi museum selain untuk edukasi, wisata museum juga mampu menjadi inspirasi masa lalu atau masa kejayaan, rumah kebudayaan, rumah peradaban, dan museum mampu menjadi tempat berdialog dan berinteraksi dengan seni dan budaya (<https://www.kompasiana.com/lizanoor/573ede18a7afbd1607579669/pentingnya-berkunjung-ke-museum-untuk-generasi-muda> diakses pada tanggal 26 Februari 2019).

Menurut data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Yogyakarta, terdapat beberapa Museum yang berada di Kabupaten Sleman, Yogyakarta

Tabel 1.1 Data Museum di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2017

No.	Nama Museum	Tahun Berdiri	Jumlah Pengunjung
1	Monumen Jogja Kembali	1985	320,099
2	Gunung Merapi	2009	261,863
3	Sanggar Ullen Sentalu	1994	115,438
4	Paleoantropologi (UGM)	1988	12,267
5	Pendidikan Indonesia	2008	11,975
6	Geoteknologi UPN	1988	4,443

Sumber: [https://visitingjogja.com/downloads/Buku-Statistik-Kepariwisata-DI-](https://visitingjogja.com/downloads/Buku-Statistik-Kepariwisata-DI-Yogyakarta-tahun-2017.pdf)

[Yogyakarta-tahun-2017.pdf](https://visitingjogja.com/downloads/Buku-Statistik-Kepariwisata-DI-Yogyakarta-tahun-2017.pdf) diakses pada tanggal 26 Januari 2019.

Yogyakarta mempunyai Monumen Jogja Kembali atau yang lebih dikenal dengan sebutan Monjali yang terletak di Jalan Lingkar Utara Sleman, Yogyakarta. Dapat dilihat pada tabel 1. Bahwa Monumen Jogja Kembali adalah museum tertua dan mendapatkan jumlah pengunjung tertinggi sebanyak 320.099 pengunjung pada tahun 2017 di Kabupaten Sleman. Monjali adalah salah satu museum sejarah, yang tampak dari luar berbentuk kerucut yang terdiri dari tiga lantai dan berisi sekitar 1000 buah benda-benda sejarah.

Strategi merupakan sebuah perencanaan untuk melakukan sesuatu guna mencapai sebuah tujuan. Strategi promosi adalah salah satu cara untuk mencapai suatu tujuan komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran menjadi aspek penting dalam memasarkan sebuah produk atau jasa. Selain itu terdapat teori komunikasi pemasaran dalam bidang ilmu komunikasi untuk mengkaji hal tersebut.

Badan pengelola Monjali mempunyai dua bagian hubungan masyarakat (humas) yaitu humas pemasaran dan humas pemandu. Untuk masalah tentang peningkatan jumlah pengunjung merupakan salah satu tugas humas pemasaran. Dimana humas melakukan kegiatan memasarkan Monjali agar mendapatkan peningkatan jumlah pengunjung secara signifikan. Jika dalam target dan capaian hasilnya berbeda atau tidak mendapatkan peningkatan secara signifikan. Jika dalam target dan capaian hasilnya berbeda atau tidak mendapatkan peningkatan secara signifikan, badan pengelola wajib mengevaluasi kegiatan promosi yang sudah dilakukan.

Berdasarkan dari jumlah kunjungan wisatawan ke Museum Monumen Jogja Kembali (MONJALI) dari tahun 2017 sampai 2019 telah mengalami penurunan. Melihat data yang tentunya penting dilakukan oleh Pengelola Monjali, yaitu dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Kecilnya penurunan wisatawan, bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Data Kunjungan Wisatawan tahun 2017-2019

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Wisatawan</b>
2017	320.498
2018	309.000
2019	301.900

Sumber : Pengurus Tata Usaha Museum Monumen Jogja Kembali

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2017 sampai 2019 mengalami penurunan dikarenakan adanya persaingan dengan museum lain.

Tabel 1.3 Data Kunjungan Wisatawan Tahun 2017

<b>Bulan</b>	<b>2017</b>
JANUARI	32.295
FEBRUARI	20.510
MARET	31.807
APRIL	29.819
MEI	42.213

JUNI	10.253
JULI	21.541
AGUSTUS	8.944
SEPTEMBER	10.997
OKTOBER	27.115
NOVEMBER	20.451
DESEMBER	73.553
Jumlah	329.498

Sumber : Pengurus Tata Usaha Museum Monumen Jogja Kembali

Dari tabel diatas dapat diketahui pada bulan Februari, Juni, Agustus, September dan November Monumen Museum Jogja Kembali mengalami *low season* dimana jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan dikarenakan pada bulan-bulan tersebut merupakan bukan bulan liburan musim panas para wisatawan.

Dalam pernyataan di atas, peneliti ingin mengetahui strategi promosi yang digunakan badan pengelola agar meningkatkan jumlah pengunjung wisata Monjali pada tahun 2017. Maka judul dari penelitian ini adalah Strategi Promosi Badan Pengelola Monumen Jogja Kembali (MONJALI) dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan.

## **B. Fokus Masalah**

Agar penelitian ini dapat dilakukan secara mendalam dan tidak melebar maka peneliti perlu membuat fokus masalah dalam penelitian ini yaitu mengenai strategi promosi Badan Pengelola Monumen Jogja Kembali (MONJALI) dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan, yang dikaji dalam penelitian ini meliputi:

1. Strategi promosi yang dilakukan Badan Pengelola Monumen Jogja Kembali dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.
2. Faktor pendukung dan faktor penghambat kegiatan promosi yang dilakukan Badan Pengelola Monumen Jogja Kembali dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang dan permasalahan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan Badan Pengelola Monumen Jogja Kembali dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat kegiatan promosi yang dilakukan Badan Pengelola Monumen Jogja Kembali dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi sarana memperkaya ilmu pengetahuan penulis khususnya dalam teori strategi promosi yang diperlukan pada suatu destinasi.

2. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai landasan awal untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan strategi promosi yang diperlukan pada suatu destinasi wisata.

3. Bagi STP AMPTA Yogyakarta

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah daftar kepustakaan STP AMPTA Yogyakarta mengenai strategi promosi yang diperlukan pada suatu destinasi wisata.

4. Bagi Badan Pengelola Monumen Jogja Kembali

Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan pedoman dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran di Badan Pengelola Monumen Jogja Kembali dalam meningkatkan jumlah kunjungan.