

DAFTAR ISI

LEMBARAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	14
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....	7
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.1.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan praktis	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Penelitian Terdahulu	12
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran	14
2.1.2.1 Definisi Komunikasi Pemasaran	14
2.1.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.2.3 Bauran komunikasi Pemasaran	16
2.1.3 Tinjauan Tentang Teknologi <i>Augmented Reality</i> (AR).....	18
2.1.3.1 Definisi Teknologi <i>Augmented Reality</i> (AR)	18
2.1.3.2 Manfaat Teknologi <i>Augmented Reality</i> (AR).....	19

2.1.3.3 Kelebihan Teknologi <i>Augmented Reality</i> (AR).....	20
2.1.3.4 Kekurangan Teknologi <i>Augmented Reality</i> (AR).....	21
2.1.4 Tinjauan Tentang Minat pengunjung.....	22
2.1.5 Tinjauan Tentang Pameran	23
2.2 Kerangka Pemikiran.....	23
BAB III.....	33
METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Desain Penelitian	33
3.2 Informan Penelitian	34
3.2.1 Informan Kunci.....	35
3.2.2 Informan Pendukung	37
3.3 Teknik pengumpulan Data.....	38
3.3.1 Studi Penelitian Kepustakaan (Library Research).....	39
3.3.2 Studi Lapangan (Field Research)	40
3.4 Uji Keabsahan Data	42
3.5 Teknik Analisis Data	44
3.6 Lokasi Dan waktu Peneltian	46
3.6.1 Lokasi Penelitian	46
3.6.2 Waktu Penelitian	46
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Analisis Objek Penelitian	48
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	52
4.1.1.1 Sejarah Museum Galeri Nasional Indonesia	52
4.1.1.2 Visi dan Misi	54
4.1.2 Struktur Organisasi.....	55
4.1.3 Deskripsi Identitas Informan	56
4.1.3.1 Deskripsi Informan Kunci.....	57
4.1.3.2 Deskripsi Informan Pendukung	60
4.1.4 Analisis Hasil Penelitian.....	62
4.1.4.1 Strategi Periklanan yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dalam meningkatkan minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa.....	63

4.1.4.2 Strategi Pemasaran Personal yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dalam meningkatkan minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa.....	68
4.1.4.3 Strategi Publisitas yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dalam meningkatkan minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa.....	72
4.1.4.4 Daya Tarik yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dalam meningkatkan minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa.	76
4.1.5 Pembahasan	80
4.1.5.1 Strategi Periklanan yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dalam meningkatkan minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa.....	80
4.1.5.2 Strategi Pemasaran Personal yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dalam meningkatkan minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa.....	83
4.1.5.3 Strategi Publisitas yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dalam meningkatkan minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa.....	87
4.1.5.4 Daya Tarik yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dalam meningkatkan minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa.	89
4.1.5.5 Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta untuk mengimplementasikan teknologi Augmented reality dalam pameran seni rupa dan meningkatkan minat pengunjung pada pameran Seni rupa.....	92
BAB V	99
KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 kesimpulan	100
5.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN-LAMPIRAN	109
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	147