

**PELAKSANAAN PROMOSI MUSEUM LINGGAM CAHAYA DI
KABUPATEN LINGGA PROVINSI KEPULAUAN RIAU**

Oleh : Syarifah Masyrifah

Email : sy.masyrifah@gmail.com

Pembimbing : Andi M Rifiyan Arief, SST. MM.Par

Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Usaha Perjalanan Wisata

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

ABSTRAK

Museum Linggam Cahaya merupakan satu-satunya yang ada di Kabupaten Lingga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan promosi Museum Linggam Cahaya di Kabupaten Lingga, mengetahui pihak-pihak yang melaksanakan promosi pada Museum Linggam Cahaya, dan untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. subjek penelitian adalah pengelola museum Linggam Cahaya Kabupaten Lingga, Kepala Seksi Sarana Promosi, Informasi dan Kerjasama Pariwisata Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lingga, dan pihak masyarakat. Pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini melalui tahap-tahap reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pihak-pihak yang bersangkutan melakukan promosi melalui periklanan, penjualan tatap muka, publisitas, promosi penjualan, dan pemasaran digital. Pihak yang melakukan promosi yaitu pengelola museum Linggam Cahaya Kabupaten Lingga, Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lingga, dan pihak masyarakat. Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan yaitu dengan memberikan layanan pengunjung dan membuat perencanaan yang lebih baik lagi salah satunya dalam melakukan promosi.

Kata kunci: periklanan, penjualan tatap muka, publisitas, promosi penjualan, dan pemasaran digital

**THE IMPLEMENTATION OF PROMOTION LINGGAM CAHAYA
MUSEUM IN LINGGA REGENCY RIAU ISLAND PROVINCE**

By : Syarifah Masyrifah

Consellor : Andi M Rifiyan Arief, SST. MM.Par

Email : sy.masyrifah@gmail.com

Tourism Department

Faculty Of Social and Political Science

Riau University

ABSTRACT

Linggam Cahaya Museum is the only one in Lingga regency. The purpose of this research is to know the implementation of promotion of Linggam Cahaya Museum in Lingga Regency, to know the parties who carry out promotion at Linggam Cahaya Museum, and to know what efforts are done in increasing tourist visit.

This research uses qualitative method with descriptive approach. The subject of the research is the manager of Linggam Cahaya Museum Lingga Regency, Section Head of Promotion Facilities, Information and Cooperation of Tourism Department of Tourism, Youth and Sports of Lingga Regency, and the community. The data collection is done by observation, interview and documentation. Data analysis used in this research through data reduction stages, data presentation and conclusion.

The results of this study concluded that the parties concerned to promote through advertising, personal selling, publicity, sales promotion, and digital marketing. The promoting party is the manager of the Linggam Cahaya museum Lingga Regency, the Lingga Regency Tourism, Youth and Sports Office, and the community. Efforts made in increasing tourist visits by providing visitor service and make better planning one of them in doing promotion.

Key word : advertising, personal selling, publicity, sales promotion, and digital marketing

PENDAHULUAN

Pariwisata mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi di berbagai Negara dan meningkatkan taraf kehidupan masyarakat baik dari segi ekonomi, sosial, dan budaya. Salah satu dalam segi budaya ini, pariwisata Indonesia mempunyai peranan yang sangat penting dalam memperkenalkan ragam budaya dan adat-istiadat yang ada dalam masyarakat di suatu daerah tertentu dan juga untuk memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa.

Pengenalan potensi objek dan daya tarik merupakan suatu hal terpenting agar objek dapat dikenal jauh oleh wisatawan dan mampu menggerakkan calon wisatawan untuk mengunjungi dan menikmati keindahan alam budaya dan sejarah yang ada dan beraneka ragam.

Di Indonesia mempunyai banyak tempat wisata yang tersebar di berbagai daerah salah satunya di Provinsi Kepulauan Riau. Provinsi Kepulauan Riau terdiri dari beberapa kabupaten yang masing-masing memiliki potensi wisata yang bagus. Salah satunya Kabupaten Lingga dengan luas wilayah 211.772 km². Wilayah kabupaten ini terdiri dari 531 buah pulau besar dan kecil. Tidak kurang dari 92 buah di antaranya sudah dihuni dan sisanya 285 buah yang belum berpenghuni. Kabupaten Lingga yang merupakan bagian dari Provinsi Kepulauan Riau, berada pada posisi geografis yang sangat strategis. Letaknya berada persis di sisi timur Provinsi Kepulauan Riau, dengan sisi selatan bersebelahan dengan Laut Bangka dan Selat Berhala, sebelah Utara berbatasan dengan Batam dan Laut Cina Selatan dan sebelah Timur berhadapan langsung dengan Laut Cina Selatan. Dan walaupun masih banyak pulau yang belum berpenghuni tetapi sebagian sudah dimanfaatkan untuk kegiatan pertanian, khususnya usaha perkebunan.

Tabel 1.1
Wisata Sejarah di Kabupaten Lingga

No	Wisata Sejarah	Alamat
1	Museum Linggam Cahaya	Jln. Raja Muhammad Yusuf
2	Situs Istana Damnah	Jln. Raja Muhammad Yusuf
3	Situs Pondasi Bilik 44	Jln. Raja Muhammad Yusuf
4	Benteng Bukit Cening	Jln. Bukit Cening
5	Benteng Kuala Daik	Daik Lingga
6	Masjid Sultan Lingga	Jln. Masjid Sultan Lingga
7	Komplek Makam Bukit Cengkeh	Jln. Bukit Cengkeh
8	Benteng Mepar	Desa Mepar
9	Makam Yang Dipertuan Muda X Raja Muhammad Yusuf (Makam Merah)	Jln. Raja Muhammad Yusuf
10	Makam Sultan Mahmud Riayat Syah	Jln. Raja Muhammad Yusuf

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lingga, 2016.

Dari Tabel di atas, dapat dilihat kabupaten Lingga mempunyai potensi wisata yang merupakan salah satu aset ekonomi Kabupaten Lingga yang menjadi bagian penting bagi perekonomian daerah.

Museum Linggam Cahaya merupakan museum satu-satunya yang ada di Kabupaten Lingga yang terletak di Jalan Raja Muhammad Yusuf. Museum Linggam Cahaya merupakan salah satu objek yang berpotensi dan memiliki keunikan-keunikan di dalamnya. Museum ini sebagai tempat penyimpanan benda cagar budaya yang menjadi sarana untuk menggali cerita sejarah masa lalu dan memperoleh informasi yang sebenarnya tentang perjalanan panjang kerajaan Lingga melalui peninggalan benda-benda bersejarahnya yang masih terjaga hingga kini dan juga dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi wisatawan.

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan promosi Museum Linggam Cahaya di Kabupaten Lingga Provinsi Kepulauan Riau.

2. Untuk mengetahui pihak-pihak yang melaksanakan promosi Museum Linggam Cahaya di Kabupaten Lingga Provinsi Kepulauan Riau.
3. Untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan

TINJAUAN TEORI

Menurut Buchari Alma (2011:179), promosi adalah sejenis komunikasi dengan memberi penjelasan yang meyakinkan kepada calon konsumen tentang barang dan jasa. Adapun tujuan promosi adalah untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen.

Alat Promosi

Menurut Freddy Rangkutti (2009:23-29) alat promosi sebagai berikut :

1. Periklanan(*Advertising*)

Periklanan adalah komunikasi non individu dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga nirlaba serta individu. Periklanan di artikan sebagai bentuk prestasi nonpersonal yang di bayar oleh sponsor untuk mempresentasikan gagasan atau ide promosi dari barang atau jasa tertentu. Pada iklan biasanya ditampakkan organisasi yang mensponsorinya. Dalam praktiknya, iklan telah dianggap sebagai manajemen citra yang bertujuan menciptakan dan memelihara cipta dan makna dalam benak konsumen dan tujuan akhir dalam iklan adalah bagaimana mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Periklanan dapat di sajikan dalam berbagai bentuk dan media sebagai berikut :

a. Media Cetak

1) Surat kabar

Surat kabar merupakan media periklanan yang paling efektif. Dengan demikian,

periklanan dalam media ini harus di usahakan mendapat kesan yang positif di mata masyarakat karena media ini lebih banyak dibaca oleh masyarakat luas.

2) Majalah

Media ini hampir sama dengan surat kabar, tetapi media ini hanya terbitkan untuk orang-orang yang khususnya mempunyai rasa dan perhatian yang sama pada segmen tertentu saja.

3) Brosur dan *Leaflet*

Brosur merupakan selebaran yang di kirim atau di berikan ke berbagai perusahaan maupun perorangan yang dianggap sebagai pembeli potensial, sedangkan *leaflet* berisi informasi mengenai produk dan harga.

4) *Direct Mail*

Direct Mail adalah surat penawaran yang di kirimkan kepada pembeli potensial dan mencantumkan fasilitas yang tersedia dengan penawaran dan harga khusus.

b. Media Elektronik

Media Elektronik adalah media yang paling efektif dan banyak digunakan oleh perusahaan karena media ini dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. Media elektronik terdiri atas media audio dan audio visual.

1) Media Audio

Media Audio merupakan media yang hanya dapat di dengar, dalam hal ini adalah radio dan telepon.

2) Media Audio Visual

Media Audio Visual merupakan media yang dapat dilihat dan didengar. Dalam hal ini yang termasuk dalam media audio visual adalah televisi, internet, dan bioskop

c. Media *Outdoor* (Luar Ruangan)

1) *Billboard*

Billboard merupakan iklan yang di pasang pada papan-papan besar bergambar yang dianggap strategis, mudah di lihat di jalan raya yang ramai di lalui oleh kendaraan. Media ini hanya bersifat mengingatkan

sehingga diperlukan pesan yang jelas, singkat, mudah di pahami, dan gambar yang menarik.

2) *Signboard*

Media ini berupa papan-papan kecil dengan gambar petunjuk arah suatu lokasi tertentu. Media ini ditempatkan pada jalan yang menuju lokasi tersebut.

3) *Umbul-umbul*

Media ini menampilkan gambar dengan warna yang mencolok sehingga memberikan suasana yang meriah.

4) *Sticker*

Sticker merupakan iklan yang dipasang pada kendaraan-kendaraan umum seperti bus kota dan taksi. Umumnya, pemasangan iklan menggunakan *sticker* dipilih untuk kendaraan umum yang melalui jalur padat.

2. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perseorangan adalah interaksi antarindividu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Penjualan perseorangan ini merupakan alat promosi yang berbeda dari periklanan karena penjualan perseorangan menggunakan orang atau individu dalam pelaksanaannya.

3. Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan usaha untuk merangsang permintaan terhadap suatu produk secara nonpersonal dengan membuat berita yang bersifat komersial tentang produk tersebut dalam media tercetak atau tidak, maupun hasil wawancara yang disiarkan dalam media tersebut.

Kotler dan Amstrong (2003) menjelaskan bahwa publisitas adalah aktivitas untuk mempromosikan perusahaan atau produknya dengan

memuat berita mengenai subjek itu tanpa di bayar oleh sponsor.

4. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah salah satu kegiatan promosi untuk melakukan rangsangan kepada konsumen untuk melakukan pembelian.

Tujuan Promosi

Tujuan utama dari promosi yang akan dilakukan oleh perusahaan secara mendasar terdiri dari beberapa alternatif antara lain dapat berupa menginformasikan, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan sasaran konsumen tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Oleh karena itu secara mendalam tujuan promosi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Menginformasikan

Menginformasikan seluruh aspek-aspek dan kepentingan perusahaan yang berhubungan dengan konsumen dapat dilakukan dengan sebaik-baiknya untuk dapat diketahui secara jelas.

2. Mempengaruhi dan membujuk pelanggan sasaran

Mempengaruhi dan membujuk pelanggan atau konsumen sasaran agar mau membeli atau mengalihkan pembelian terhadap produk-produk yang dihasilkan perusahaan.

3. Mengingatn

Mengingatn kembali konsumen sasaran terhadap apa yang telah ditawarkan sebelumnya.

Definisi Museum

Kata museum berasal dari bahasa Yunani, yaitu Muzum yang berarti Sembilan dewi pengetahuan dan dewi kesenian dari bangsa Yunani Kuno (Moh.Amir Sutarga,1981;9).

Secara umum pengertian museum dapat diartikan sebagai suatu tempat tersimpannya benda-benda peninggalan sejarah yang di tata sedemikian rupa guna memudahkan masyarakat untuk menyaksikannya.

Dalam buku karya Sutaarga yang berjudul *Museografi dan Museologi*, dicantumkan bahwa Menurut ICOM (*international Council of Museum*), dalam

konferensi umumnya yang ke 10 pada tahun 1974 yang dimaksud dengan museum adalah sebagai berikut :

“Museum adalah suatu lembaga yang bersifat badan hukum yang tetap, tidak mencari keuntungan dalam pelayanannya, kepada masyarakat tetapi hadir untuk kemajuan masyarakat lingkungannya, serta terbuka untuk umum”.

Fungsi dan Tugas Museum di Indonesia

Tugas dan fungsi museum dikemukakan oleh Drs. Uka Candrasasmita dalam Made Seraya (1983;76) yang menyebutkan fungsi museum sebagai berikut :

1. Pusat dokumentasi dan penelitian ilmiah
2. Pusat penyaluran ilmu untuk umum
3. Pusat kenikmatan kesenian
4. Pusat pengenalan kebudayaan antar daerah dan bangsa
5. Objek pariwisata
6. Media pembinaan pendidikan kesenian dan ilmu pengetahuan
7. Suaka alam suaka budaya
8. Sebagai cermin sejarah manusia, alam dan kebudayaan
9. Media untuk bertaqwa dan bersyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa

Fungsi dan tugas pokok museum memenuhi hakekat manusia sebagai makhluk budaya (Soetjipto, 1991;20). Adapun fungsi dan tugas pokok museum yaitu sebagai:

1. Tempat rekreasi

Museum dengan benda-benda koleksinya yang berupa benda-benda seni budaya mengandung nilai estetika, indah, aneh-aneh, antik sebagai sumber penawar bagi para pengunjung yang lelah dalam menghadapi kesibukan sehari-hari.

2. Tempat Ilmu Pengetahuan

Benda koleksi museum, dapat dimisalkan sebagai orang yang ingin berbicara. Para ahli lah yang dapat menginterprestasikan arti

dari benda-benda tersebut dan dari itu kita dapat memperoleh ilmu pengetahuan. Museum adalah alamat yang tepat bagi mereka yang mengadakan penyelidikan atau penelitian.

3. Sumber Informasi

Museum dalam arti modern adalah suatu lembaga yang secara aktif melakukan tugasnya di dalam menerangkan dunia manusia dan alam. Misalnya saja museum Perjuangan bertugas menjelaskan alam perjuangan suatu bangsa.

4. Sebagai Pendidikan Kebenaran

Pengunjung bukan hanya sekelompok anak/mahasiswa, tetapi terdiri dari manusia yang berlainan tingkat kecerdasannya dan tingkat pendidikannya serta kebangsaannya bahkan lain pula pandangan hidupnya. Pameran benda-benda di museum menimbulkan bermacam-macam pengaruh positif. Diantaranya menimbulkan kesadaran tentang persoalan peristiwa sejarah, kehidupan binatang, pertumbuhan tanaman, perkembangan kebudayaan dan lain-lain. Pada pokoknya benda koleksi itu mengajak untuk berpikir logis, konstruktif dan pragmatis.

Pengunjung Museum

Frese (Sutaarga,1989: 82) membagi pengunjung museum ke dalam dua kelompok besar, yaitu:

1. Para kolektor, seniman, para perancang, ilmuwan, dan mahasiswa yang karena latar belakang sosialnya,seakan-akan ada hubungan tertentu dengan koleksi museum, dan bahwa kunjungan mereka ke museumitu sudah direncanakan semula, dengan motivasi yang jelas.Jenis pengunjung ini disebut sebagai jenis lama.
2. Jenis pengunjung museum lainnya disebut jenis pengunjung baru.Jenis pengunjung ini sulit untuk dilukiskan karakteristiknya. Kelompok ini biasanya dating ke museum tanpa tujuan tertentu. Bila suatu ketika mereka mengunjungi

museum, maka mereka kembali pasif, tidak memiliki motivasi yang kokoh untuk tetap menjadi pengunjung museum.

Pott (Sutaarga, 1989: 82) menyatakan bahwa ada tiga macam motivasi diantara para pengunjung museum yang dapat diamati. Ketiga macam motivasi tersebut yaitu:

1. Keinginan untuk melihat yang serba indah (estetik);
2. Keinginan untuk mendapatkan informasi yang lebih banyak tentang yang mereka lihat (tematik, intelektual);
3. Keinginan untuk menempatkan dirinya dalam suatu suasana, yang berbeda dari lingkungan (romantik).

Jenis Museum

Jenis museum menurut Sutarga (2005) sebagai berikut :

a. Berdasarkan jenis koleksi yang dimilikinya antara lain :

1. Museum Seni

Dikenal sebagai sebuah galeri seni merupakan sebuah ruang untuk pameran seni, biasanya merupakan seni visual, dan biasanya terdiri dari lukisan, ilustrasi, dan patung. Koleksi dari lukisan dan dokumen lama biasanya tidak dipamerkan di dinding, akan tetapi diletakkan di ruang khusus.

2. Museum Sejarah

Merupakan museum yang memberikan edukasi terhadap sejarah dan relevansinya terhadap masa sekarang dan masa lalu. Beberapa museum sejarah menyimpan aspek kuratorial tertentu dari sejarah daerah lokal tertentu. Museum jenis ini memiliki koleksi yang beragam termasuk dokumen, artefak.

3. Museum Maritim

Merupakan museum yang menspesialisasi terhadap objek yang berhubungan dengan kapal, dan perjalanan di laut dan danau.

4. Museum Otomotif

Merupakan museum yang memamerkan kendaraan

5. Museum Sejarah Alam

Merupakan museum yang memamerkan

dunia alam yang memiliki focus di alam dan budaya. Pada umumnya memberi edukasi yang berfokus pada dinosaurus, sejarah, kuno, dan antropologi.

6. Museum Open Air

Merupakan museum yang mengkoleksi dan membangun kembali bangunan tua di daerah terbuka luar. Biasanya bertujuan untuk menciptakan kembali bangunan dan suasana lengkap masa lalu.

7. Museum Spesialisasi

Merupakan museum yang menspesialisasikan pada topic tertentu. Contoh museum ini adalah museum music, museum anak, museum gelas, dan sebagainya. Museum ini pada umumnya memberi edukasi dan pengalaman yang berbeda dibandingkan museum lainnya.

8. Museum Virtual

Merupakan museum yang berada di dunia maya berupa internet dimana tidak memiliki fisik museum dan isinya hanya nerupa dulu.

b. Berdasarkan isi koleksinya, museum terbagi atas :

1. Museum Umum

Koleksinya terdiri dari kumpulan bukti material manusia dan lingkungannya yang berkaitan dengan seni, disiplin, ilmu dan teknologi.

2. Museum Khusus

Koleksinya terdiri dari kumpulan bukti material manusia dan lingkungannya yang berkaitan dengan salah satu cabang disiplin ilmu dan teknologi.

c. Berdasarkan kedudukannya, museum terbagi atas :

1. Museum Nasional, koleksinya terdiri dari kumpulan benda yang mewakili seluruh wilayah Indonesia.

2. Museum Provinsi, koleksinya terdiri dari kumpulan benda yang mewakili dalam satu provinsi.

3. Museum Lokal, koleksinya terdiri dari kumpulan benda yang mewakili dalam satu wilayah kabupaten atau kotamadya.

- d. Berdasarkan pengelolanya, museum terdiri dari :
 1. Museum Pemerintah, museum yang dikelola pemerintah
 2. Museum Swasta, museum yang dikelola oleh swasta.
- e. Berdasarkan pengunjung yang berkunjung ke museum, sebagai berikut:
 1. Menurut tujuan pengunjung dapat dibedakan atas pengunjung studi, pengunjung rekreasi, pengunjung dengan tujuan tertentu.
 2. Menurut jumlah pengunjungnya, dibedakan atas pengunjung rombongan, dan pengunjung perorangan
 3. Menurut media kedatangan pengunjung, dibedakan atas pengunjung kendaraan pribadi, pengunjung kendaraan umum, dan pengunjung pejalan kaki.

METODE PENELITIAN

Adapun desain yang di gunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan/melukiskan fenomena atau hubungan antar fenomena yang akan di teliti dengan sistematis, *factual* dan akurat (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000). Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapat pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari spektif partisipan.

SUMBER DATA

a. Data primer

Data Primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan (Rosady Ruslan,2003). Dalam data ini sumber langsung di dapat kan dari hasil wawancara kepada pihak yang bersangkutan.

b. Data sekunder

Data Sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak

lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengelolanya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu (Rosady Ruslan,2003). Dalam penelitian ini data sekunder di dapat dari literatur-literatur, buku-buku, dan lain nya yang berguna bagi penelitian.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

a. Observasi

Menurut Sugiyono (2012 : 166), observasi adalah teknik pengumpulan data untuk mengamati perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam, dan responden. Metode ini digunakan agar dapat mengetahui secara langsung tentang Museum Linggam Cahaya.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dua orang, pewawancara sebagai yang mengajukan pertanyaan dan narasumber yang memberikan jawaban. (Moleong, 2007 : 186). Metode wawancara ini digunakan untuk dapat mengetahui tentang pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang bersangkutan dalam melaksanakan promosi tersebut dan mengetahui informasi-informasi lainnya yang dibutuhkan secara langsung dari narasumber.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode mengkaji dan mengolah data dari dokumen-dokumen yang sudah ada sebelumnya dan mendukung data penelitian.

TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis kualitatif yang digunakan adalah model analisis interaktif, yaitu model analisis yang yang memerlukan tiga komponen berupa reduksi data, sajian data, serta penarikan kesimpulan/ verifikasi dengan menggunakan interactive mode milik Sugiyono.

1. Reduksi Data

Mereduksi data bisa diartikan merangkum, memilih hal-hal yang pokok,

memfokuskan pada hal-hal penting, dicari pola dan temanya(Sugiyono. 2008 :247). Dengan mereduksi data akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Proses reduksi data berlangsung terus selama pelaksanaan penelitian bahkan penelitian dimulai sebelum pengumpulan data dilakukan dan selesai sampai penelitian berakhir. Selama pengumpulan data berlangsung, reduksi data dapat berupa membuat ringkasan, mengkode, memusatkan tema, membuat batas permasalahan, dan menulis memo.

2. Penyajian Data

Sajian ini merupakan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga bila dibaca akan bisa mudah dipahami berbagai hal yang terjadi dan memungkinkan peneliti untuk berbuat sesuatu pada analisis ataupun tindakan lain berdasarkan pemahamannya tersebut. Sajian data selain dalam bentuk narasi kalimat, juga dapat meliputi berbagai jenis matriks, gambar atau skema, kaitan kegiatan, dan juga tabel sebagai pendukung narasinya. Dengan melihat suatu penyajian data, peneliti akan melihat apa yang terjadi dan memungkinkan untuk mengajarkan suatu analisis ataupun tindakan lain berdasarkan penelitian tersebut.

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan perlu diverifikasi agar cukup mantap dan benar-benar bisa dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu perlu dilakukan aktivitas pengulangan untuk tujuan pemantapan, penelusuran dan kembali dengan cepat, mungkin sebagai akibat pikiran ledua yang timbul melintas pada peneliti pada waktu menulis sajian datadengan melihat kembali sebentar pada catatan lapangan.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Dari hasil observasi dan wawancara mengenai Pelaksanaan Promosi Museum Linggam Cahaya terhadap seluruh indikator bahwa pelaksanaan promosi yang dilakukan menunjukkan hasil yang sudah terlaksana namun perlu lebih baik lagi. Terlihat dari hasil wawancara dengan narasumber tersebut.
2. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan penulis mengenai Pelaksanaan Promosi Museum Linggam Cahaya di Kabupaten Lingga Provinsi Kepulauan Riau, dapat penulis mengambil kesimpulan pada Museum Linggam Cahaya ini di promosikan dengan beberapa pihak seperti pihak pengelola Museum Linggam Cahaya, Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Lingga, dan juga dari pihak masyarakat.
3. Dari hasil pembahasan mengenai upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan yaitu akan memberikan layanan untuk pengunjung yang lebih baik lagi, melengkapi ruang pameran dan membuat perencanaan-perencanaan yang lebih baik untuk kedepannya.

Saran

1. Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, harus selalu memperhatikan bentuk-bentuk dari promosi, jika tidak dilakukan dengan strategi yang baik maka kunjungan wisatawan ke museum Linggam Cahaya akan menurun, karena promosi merupakan salah satu bagian yang terpenting. Oleh karena itu, penulis menyarankan kepada pengelola museum Linggam Cahaya, Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga dan pihak lainnya untuk dapat meningkatkan bentuk-bentuk dari promosi sehingga lebih baik lagi.
2. Untuk pihak yang telah melakukan promosi pada museum Linggam Cahaya, sebaiknya melakukan promosi dengan lebih gencar dan melakukan kerjasama dengan pihak lain juga agar promosi yang

- dilakukan dapat berjalan sesuai dengan yang telah direncanakan.
3. Upaya kedepan lainnya agar dapat lebih efektif lagi dalam mempromosikan museum baik untuk masyarakat umum dan juga bagi peserta didik. Jika ini dapat lebih baik lagi maka kunjungan akan semakin meningkat tiap tahunnya sesuai dengan apa yang ingin dicapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Bagus Rai Utama, I Gusti & Eka Mahadewi, Ni Made. 2012. *Metodologi Penelitian Pariwisata & Perhotelan*. Penerbit Andi Jogja.
- Hasan, Ali. 2015. *Tourism Marketing*. Penerbit AgroMedia Pustaka
- Husaini Usman, dan Purnomo Setiady Akbar 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Kusmayadi, dan Sugiarto, Endar. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Lupiyoadi, Rambat dan A Hamdani.2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat..
- Manahati Zebua.2016. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Muljadi A. J. 2009. *Kepariwisataaan dan Perjalanan*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada
- Rangkuti, Freddy.2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communicatioon*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metodologi Penelitian Public Relations dan komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Saladin, Djaslim, 2003. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya
- Sugiyono, 2007 & Arikunto, 2003, Dalam buku *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung : Alfabeta.
- Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta : Andi.
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Angkasa.

[Elib.unikom.ac.id](http://elib.unikom.ac.id)

<https://wisuda.unud.ac.id.pdf>

repository.widyatama.ac.id

<http://digilib.unila.ac.id/10064/124/BAB%20II.pdf>