

## ABSTRAK

### PERANCANGAN PROMOSI MUSEUM MUSEUM GALERI BAHARI BANURAJA

Museum di Indonesia sangatlah banyak ragamnya, dimulai dari museum seni, sejarah, maritim, otomotif, arkeologi, militer, biografi, geologi dan lain sebagainya. Namun dari keberagaman museum tersebut, nyatanya kunjungan masyarakat ke museum masih terbilang rendah terutama di kalangan anak mudanya. Salah satunya adalah Museum Galeri Bahari Banuraja yang merupakan museum maritim yang baru didirikan di Kabupaten Bandung Barat, dengan maksud membangun museum tersebut untuk generasi penerus yaitu kalangan anak muda. Masalah yang melatarbelakangi penelitian ini sendiri adalah *awareness* dari museum tersebut masih rendah, karena aktivitas promosi yang dimanfaatkan pengelola masih minim dan hanya mengandalkan *word of mouth*. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk dapat meningkatkan kunjungan kalangan anak muda di Museum Galeri Bahari Banuraja melalui kegiatan promosi. Metodologi yang digunakan yaitu metodologi penelitian kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Kemudian data yang didapatkan tersebut dianalisis dengan menggunakan SWOT, Matriks, AOI, dan AISAS. Dari pengumpulan data dan analisis akan dirancang melalui strategi kreatif untuk menyampaikan pesan Lampau Batas Arungi Samudra serta perancangan media dan visual melalui media utamanya yaitu mengadakan sebuah *event* kompetisi *Vlogcation* bertemakan Arungi Samudra yang dapat meningkatkan *awareness* Museum Galeri Bahari Banuraja sehingga kunjungan dari target audiens yang disasar juga meningkat.

Kata kunci: Promosi, museum, maritim