

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI MUSEUM LAMPUNG DALAM MEMPUBLIKASIKAN KOLEKSI BUDAYA ADAT LAMPUNG

Oleh
M. RIZQI SYAHPUTRA

Kunjungan masyarakat ke Museum Lampung mengalami penurunan dalam kurun satu tahun terakhir. Salah satu faktor yang menjadi penyebab penuruna kunjungan masyarakat seperti kurangnya sosialisasi bagian Humas Museum Lampung mengenai koleksi budaya adat Lampung kepada masyarakat dan kurang disiplinnya kerja Humas Museum Lampung dalam melaksanakan kegiatan humas yang sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berlaku. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Humas Museum Lampung dalam mempromosikan koleksi budaya adat Lampung kepada masyarakat Kota Bandar Lampung.

Penelitian ini menggunakan tipe deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan pada penelitian ini adalah Humas Museum Lampung dan masyarakat yang mengetahui tentang Museum Lampung.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa beberapa strategi komunikasi untuk mempromosikan koleksi budaya adat Lampung tersebut adalah baliho, spanduk, pamflet, brosur, *website*, media sosial seperti *Twitter*, *Facebook* dan *Instagram*. Strategi komunikasi tersebut dilakukan melalui melakukan pemetaan publiknya berdasarkan segmentasi dari kegiatan atau acara yang diselenggarakan dan Sasaran yang dilakukan oleh Museum Lampung baik secara internal maupun eksternal untuk mengetahui keunggulan, mengatasi kekurangan, melihat peluang dan menghadapi tantangan.

Praktisi humas Museum Lampung dapat lebih mengembangkan program kegiatan yang telah dilaksanakan dengan melakukan inovasi baru untuk mempromosikan koleksi budaya adat Lampung kepada masyarakat Kota Bandar Lampung.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Museum, Budaya Adat Lampung.

ABSTRACT

COMMUNICATION STRATEGY OF LAMPUNG MUSEUM IN PROMOTING LAMPUNG TRADITIONAL CULTURAL COLLECTION

By
M. RIZQI SYAHPUTRA

Community visits to the Lampung Museum have decreased in the past year. One of the factors that caused the decrease in community visits was the lack of socialization of the Lampung Museum's Public Relations section regarding Lampung's traditional cultural collections to the public and the lack of discipline in the Lampung Museum's Public Relations work in carrying out public relations activities in accordance with the applicable Standard Operating Procedures (SOP). The purpose of this study was to determine the Lampung Museum's Public Relations communication strategy in promoting Lampung's traditional cultural collections to the people of Bandar Lampung City.

This research uses a descriptive type with a qualitative approach. The methods used to collect data are interviews, observation and documentation. The informants in this study were the Public Relations of the Lampung Museum and the people who knew about the Lampung Museum.

Based on the results of the research and discussion, it can be concluded that several communication strategies to promote the Lampung traditional cultural collection are billboards, banners, pamphlets, brochures, websites, social media such as Twitter, Facebook and Instagram. The communication strategy is carried out through conducting public mapping based on segmentation of the activities or events held and the goals carried out by the Lampung Museum both internally and externally to determine strengths, overcome deficiencies, see opportunities and face challenges.

Lampung Museum public relations practitioners can further develop the program of activities that have been implemented by carrying out new innovations to promote Lampung's traditional cultural collections to the people of Bandar Lampung City.

Keywords: Communication Strategy, Museum, Lampung Traditional Culture.