

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **“Strategi Perencanaan Komunikasi Pengelola Museum Adityawarman Dalam Meningkatkan Pengunjung”** disusun oleh **Wella Tanjung NIM. 1412010210** Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang.

Sejauh ini objek wisata yang dikunjungi wisatawan cenderung bersifat menguji *ardentalin* dan bersifat modern, namun Museum Adityawarman tetap eksis memberikan pelayanan terhadap pengunjung dari tahun ketahun agar tetap dikunjungi oleh wisatawan baik itu daerah maupun mancanegara. Banyaknya tempat-tempat pariwisata yang ada di Sumatera Barat terkhususnya di kota Padang, tentu menjadi tugas tambahan bagi pihak museum untuk menarik perhatian masyarakat supaya mengunjungi museum, agar bisa berkopetisi perlu strategi perencanaan komunikasi diperhatikan dalam menyebarkan informasi. Untuk mengetahui bagaimana menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak dalam meningkatkan pengunjung. Selain itu untuk mengetahui teknik menyusun pesan dalam meningkatkan pengunjung, dan yang terakhir untuk mengetahui peyebarluasan media komunikasi pengelola Museum Adityawarman dalam meningkatkan pengunjung.

Jenis penelitian ini bersifat lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang berusaha untuk menggambarkan suatu gejala, peristiwa atau kejadian yang terjadi dimasa sekarang. Subjek penelitian ini adalah strategi perencanaan komunikasi Museum Adityawarman dalam meningkatkan pengunjung sedangkan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Kemudian diolah melalui reduksi data, penyajian dan penarikan kesimpulan. Informan dari penelitian ini adalah kepala, dan pegawai dari Museum Adityawarman.

Berdasarkan dari data temuan yang peneliti peroleh, baik melalui observasi dan wawancara, bahwa strategi perencanaan komunikasi pengelola Museum Adityawarman ada 3 cara untuk meningkatkan pengunjung, (1) menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak meliputi tiga aspek, pertama aspek sosiodemografik, pada aspek ini pengunjung museum lebih berfokus kepada pendidikan dari kalangan pelajar TK-Mahasiswa. Pada aspek profil psikologis pengunjung lebih mengarah ke ekonomi, pengunjung terlihat perhitungan. Ketiga aspek karakteristik, pada aspek ini pengunjung memiliki jiwa yang terbuka dan pemberani. (2) penyusunan pesan meliputi isi pesan persuasif, edukatif, dan informatif dimana pengelola museum penyusunan pesan singkat dan disesuaikan kepada siapa targetnya. (3) peyebarluasan media komunikasi meliputi media elektronik dimana bekerjasama dengan televisi lokal Padang TV dan TVRI Sumbar, selanjutnya media luar ruangan meliputi brosur, spanduk, baliho dan buletin, dan yang terakhir adalah media langsung atau tatap muka, pada media ini Museum Adityawarman mempunyai program handalan yaitu museum masuk sekolah dan lawatan budaya, selain itu juga mengadakan pameran.