

**ANALISIS PROGRAM PROMOSI MUSEUM KELILING
DALAM MENINGKATKAN KESADARAN TERHADAP
KEBERADAAN MUSEUM MPU PURWA KOTA MALANG**

SKRIPSI



Oleh:

**ULA FAULINA
220607110005**

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS
INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG
2026**

**ANALISIS PROGRAM PROMOSI MUSEUM KELILING
DALAM MENINGKATKAN KESADARAN TERHADAP
KEBERADAAN MUSEUM MPU PURWA KOTA MALANG**

SKRIPSI

Oleh:

**ULA FAULINA
220607110005**

Diajukan Kepada:

**Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Sains Informasi (S.S.I)**

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS
INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PROGRAM PROMOSI MUSEUM KELILING DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN TERHADAP KEBERADAAN
MUSEUM MPU PURWA KOTA MALANG**

SKRIPSI

Oleh:

ULA FAULINA

220607110005

Telah diperiksa dan Disetujui untuk Diuji:

Tanggal 19 Juni 2026

Pembimbing 1



Ganis Chandra Puspitadewi, M.A.
NIP : 19910721109032014

Pembimbing 2



Evi Nurus Suroiyah, M. Pd.
NIP : 1987012023212028

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**



Nita Siti Mudawamah, M.IP.
NIP : 199002232018012001

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS PROGRAM PROMOSI MUSEUM KELILING DALAM MENINGKATKAN KESADARAN TERHADAP KEBERADAAN MUSEUM MPU PURWA KOTA MALANG

SKRIPSI

Oleh:

ULA FAULINA
220607110005

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji Skripsi dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Sains Informasi (S.S.I) pada tanggal

Susunan Dewan Penguji

		Tanda Tangan
Ketua Penguji	: <u>Annisa Fajriyah, M.A.</u> NIP : 198801122020122002	(.....)
Anggota Penguji I	: <u>Anindya Gita Puspita, M.A.</u> NIP : 198910292020122003	(.....)
Anggota Penguji II	: <u>Ganis Chandra Puspitadewi, M.A.</u> NIP : 19910721109032014	(.....)
Anggota Penguji III	: <u>Evi Nurus Suroiyah, M.Pd.</u> NIP : 1987012023212028	(.....)

Mengetahui dan Mengesahkan,
Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi
Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Nita Siti Mudawamah, M.IP.
NIP : 199002232018012001

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir. Perjalanan ini tidak selalu berjalan mudah, dan tidak setiap langkah ditempuh tanpa lelah. Namun, dibalik setiap proses yang dilalui, selalu ada kekuatan yang tidak pernah terlihat namun nyata untuk dirasakan. Karya ini tidak lahir dari satu usaha semata, melainkan dari kehadiran banyak hati yang tulus memberikan doa, dukungan, dan bantuan dalam setiap prosesnya. Oleh karena itu, dengan penuh hormat dan rasa terima kasih, penulis mempersembahkan karya ini kepada:

1. Abi tercinta Muhari, S.Pd. dan Ummi tercinta Ummu Karimah, S.E. yang telah menjadi alasan terbesar di balik setiap langkah perjuangan ini. Terima kasih atas segala rasa cinta, kasih sayang, doa yang tidak pernah putus, dan pengorbanan yang mungkin tidak akan pernah mampu terbalaskan. Karya ini mungkin belum sebanding dengan segala perjuangan dan pengorbanan yang telah diberikan. Namun, izinkan tulisan ini menjadi salah satu bentuk rasa hormat, cinta dan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala hal yang telah Abi dan Ummi perjuangkan dengan tulus. Semoga pencapaian kecil ini menjadi awal memberikan kebahagiaan dan kebanggaan kepada Abi dan Ummi.
2. Saudari penulis, Ukkida Billah. Terima kasih atas setiap dukungan, doa, serta kehadiran yang selalu memberikan kehangatan dalam setiap proses penyelesaian skripsi ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita dan penguat disaat penulis merasa lelah dari berbagai perjalanan yang penuh tantangan ini.
3. Keluarga besar Djamaluddin dan Moh Da'i, kakek, nenek, om dan tante, serta sepupu-sepupu penulis. Terima kasih atas doa, dukungan dan kasih sayang yang selalu mengalir tanpa henti. Kehadiran kalian menjadi penguat serta pengingat bahwa keluarga adalah tempat terbaik untuk kembali dan berteduh.
4. Swholehah, Azmy Syahidah, Atmimlana Nurona, Amalia Sofiyatun Rohmah, Qurroti A'yunnina, dan Reza Ardiana Cristanty. Terima kasih telah menjadi

tempat pulang penulis di kota perantauan ini. Terima kasih telah tetap berjalan berdampingan, menguatkan tanpa diminta, dan bertahan tanpa banyak kata. Semoga segala kebaikan, dukungan dan juga kebersamaan yang telah diberikan menjadi kenangan berharga yang selalu akan dikenang.

5. Terakhir untuk Ula Faulina. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah meskipun banyak rasa lelah, ragu, dan berbagai proses yang tidak selalu mudah untuk dilewati. Terima kasih karena tetap berusaha bangkit di setiap kegagalan, belajar dari setiap proses, dan terus percaya bahwa semua akan sampai pada waktunya. Maaf atas beberapa keputusan di beberapa momen yang tak terduga. Semoga hal-hal baik akan penulis tepati di masa yang akan datang. Menjadi lebih baik, menjadi sukses, sehat, ceria, bahagia, dan meraih banyak impian besar yang sudah tertulis di khayalan. Perjalanan ini tidak mudah dan tidak sempurna, tetapi berhasil sampai di titik ini adalah pencapaian yang patut di rayakan. Semoga langkah kecil ini menjadi pengingat diri supaya mampu melewati banyak yang yang sebelumnya mustahil serta menjadi awal dari perjalanan panjang menuju impian besar.

Malang, 25 Mei 2026

Penulis,
Ula Faulina

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ula Faulina

Nim : 220607110005

Prodi : Perpustakaan dan Sains Informasi

Fakultas: : Sains dan Teknologi

Judul Skripsi : **Analisis Program Promosi Museum Keliling dalam
Meningkatkan Kesadaran terhadap Keberadaan Museum
Mpu Purwa Kota Malang**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan data tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan saya sendiri, kecuali dengan mencantumkan sumber terkait pada daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Malang, 20 Juni 2026

Yang membuat pernyataan



Ula Faulina

220607110005

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji sukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Program Promosi Museum Keliling dalam Meningkatkan Kesadaran terhadap Keberadaan Museum Mpu Purwa Kota Malang”** dengan baik dan lancar. Perjalanan dalam menyusun skripsi ini bukanlah proses yang mudah. Terdapat berbagai tantangan, keraguan, serta keterbatasan yang harus penulis hadapi. Namun dibalik setiap proses, selalu ada kekuatan yang menguatkan, doa yang menyertai, serta dukungan dari berbagai pihak yang menjadi bagian penting dalam menyelesaikan karya ini. Dengan segala rendah hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si., CAHRM. CRMP., selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H Agus Mulyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Nita Siti Mudawamah, M.IP., selaku Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Fakultas Sains dan Teknologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Ganis Chandra Puspitadewi, M.A., selaku dosen pembimbing I dan Ibu Evi Nurus Suroiyah, M.Pd., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu Annisa Fajriyah, M.A., selaku dosen penguji I dan Ibu Anindya Gita Puspita, M.A., selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
6. Seluruh dosen dan staf program studi perpustakaan dan Sains informasi. Yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta pengalaman berharga yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh informan yang terlibat, kepala museum Mpu Purwa Bapak Manuel, Ketua bidang Kebudayaan Bapak Nurman, serta seluruh pihak dari SMPN 2,

SMPN 11, SMPN, 17, SMPN 27. Yang telah memberikan izin, meluangkan waktu, serta membantu penulis dalam memperoleh data dan informasi selama proses penelitian berlangsung hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

8. Seluruh teman-teman seperjuangan Garasena angkatan 2022 prodi Perpustakaan dan Sains Informasi yang selalu memberikan dukungan selama masa perkuliahan
9. Seluruh keluarga HMPS Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi periode 2023-2024 dan keluarga IMM Revivalis. Yang telah menjadi tempat belajar, bertumbuh serta berbagi pengalaman berharga.
10. Seluruh teman-teman Ma'had Al-ali kamar 10 dan teman teman Jaisyu Qur'an Camp. Yang telah memberikan dukungan, kebersamaan, dan semangat kepada penulis selama masa perkuliahan.
11. Seluruh teman-teman IKAMII Malang dan Bima Pride. Yang telah memberikan pengalaman baru, kehangatan kekeluargaan dan semangat kepada penulis selama masa perkuliahan.
12. Serta seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang belum bisa saya sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dibidang ilmu perpustakaan dan informasi maupun bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Aamiin Ya Rabbal 'Alamin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 25 Mei 2026

Penulis,
Ula Faulina

MOTTO

وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ

“Berbuat baiklah kamu sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu”

(Al-Qashash: 77)

مَنْ لَا مَاضِيَ لَهُ لَا حَاضِرَ لَهُ وَلَا مُسْتَقْبَلَ لَهُ

"Siapa yang tidak memahami masa lalunya, maka ia tidak akan memiliki masa kini dan masa depan yang kuat."

(peribahasa arab)

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTTO	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
مستخلص البحث	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
1.5 Batasan Masalah	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	12

2.2.1	Museum.....	12
2.2.2	Promosi	14
2.2.3	Hierarchy of Effect.....	15
BAB III METODE PENELITIAN		20
3.1	Jenis Penelitian.....	20
3.2	Alur Penelitian	20
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
3.4	Subjek dan Objek Penelitian.....	23
3.5	Sumber Data.....	23
3.6	Populasi dan Sampel	24
3.6.1	Populasi	24
3.6.2	Sampel.....	25
3.7	Instrumen Penelitian	27
3.8	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.9	Analisis Data	31
3.9.1	Uji Validitas	31
3.9.2	Uji Reliabilitas	32
3.9.3	Rumus Persentase	32
3.9.4	Rumus Mean	33
3.9.5	Interpretasi Kategori.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Hasil Penelitian	35
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	35
4.1.2	Demografi Responden.....	36
4.1.3	Hasil Uji Validitas.....	38

4.1.4	Hasil Uji Reliabilitas	41
4.1.5	Hasil Analisis Data.....	42
4.1.6	Hasil Perhitungan Grand Mean.....	62
4.2	Pembahasan Penelitian.....	63
4.2.1	Analisis Program Promosi Museum Keliling Dalam Meningkatkan Kesadaran Terhadap Keberadaan Museum Mpu Purwa Kota Malang....	63
BAB V PENUTUP		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....		75
LAMPIRAN.....		78

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 waktu penelitian	23
Tabel 3. 2 sampel setiap sekolah.....	27
Tabel 3. 3 instrumen penelitian.....	27
Tabel 3. 4 skala likert	30
Tabel 3. 5 skor interval.....	34
Tabel 4. 1 hasil uji validitas	39
Tabel 4. 2 hasil uji reliabilitas	41
Tabel 4. 3 hasil grand mean awareness	44
Tabel 4. 4 hasil grand mean knowledge.....	48
Tabel 4. 5 hasil grand mean liking	51
Tabel 4. 6 hasil grand mean preference	54
Tabel 4. 7 hasil grand mean conviction	58
Tabel 4. 8 hasil grand mean purchase	62
Tabel 4. 9 hasil grand mean keseluruhan.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 alur penelitian.....	20
Gambar 4. 1 kegiatan museum keliling smpn 27 malang	36
Gambar 4. 2 data responden berdasarkan jenis kelamin	37
Gambar 4. 3 data responden berdasarkan usia	37
Gambar 4. 4 data responden berdasarkan domisili sekolah	38
Gambar 4. 5 diagram museum keliling menjadi sumber utama responden dalam mengetahui keberadaan museum mpu purwa	42
Gambar 4. 6 diagram museum keliling berhasil menarik perhatian responden terhadap keberadaan museum mpu purwa.....	43
Gambar 4. 7 diagram responden dapat mengingat kembali museum mpu purwa setelah mengikuti kegiatan museum keliling.....	44
Gambar 4. 8 diagram museum keliling memberikan informasi yang jelas tentang koleksi arca dan benda bersejarah yang ada di museum mpu purwa	45
Gambar 4. 9 diagram museum keliling membantu responden dalam memahami makna sejarah dan nilai budaya yang terkandung di dalam koleksi museum mpu purwa.....	46
Gambar 4. 10 diagram responden mengetahui daya tarik dan keunikan yang terdapat di museum mpu purwa sebagai tempat edukasi setelah mengikuti museum keliling	47
Gambar 4. 11 diagram responden mengetahui fungsi dan peran museum mpu purwa sebagai tempat edukasi sejarah dan pelestarian setelah mengikuti museum keliling	47
Gambar 4. 12 diagram responden merasa museum keliling meanrik dan menyenangkan untuk diikuti.....	49
Gambar 4. 13 diagram responden merasa museum keliling relevan dengan minat terhadap sejarah dan budaya	49
Gambar 4. 14 diagram adanya museum keliling menimbulkan rasa suka responden terhadap koleksi arca yang ada di museum mpu purwa ..	50

Gambar 4. 15 diagram penyampaian materi museum keliling membuat responden tertarik terhadap sejarah yang terkandung dalam koleksi museum mpu purwa	51
Gambar 4. 16 diagram setelah mengikuti museum keliling responden lebih memilih museum mpu purwa sebagai tujuan kunjungan dibandingkan museum lain	52
Gambar 4. 17 diagram museum mpu purwa menjadi salah satu pilihan utama responden sebagai tempat wisata edukasi sejarah	53
Gambar 4. 18 diagram informasi yang di dapat responden dari museum keliling membuat museum mpu purwa lebih di utamakan dibanding wisata edukasi lainnya	54
Gambar 4. 19 diagram museum keliling membuat responden yakin bahwa museum mpu purwa layak untuk di kunjungi.....	55
Gambar 4. 20 diagram responden yakin bahwa kunjungan ke museum akan memberikan pengalaman yang sangat bermanfaat	56
Gambar 4. 21 diagram museum keliling meyakinkan responden bahwa museum mpu purwa memiliki nilai edukasi yang tinggi dan nilai sejarah yang penting	57
Gambar 4. 22 diagram responden yakin setelah berkunjung ke museum mpu purwa kebutuhan terhadap pendidikan sejarah akan terpenuhi	57
Gambar 4. 23 diagram responden memutuskan untuk mengunjungi museum mpu purwa setelah mengikuti museum keliling	59
Gambar 4. 24 diagram responden melakukan kunjungan museum mpu purwa sebagai bentuk realisasi informasi dalam kegiatan museum keliling	60
Gambar 4. 25 diagram museum keliling mendorong responden untuk melakukan kunjungan ke museum mpu purwa	60
Gambar 4. 26 diagram responden akan bersedia berkunjung kembali ke museum mpu purwa sebagai tempat kunjungan wisata edukasi	61
Gambar 6. 1 pengambilan data di smpn 27	85
Gambar 6. 2 pengambilan data di smpn 2 malang	85

Gambar 6. 3 pengambilan data di smpn 17 malang	85
Gambar 6. 4 pengambilan data di smpn 14.....	85

ABSTRAK

Faulina, Ula. 2026. **Analisis Program Promosi Museum Keliling dalam Meningkatkan Kesadaran terhadap Keberadaan Museum Mpu Purwa Kota Malang. Skripsi. Program studi perpustakaan dan Sains Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing (I) Ganis Chandra Puspitadewi, M.A. (II) Evi Nurus Suroiyah, M.Pd.**

Kata kunci: *Hierarchy Of Effect*, Museum Mpu Purwa, Museum Keliling, Program Promosi

Museum Mpu Purwa Kota Malang adalah museum khusus yang menyimpan berbagai koleksi arca dan artefak dari berbagai kerajaan nusantara. Penelitian ini bertujuan menganalisis sejauh mana program promosi museum keliling mampu meningkatkan kesadaran peserta terhadap keberadaan museum Mpu Purwa melalui teori *hierarchy of effect*. Data diperoleh melalui metode deskriptif kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Dengan jumlah responden 97 peserta dari empat SMPN yang pernah mengikuti kegiatan museum keliling. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang terdiri dari 22 butir pernyataan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program promosi museum keliling yang dilaksanakan melalui mendatangi sekolah secara langsung, penyampaian materi yang edukatif oleh ahli cagar budaya, kegiatan interaktif serta kesempatan menyentuh koleksi arca secara langsung, secara umum berperan dalam meningkatkan kesadaran peserta melalui tahapan *hierarchy of effect* dengan total grand mean sebesar 3,11 yang termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian program museum keliling terbukti berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran peserta terhadap keberadaan museum Mpu Purwa Kota Malang dan mampu membawa peserta melalui tahapan pada teori *hierarchy of effect* mulai dari *awareness* hingga *purchase*.

ABSTRACT

Faulina, Ula. 2026. **The Analysis of the Mobile Museum Promotional Program to Enhance the Mpu Purwa Museum's Existence in Malang City. Thesis. Library and Information Science Study Program. Faculty of Science and Technology, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Advisor (I) Ganis Chandra Puspitadewi, M.A. (II) Evi Nurus Suroiyah, M.Pd.**

Keywords: Hierarchy of Effect, Mpu Purwa Museum, Mobile Museum, Promotional Program

The Mpu Purwa Museum in Malang City is a specialized museum that preserves a wide range of statues and artifacts from various ancient kingdoms of the Indonesian archipelago. This research aims to analyze the extent to which the Mobile Museum promotional program enhances participants' awareness of the Mpu Purwa Museum's existence, using the hierarchy of effects theory. It employed a descriptive quantitative approach using a purposive sampling technique. The sample consisted of 97 respondents from four public junior high schools (SMPN) that had previously participated in the Mobile Museum program. The researcher collected data through a questionnaire comprising 22 statement items. The research results show that the Mobile Museum promotional program, which includes direct visits to schools, educational presentations delivered by cultural heritage experts, interactive activities, and opportunities for participants to touch statue collections directly, generally contributes to increasing participants' awareness across the stages of the hierarchy of effects theory. The program achieved a total grand mean score of 3.11, which falls within the high category. Therefore, the Mobile Museum program helps enhance participants' awareness of the Mpu Purwa Museum's existence in Malang City and successfully guides them through the stages of the hierarchy of effects theory, from awareness to purchase.

مستخلص البحث

فولينا، أولى. 2026. تحليل برنامج ترويج المتحف المتنقل في تعزيز الوعي بوجود متحف مفو فوروا في مدينة مالانج. البحث الجامعي. قسم المكتبات وعلوم المعلومات، كلية العلوم والتكنولوجيا بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرفة الأول: غانيس جاندرافوسفيتا ديوي، الماجستير؛ المشرفة الثانية إيفي نور الثريا، الماجستير.

الكلمات الرئيسية: تسلسل هرمي لتأثيرات، متحف مفو فوروا، متحف متنقل، برنامج ترويج.

متحف مفو فوروا في مدينة مالانج هو متحف متخصص يحتفظ بمجموعات مختلفة من التماثيل والتحف من مختلف ممالك الأرخييل. يهدف هذا البحث إلى تحليل مدى قدرة برنامج الترويج للمتحف المتنقل على زيادة وعي المشاركين بوجود متحف مفو فوروا من خلال نظرية التسلسل الهرمي للتأثيرات. تم الحصول على البيانات باستخدام منهج وصفي كمي مع تقنية أخذ العينات المصادفة. ويتكون عدد المستجيبين من ٩٧ مشاركاً من أربع مدارس إعدادية حكومية شاركوا سابقاً في نشاط المتحف المتنقل. تم جمع البيانات من خلال الاستبانة التي تتكون من ٢٢ بنداً من البيانات. أظهرت نتائج البحث أن برنامج الترويج للمتحف المتنقل الذي يتم تنفيذه من خلال زيارة المدارس مباشرة، وتقديم مواد تعليمية من قبل خبراء التراث الثقافي، والأنشطة التفاعلية بالإضافة إلى فرصة لمس مجموعات التماثيل مباشرة، يلعب بشكل عام دوراً في زيادة وعي المشاركين من خلال مراحل التسلسل الهرمي للتأثيرات بمعدل إجمالي قدره ٣.١١ والتي تقع ضمن فئة العالية. وبذلك، فإن برنامج المتحف المتنقل ثبت أنه يساهم في زيادة وعي المشاركين بوجود متحف مفو فوروا في مدينة مالانج وقادر على أخذ المشاركين عبر المراحل في نظرية التسلسل الهرمي للتأثيرات بدءاً من الوعي (awareness) وصولاً إلى الشراء (purchase).

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya dengan warisan budaya dan sejarah. Beragam tempat bersejarah serta situs warisan tersebar diseluruh indonesia adalah bukti kekayaan peradaban bangsa. Salah satu lembaga yang berperan penting dalam penyimpanan dan pelestarian warisan budaya dan sejarah ialah museum. Museum memiliki peran yang sangat penting sebagai pusat pembelajaran sejarah, pelestarian warisan budaya dan juga sebagai sarana rekreasi edukatif bagi masyarakat setempat (Batubara & Maulida, 2024). Keberadaan museum tidak hanya menjadi tempat penyimpanan benda-benda bersejarah tetapi juga sebagai media pengenalan serta pemahaman terhadap peradaban manusia yang non fisik. Dengan demikian, museum mengandung makna dan nilai informasi tentang sejarah serta warisan budaya yang telah lama terkubur oleh waktu.

Selain berfungsi sebagai tempat penyimpanan artefak bersejarah, museum juga berperan sebagai pusat edukasi yang dapat memberikan pengalaman belajar yang menarik dan bermakna, baik dalam konteks pendidikan formal ataupun pendidikan informal. Museum berkontribusi dalam melestarikan nilai-nilai budaya dan sejarah melalui konservasi benda-benda seni, alat tradisional, manuskrip kuno, dan juga peninggalan arkeologis. Melalui pameran, tour edukatif serta program interaktif, museum dapat menjembatani generasi muda dan masyarakat secara luas untuk mengenal, memahami, dan mencintai warisan budaya bangsa (Rozak, 2021). Dengan demikian, museum tidak hanya sebagai institusi pelestarian fisik akan tetapi juga sebagai media komunikasi budaya yang sesuai dengan era modern seperti saat ini.

Salah satu museum yang memiliki nilai historis tinggi tepatnya di kota Malang adalah Museum Mpu Purwa kota Malang. Museum Mpu Purwa kota Malang merupakan museum khusus yang didirikan sebagai tempat penyimpanan koleksi benda kerajaan purbakala berupa arca dan artefak dari masa kerajaan kanjuruhan, mataram kuno, singosari, kediri hingga majapahit. Museum ini lebih tepatnya terletak di Perumahan Griya Santa, Jl. Soekarno Hatta No.210 Blok B,

Mojolangu, Lowokwaru, Malang. Museum Mpu Purwa berdiri sejak tahun 2004 dibawah naungan Dinas Pendidikan Dan Kebudayaan Kota Malang. Terdapat sekitar 136 koleksi benda yang terdiri dari prasasti, arca, makara, lingga, dan alat-alat purbakala lainnya, termasuk arca-arca unik seperti Arca Ganesya Tikus dan Arca Bodhisatwa yang langka.

Sebagai lembaga pelestarian sejarah, museum Mpu purwa kota Malang memiliki fungsi penting dalam memperkenalkan nilai-nilai sejarah dan kebudayaan kepada masyarakat sesuai dengan misi dari museum Mpu Purwa kota Malang (Vebriantana et al., 2025). Melalui berbagai koleksi yang dimiliki museum Mpu Purwa menjadi sarana edukatif bagi para pelajar, peneliti, maupun masyarakat umum untuk memahami peradaban masa lampau yang berkembang diwilayah malang dan sekitarnya. Namun demikian, minat kunjung masyarakat terhadap museum ini masih tergolong rendah, terutama dari kalangan masyarakat umum. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak museum Bapak Manuel (sebagai kepala museum Mpu Purwa) menyatakan bahwa sebagian besar pengunjung justru berasal dari luar negeri/turis dan pelajar sedangkan kunjungan dari masyarakat umum masih terbatas. Pelajar tersebut berasal dari program wajib kunjung sekolah yang memang sudah di jadwalkan oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Malang. Museum Mpu Purwa tidak hanya menyimpan dan memamerkan koleksi, tetapi juga menyediakan ruang audio visual dan diorama yang berkisah tentang sejarah kerajaan serta dilengkapi juga dengan sarana yang nyaman untuk para pengunjung seperti taman sebagai tempat untuk bersantai di depan museum (Alfounnier et al., 2023).

Dalam upaya memperkenalkan museum Mpu Purwa kepada masyarakat, pihak museum memiliki kegiatan program promosi yakni museum keliling. Berdasarkan hasil wawancara oleh pihak museum Bapak Nurman (sebagai penanggung jawab program promosi museum keliling), museum keliling tersebut berjalan sejak 2024 yang bertujuan untuk memperkenalkan museum Mpu Purwa kepada sekolah-sekolah yang memiliki keterbatasan akses serta jarak tempuh yang cukup jauh dari tempat museum Mpu Purwa berada. Mekanisme pelaksanaan program museum keliling ini melalui 2 cara yang pertama atas permintaan pihak

sekolah dan yang kedua pihak museum memilih sekolah secara acak yang mana sekolah tersebut cukup jauh dari lokasi museum Mpu Purwa kota Malang. Adapun rangkaian kegiatan program museum keliling ini pihak museum membawa 3 sampai 4 koleksi arca menggunakan kendaraan dinas. Setelah tiba di lokasi, pihak museum membuka kegiatan dan memberikan pengenalan mengenai arca yang dibawa, termasuk sejarah dan juga nilai history yang terdapat di dalam arca, penyampaian materi juga disertai dengan kegiatan interaktif berupa sesi tanya jawab dan permainan edukatif untuk menjaga suasana tetap kondusif.

Dalam pelaksanaan program museum keliling sasaran kegiatannya ialah peserta didik disekolah yang dikunjungi dengan jumlah peserta yang bersifat fleksibel yaitu melibatkan seluruh kelas maupun sebagian kelas sesuai dengan kebijakan pihak sekolah. Kegiatan ini memberikan penjelasan secara langsung mengenai sejarah dan juga makna dari koleksi arca yang dipamerkan. Berdasarkan data pelaksanaan program museum keliling terdapat 10 sekolah yang telah dikunjungi oleh museum keliling pada tahun 2025 diantaranya 5 sekolah dasar serta 5 dari sekolah menengah pertama. Melalui kegiatan museum keliling ini diharapkan dapat memberikan manfaat edukatif kepada peserta didik khususnya dalam menambah ilmu pengetahuan sejarah dan mampu mengenal museum Mpu Purwa sebagai lembaga pelestarian budaya bersejarah.

Dalam kegiatan promosi, keberhasilan suatu program tidak hanya diukur dari tersampainya informasi kepada peserta, tetapi juga dari kemampuan promosi tersebut dalam memengaruhi sikap hingga mendorong tindakan nyata yakni kunjungan. Hal ini sejalan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni *Hierarchy of Effects* oleh Lavidge & Steiner, (1961) yang menjelaskan bahwa terdapat beberapa tahapan, yaitu tahap kognitif (*awareness* dan *knowledge*), tahap afektif (*liking* dan *preferences*), hingga tahap konatif berupa tindakan (*purchase*). Program promosi museum keliling yang dilaksanakan oleh Museum Mpu Purwa yang bertujuan untuk memperkenalkan keberadaan museum kepada pelajar sebagai sasaran utama dari program ini dengan harapan mampu menumbuhkan ketertarikan serta mendorong pelajar untuk melakukan kunjungan langsung ke museum. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis sejauh mana program promosi museum

keliling mampu membawa pelajar dari tahap kesadaran hingga pada keputusan berkunjung sebagai bentuk keberhasilan promosi.

Berdasarkan penelitian sebelumnya Amirudin et al., (2025), pelayanan pembelajaran di museum Mpu Purwa terbukti memberikan dampak yang positif dalam meningkatkan kesadaran dan juga pemahaman pelajar terhadap pelestarian sejarah. Namun hasil evaluasi penelitian tersebut menunjukkan bahwa museum masih menghadapi beberapa tantangan, terutama keterbatasan promosi yang menyebabkan rendahnya tingkat pengunjung dan kurangnya keterlibatan masyarakat secara aktif dalam mendukung kegiatan museum. Penelitian tersebut juga menegaskan pentingnya strategi promosi yang lebih inovatif seperti pemanfaatan media digital serta kolaborasi dengan institusi pendidikan supaya museum dapat berperan lebih optimal sebagai pusat pembelajaran sejarah. Penelitian ini sejalan dengan kondisi yang terjadi di museum Mpu Purwa saat ini, dimana peningkatan jumlah pengunjung masih didominasi oleh peserta program wajib kunjung sekolah. Dengan ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang ada belum mampu menjangkau masyarakat secara luas. Dengan ini, program museum keliling yang dilaksanakan oleh museum Mpu Purwa berpotensi menjadi sarana program promosi yang strategis dalam meningkatkan minat kunjung masyarakat.

Dalam pelaksanaan promosi, museum sebagai lembaga budaya perlu menyampaikan informasi secara komunikatif serta mudah untuk dipahami oleh masyarakat. Program promosi yang bersifat langsung dan juga edukatif menjadi salah satu bentuk komunikasi yang dinilai mampu menjadi akses dalam keterbatasan mendapatkan informasi dan meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap museum. Promosi merupakan arus suatu informasi satu arah yang telah dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang dapat menyebabkan pertukaran dalam pemasaran. Dengan tujuan untuk menghasilkan target yang sesuai dengan apa yang diinginkan dari konsumen (Suganda & Kushendar, 2024). Dengan demikian, program promosi museum keliling ini perlu dikaji lebih lanjut untuk mengetahui sejauh mana program tersebut sudah mencapai tujuan yang diharapkan.

Namun tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana strategi promosi tersebut tidak hanya sebatas memperkenalkan museum melainkan mampu untuk menarik perhatian, menumbuhkan ketertarikan, serta dapat mendorong masyarakat untuk melakukan kunjungan nyata ke museum. Dalam konteks ini, nilai-nilai komunikasi yang efektif dapat dikaitkan dengan firman Allah SWT dalam surat An-Nahl ayat 125 yang berbunyi

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Yang artinya: Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk (Q.S An-Nahl ayat 125).

Ayat ini mengajarkan pentingnya menyampaikan pesan dengan bijak, hikmah, dan pendekatan dengan cara yang baik supaya dapat diterima oleh masyarakat (Mustaan, 2020). Cara tersebut sangat relevan dengan permasalahan promosi yang dilakukan oleh museum Mpu Purwa yang mana promosi tersebut belum sepenuhnya mampu mendorong minat kunjung masyarakat. Pesan dan informasi dalam kegiatan promosi harus dirancang secara menarik supaya nantinya tidak hanya menambah wawasan tetapi juga mampu menginspirasi dan menumbuhkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya warisan budaya (Saputra & Marta, 2020). Penyampaian pesan dalam promosi museum tersebut dapat dilakukan seperti melalui pembuatan konten edukatif tentang koleksi museum di media sosial, penggunaan narasi sejarah yang menarik dan mudah dipahami oleh semua kalangan serta membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat supaya museum dapat menanggapi bagaimana pandangan masyarakat terhadap museum (Girsang & Kartikawangi, 2021).

Dalam kata “debatlah dengan cara yang lebih baik” dalam surah An-Nahl di atas dapat dimaknai sebagai bentuk interaksi promosi dalam menghadapi rendahnya kesadaran dan juga berbagai persepsi masyarakat terhadap museum.

Dalam hal ini menunjukkan bahwa tantangan yang dihadapi tidak hanya terletak pada penyampaian informasi saja, akan tetapi juga terletak pada pesan promosi dalam menjawab keraguan masyarakat, meluruskan pandangan yang keliru, serta membangun pemahaman yang positif kepada masyarakat terhadap museum Mpu Purwa. Upaya tersebut sejalan dengan penelitian Saputra & Marta, (2020) yang menjelaskan bahwa museum perlu membangun citra publik yang positif di kalangan masyarakat melalui strategi komunikasi yang tepat supaya dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat kepada museum.

Program promosi museum keliling merupakan salah satu bentuk promosi secara langsung yang dilaksanakan oleh museum Mpu Purwa untuk memperkenalkan museum kepada pelajar yang jauh dari museum Mpu Purwa. Meskipun program museum keliling telah berjalan hingga saat ini, evaluasi terhadap pelaksanaan program museum keliling masih terbatas pada aspek antusiasme peserta selama kegiatan berlangsung. Sementara itu pihak museum belum memiliki gambaran mengenai tingkat kesadaran peserta terhadap keberadaan museum Mpu Purwa setelah mengikuti program museum keliling, Sehingga perlu adanya pengukuran secara sistematis untuk mengetahui sejauh mana program museum keliling mampu menumbuhkan kesadaran para peserta hingga akhirnya memutuskan untuk berkunjung ke museum Mpu Purwa. Oleh karena itu, pentingnya penelitian ini dilakukan sebagai bentuk evaluasi dari sudut pandang peserta terhadap pelaksanaan program museum keliling, manfaat yang dirasakan, serta potensi pengaruh terhadap minat kunjung ke museum Mpu Purwa Kota Malang. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berjudul “Analisis Program Promosi Museum Keliling Dalam Meningkatkan Kesadaran Terhadap Keberadaan Museum Mpu Purwa Kota Malang”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis program promosi museum keliling dalam meningkatkan kesadaran terhadap keberadaan museum Mpu Purwa?

1.3 Tujuan

Penelitian ini memiliki tujuan utama yang hendak dicapai ialah untuk menganalisis sejauh mana program promosi museum keliling Mpu Purwa Kota Malang mampu dalam meningkatkan kesadaran peserta terhadap keberadaan museum Mpu Purwa berdasarkan tahapan teori *hierarchy of effect*.

1.4 Manfaat

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan manfaat untuk para peneliti dan instansi terkait. Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Dapat dijadikan bahan evaluasi bagi pihak pengelola untuk mengetahui respon dan kecenderungan sikap peserta terhadap program promosi museum keliling yang telah dilakukan serta menjadi dasar dalam merancang strategi promosi yang lebih tepat di masa mendatang.
2. Sebagai sarana untuk mengembangkan kemampuan dalam bidang penelitian, dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peneliti tentang topik analisis program promosi museum keliling Mpu Purwa Kota Malang.

1.5 Batasan Masalah

Ditinjau dari latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti membatasi penelitian ini pada pokok permasalahan supaya pembahasannya tidak terlalu luas dan tetap fokus terhadap tujuan penelitian. Adapun fokus pembahasan dalam penelitian ini adalah menganalisis kegiatan program promosi museum keliling dalam meningkatkan kesadaran serta menarik perhatian berdasarkan persepsi dan tanggapan dari peserta program khususnya peserta didik sekolah menengah pertama (SMP) yang menjadi sasaran kegiatan museum keliling sebagai responden. Dengan pertimbangan bahwa peserta didik sekolah menengah pertama (SMP) lebih cepat dalam memahami materi sejarah dan pesan edukatif yang disampaikan ketika kegiatan berlangsung.

1.6 Sistematika Penulisan

Peneliti menjelaskan struktur penyusunan skripsi yang terdiri dari lima bab. Setiap bab akan dibagi ke dalam beberapa subbab untuk memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian yang disajikan.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama mencakup latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, natasan masalah, dan sistematika penulisan. Latar belakang menjelaskan fenomena dan urgensi penelitian tentang analisis program promosi museum keliling Mpu Purwa Kota Malang dalam meningkatkan kesadaran. Identifikasi masalah berisi pertanyaan yang akan dijawab dalam penelitian, sedangkan tujuan penelitian menggambarkan sarana yang ingin dicapai. Manfaat penelitian berisi tentang manfaat yang akan didapatkan beberapa pihak terkait seperti peneliti dan instansi. Batasan masalah ditetapkan untuk memperjelas fokus penelitian dan sistematika penulisan membantu peneliti dalam menyusun skripsi serta memudahkan pembaca memahami setiap bab.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab kedua membahas penelitian terdahulu dan landasan teori. Penelitian terdahulu berisi perbandingan serta analisis persamaan dan perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sedang dilakukan. Sementara itu, landasan teori mencakup teori utama yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *Hierarchy of effect*.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga membahas metode penelitian yang mencakup jenis penelitian, lokasi dan waktu, subjek dan objek, sumber data, instrumen, teknik pengumpulan, serta analisis data. Penelitian ini bersifat kuantitatif Untuk menganalisis kegiatan program promosi museum keliling yang dilakukan museum Mpu Purwa berdasarkan teori *Hierarchy of Effect*. Bagian lokasi dan waktu menjelaskan alasan pemilihan museum serta periode penelitian. Subjek dan objek penelitian mencakup

pengelola, staf promosi, dan pengunjung. Sumber data menjelaskan dari mana peneliti akan memperoleh data untuk sebuah penelitian. Selanjutnya instrumen penelitian menjelaskan terkait alat yang digunakan untuk mengukur fenomena yang sedang dikaji yakni dari teori *Hierarchy of effect*. Teknik pengumpulan data menjelaskan proses yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan data penelitian yaitu dengan wawancara dan penyebaran kuesioner. Terakhir pada analisis data menjelaskan proses pengolahan dan interpretasi data yang telah dikumpulkan terdiri dari reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan temuan hasil dari penelitian yang telah dilakukan mengacu pada pokok permasalahan dan teori yang digunakan. Hasil menyajikan data yang diperoleh dari pengumpulan data. Sedangkan pembahasan akan menjabarkan hasil analisis data yang telah dilakukan sebelumnya secara lengkap dan jelas mengenai analisis kegiatan program promosi museum keliling Mpu Purwa kota Malang.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima mencakup dua subbab yaitu kesimpulan dan saran. Pada subbab kesimpulan, peneliti menyajikan hasil penelitian terkait kegiatan program promosi museum keliling yang telah dilakukan oleh museum Mpu Purwa secara singkat dan jelas. Kesimpulan ini merangkum temuan utama penelitian termasuk promosi yang digunakan serta dampaknya terhadap peningkatan jumlah pengunjung dan kesadaran masyarakat terhadap museum. Sementara itu, pada subbab saran, peneliti memberikan rekomendasi atau usulan berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian yang dapat digunakan sebagai acuan dalam meningkatkan strategi promosi museum Mpu Purwa di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah studi atau karya ilmiah yang telah dilakukan oleh peneliti lain sebelumnya dan memiliki keterkaitan dengan topik yang sedang diteliti (Wiharno et al., 2025). Penelitian terdahulu membantu peneliti mengidentifikasi kekurangan atau celah dari penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan peluang untuk pengembangan lebih lanjut.

Penelitian pertama oleh Ariyani et al., (2023) dengan judul “Efektivitas Promosi Museum Benteng Vredeburg Melalui Media Sosial Instagram @museum.benteng_vredeburg dengan Analisis Model ATR” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas promosi yang dilakukan museum benteng vredeburg melalui media sosial instagram berdasarkan model ATR (Awareness, Trial, Reinforcement). Model tersebut digunakan untuk mengukur tahapan perilaku pengikut akun instagram museum mulai dari kesadaran terhadap konten promosi, keputusan untuk mencoba atau mengunjungi museum sampai tahap penguatan minat supaya tetap tertarik terhadap museum benteng vredeburg. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner, wawancara tidak terstruktur dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi melalui instagram tergolong cukup efektif dengan tingkat kesadaran masyarakat terhadap museum mencapai kategori efektif. Museum benteng vredeburg memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan koleksi dan kegiatan secara menarik sehingga mampu meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung. Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan media sosial instagram dapat menjadi sarana promosi yang efektif dalam menarik perhatian serta membangun kesadaran publik terhadap museum.

Penelitian kedua oleh Amirudin et al., (2025) yang berjudul “Efektivitas Pelayanan Pembelajaran di Luar Sekolah dalam Rangka Peningkatan Edukasi Pelestarian Sejarah bagi Pelajar Kota Malang: studi pada Museum Mpu Purwa” bertujuan untuk menganalisis sejauh mana efektivitas pelayanan pembelajaran

yang dilakukan Museum Mpu Purwa dalam meningkatkan edukasi sejarah bagi pelajar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui wawancara, observasi partisipatif dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pembelajaran di luar sekolah yang dilakukan museum memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesadaran dan pemahaman pelajar tentang pentingnya pelestarian sejarah, meskipun masih terdapat kendala seperti kurangnya promosi dan keterlibatan masyarakat. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa museum Mpu Purwa memiliki peran strategis sebagai pusat pembelajaran sejarah yang efektif dan perlu ditingkatkan melalui inovasi serta kolaborasi antar lembaga pendidikan.

Penelitian ketiga Jonni & Hariyanti, (2021) yang berjudul “Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Space Coffe Riastery Yogyakarta” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana konten instagram dapat mempengaruhi minat pembeli para konsumen. Metode survei deskriptif merupakan metode yang digunakan dengan 100 responden serta analisis regresi linear sederhana. Penelitian ini menemukan bahwa konten instagram yang menarik yakni foto, video dan informasi produk sangatlah berpengaruh signifikan terhadap minat beli dibuktikan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai R Square 0,518 yang menunjukkan bahwa 51,8% variasi minat beli dijelaskan oleh kualitas konten. Penelitian ini menggunakan teori *Hierarchy of Effect* yang menjelaskan bahwa konsumen melalui tahapan beruntun mulai dari *awareness* hingga *purchase* dalam konteks ini, konten instagram dinilai mampu membangun kesadaran, ketertarikan hingga keyakinan konsumen untuk membeli. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial khususnya instagram sangatlah penting dalam peran untuk mempengaruhi perilaku konsumen melalui tahapan-tahapan yang dijelaskan dalam model *Hierarchy of Effect*.

Penelitian keempat oleh Setyowati et al., (2024) yang berjudul “*Hierarchy of Effect: Dampak Persepsi Terhadap Konten Pemasaran Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelian Produk Mie Lidi Nyonyah Cetar*” penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh content marketing dan product quality terhadap keputusan pembelian dengan teori *Hierarchy of Effect*. Penelitian ini menggunakan

metode deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui survei terhadap 140 responden aktif di instagram serta WhatsApp dan dianalisis menggunakan SEM-LISREL 8.8. Hasil menunjukkan bahwa content marketing dan kualitas produk tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap keputusan pembelian, akan tetapi kedua variabel tersebut berpengaruh positif terhadap minat beli. Minat beli juga terbukti menjadi variabel mediasi yang signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini menginformasikan bahwa efektivitas strategi promosi pemasaran digital UMKM berjalan sesuai dengan teori *Hierarchy of Effect*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa minat beli menjadi faktor kunci dalam menghubungkan tahap kognitif, afektif, dan konatif dalam proses pemasaran berdasarkan model *Hierarchy of Effect*.

Penelitian kelima oleh Paredes et al., (2023) yang berjudul “*Advertising Creativity and the Hierarchy of Effect Model: The Influence of Creativity on Public Preferences*” ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana kreativitas iklan dapat mempengaruhi respons konsumen melalui tahapan *Hierarchy of Effect* mulai dari tahapan kognitif, afektif hingga konatif. Penelitian ini dilatar belakangi oleh kebutuhan perusahaan untuk menghasilkan iklan yang tidak hanya informatif tetapi juga kreatif dan menarik supaya mampu menggerakkan konsumen dari sekedar mengetahui hingga memiliki niat untuk membeli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksperimental yang mana konsumen diukur berdasarkan empat dimensi utama kreativitas dalam iklan yakni relevansi, orininalitas, elaborasi hingga sintasis. Melalui analisis data yang telah dikumpulkan, hasil menunjukkan bahwa kreativitas iklan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perubahan respon konsumen pada tahapan *Hierarchy of Effect*. Temuan penting dalam penelitian ini ialah bahwa kreativitas secara kuat dapat memengaruhi tahap afektif seperti liking dan *attitude toward the ad* yang kemudian berdampak pada peningkatan purchase intention. Yang artinya iklan yang kreatif bukan hanya dapat menarik banyak perhatian tetapi benar-benar mampu mendorong konsumen menuju keputusan pembelian.

Berdasarkan kajian terhadap kelima penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa seluruh penelitian tersebut memiliki kesamaan dalam memanfaatkan teori-

teori perilaku konsumen dan model respons komunikasi pemasaran seperti *Hierarchy of Effect* namun juga terdapat beberapa yang menggunakan ATR sebagai landasan dalam mengukur efektivitas promosi dan pengaruh konten terhadap tindakan konsumen. Meskipun demikian, terdapat beberapa perbedaan yang cukup signifikan dari sisi objek penelitian. Sebagian penelitian berfokus pada museum yang lebih mapan seperti museum Banteng vredeburg serta entitas lain seperti UMKM dan institusi yang jauh lebih kuat. Hal ini sangatlah berbeda dengan aktivitas promosi museum Mpu Purwa Kota Malang yang masih menghadapi keterbatasan dalam promosi. Hasil kajian penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa program promosi pada museum daerah seperti museum keliling yang dilakukan oleh museum Mpu Purwa masih jarang dilakukan dan membuka ruang untuk penelitian selanjutnya.

2.2 Landasan Teori

Landasan teori merupakan dasar atau pijakan konseptual yang digunakan dalam sebuah penelitian untuk menjelaskan, membahas, dan menganalisis masalah yang diteliti. Landasan ini disusun berdasarkan teori-teori yang relevan dan diakui secara ilmiah, dengan tujuan mendukung argumen dan membantu peneliti memahami fenomena yang dikaji secara lebih mendalam dan terarah (ksbadmin, 2024).

2.2.1 Museum

Museum dalam kamus besar bahasa indonesia diartikan gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap benda-benda yang patut mendapatkan perhatian umum, seperti peninggalan sejarah, seni, dan ilmu. Museum diambil dari kata mouseion dalam bahasa yunani kuno yang berarti tempat untuk memuja dewa pelindung, muses. yang mana nama tersebut digunakan sejak dahulu yaitu the musaeum yang artinya sebuah perpustakaan yang dibangun oleh Ptolemeus I Soter sebagai tempat khusus untuk penelitian dan filsafat di kota alexandria sekitar tahun 280 SM. Pada tahun 2007 tepatnya di Wina dalam konferensi museum internasional atau ICOM ke-21

ditetapkan bahwa definisi museum adalah institusi permanen yang tidak mencari keuntungan dalam melayani masyarakat dan pembangunannya terbuka untuk umum, menyediakan, meneliti, mengomunikasikan dan memamerkan peninggalan kebudayaan manusia yang berwujud maupun tidak berwujud dengan tujuan untuk pendidikan, sarana belajar dan hiburan (Purwantari, 2023).

Dalam memahami pengertian museum, penting untuk melihat dasar hukum yang mengatur keberadaan dan penyelenggaraannya di Indonesia. Walaupun UUD 1945 tidak memuat pasal khusus tentang museum, amanat pelestarian budaya yang tercantum dalam Pasal 32 menjadi landasan konstitusional bagi pengelolaan museum. Implementasi dari amanat tersebut kemudian dituangkan dalam berbagai regulasi, seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya dan Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2015 pasal 1 tentang Museum yang secara khusus menjelaskan fungsi, pengelolaan, dan standar museum di Indonesia. Museum dalam pendiriannya memiliki tujuan untuk mengumpulkan, menafsirkan, dan memamerkan benda-benda yang memiliki nilai sejarah, seni, budaya, atau ilmiah kepada masyarakat. dengan demikian keberadaan museum sangat penting sebagaimana dengan fungsinya dalam melestarikan, mendidik, sekaligus mengembangkan budaya dalam masyarakat setempat. Berdasarkan jenis koleksinya museum terbagi dalam dua jenis yakni museum umum dan museum khusus. Museum umum memiliki koleksi berbagai jenis objek ilmu pengetahuan dan kesenian seperti museum nasional yang koleksinya terdiri dari benda-benda bersejarah, arkeologi, relik sejarah, etnografi, geografi, seni rupa dan keramik. Sedangkan museum khusus hanya memiliki koleksi berupa satu jenis objek ilmu pengetahuan atau kesenian seperti museum bahari, museum wayang, dan museum seni rupa (Purwantari, 2023).

Museum memiliki peran penting sebagai sumber belajar yang dapat memberikan pengalaman yang nyata kepada pelajar. Melalui kegiatan kunjungan museum pelajar dapat berinteraksi langsung dengan artefak dan peninggalan sejarah sehingga belajar menjadi lebih bermakna (Mohamad et

al., 2024). Pendekatan seperti ini tidak hanya membantu memperkaya pengetahuan para pelajar tetapi juga dapat meningkatkan minat serta pemahaman mereka terhadap materi yang dipelajari. Pemanfaatan museum sejalan dengan konsep pembelajaran kontekstual yang menekankan keterkaitan antara materi pelajaran dengan lingkungan sekitar. Oleh karena itu, museum berfungsi sebagai sarana edukatif yang tidak hanya memperkuat aspek akademik namun dapat menumbuhkan rasa cinta para pelajar terhadap warisan budaya lokal.

2.2.2 Promosi

Promosi berasal dari bahasa inggris *promote* yang berarti mengembangkan atau menambah. Dalam kamus besar bahasa inggris promosi ialah kenaikan pangkat, hal memperoleh gelar doktor, pemberian gelar doktor yang dilakukan dengan upacara khusus, dan pengenalan dalam rangka memajukan usaha, dagang, dan sebagainya. Promosi adalah suatu upaya atau alat komunikasi untuk memperkenalkan suatu produk dari perusahaan tertentu supaya dapat dikenal oleh masyarakat dan dapat menarik minat pembeli sehingga terdapat peningkatan pada penjualan perusahaan (Purnomo, 2025). Menurut Suganda & Kushendar, (2024) di dalam bukunya promosi diartikan upaya pemasaran yang dirancang untuk dapat meningkatkan penjualan atau kesadaran merek melalui berbagai saluran komunikasi.

Tujuan umum sebuah promosi meliputi upaya dalam meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, meningkatkan penjualan produk, membangun citra merek serta menyampaikan informasi yang relevan terhadap konsumen (Januaji, 2023). Dalam promosi juga terdapat beberapa hal yang harus dicapai yakni memberikan informasi (Suryati et al., 2025). Pada tahap ini promosi berfungsi untuk menyampaikan berbagai informasi penting mengenai produk kepada pasar. Informasi tersebut dapat berupa pengenalan produk baru, cara baru dalam menggunakan produk, hingga pemberitahuan terkait perubahan harga. Dengan melalui penyampaian

informasi yang tepat perusahaan juga dapat mengurangi kekhawatiran konsumen dan membangun citra yang positif terhadap produk maupun perusahaan itu sendiri. Kedua, mempengaruhi atau membujuk. Tujuan ini berfokus pada upaya untuk mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen supaya menarik untuk membeli produk.

Kegiatan promosi diarahkan untuk membentuk preferensi merek, mengubah pilihan konsumen terhadap merek tertentu serta mengubah persepsi mereka mengenai atribut produk. Selain itu, promosi juga mendorong konsumen supaya melakukan pembelian terutama ketika perusahaan menginginkan repson cepat (Januaji, 2023). Ketiga, mengingatkan konsumen. Pada tahap ini promosi berfungsi menjaga supaya konsumen tetap mengingat keberadaan produk. Kegiatan ini dilakukan untuk memastikan bahwa produk tetap dipertimbangkan ketika konsumen membutuhkan sesuatu dalam waktu dekat. Promosi juga mengingatkan konsumen mengenai lokasi penjualan produk dan mempertahankan posisi produk dalam ingatan mereka walaupun perusahaan tidak sedang melakukan kegiatan promosi secara intensif (Tjiptono, 2015). Dengan demikian promosi tidak hanya bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dalam jangka pendek tetapi juga membangun hubungan dalam jangka waktu yang panjang melalui informasi yang jelas, ajakan yang meyakinkan, dan juga penguatan ingatan konsumen terhadap produk. Dengan begitu promosi menjadi salah satu elemen yang sangat penting dalam penerapan strategi untuk menentukan keberhasilan sebuah produk.

2.2.3 Hierarchy of Effect

Hierarchy of effect merupakan model yang menggambarkan proses psikologi konsumen dalam melakukan keputusan membeli. Dalam dunia pemasaran dan periklanan pemahaman mengenai bagaimana konsumen membuat keputusan dalam membeli sangatlah penting untuk dapat merancang strategi yang efektif. Menurut Lavidge & Steiner, (1961) Model *Hierarchy of Effect* ini menjelaskan bahwa konsumen tidak langsung

membeli produk secara tiba-tiba melainkan melalui beberapa tahap psikologi yang berurutan. Melalui tahapan-tahapan konsumen bergerak dari kondisi yang sama sekali tidak mengetahui produk hingga akhirnya melakukan tindakan pembelian. Oleh karena itu, iklan dan promosi harus dirancang sedemikian rupa supaya mampu menggerakkan konsumen melewati setiap tahapan sehingga dapat meningkatkan peluang terjadinya tindakan pembelian.

Model *Hierarchy of Effect* ini menjadi landasan yang kuat dalam strategi pemasaran karena dapat memberikan wawasan tentang perubahan sikap dan perilaku konsumen secara bertahap yang dipengaruhi oleh promosi pemasaran. Dengan memahami proses ini pemasar dapat lebih tepat dalam menyesuaikan pesan serta media yang digunakan supaya konsumen lebih tertarik, yakin, dan akhirnya mengambil keputusan terhadap apa yang ditawarkan (Priharto, 2024). Dalam model *Hierarchy of Effect* menurut Lavidge & Steiner, (1961) terdapat 3 tahap besar yaitu tahap kognitif, afektif, dan konatif masing-masing terdapat beberapa tahapan psikologis yang lebih rinci.

1. Kognitif

Kognitif merupakan seluruh kegiatan mental yang dapat membuat suatu individu dapat menghubungkan, menilai serta mempertimbangkan suatu peristiwa yang akibatnya dapat membuat individu tersebut memiliki pengetahuan baru (Imam, 2022). Pada konteks ini kognitif diartikan bahwa konsumen mulai diperkenalkan dengan keberadaan suatu produk atau institusi melalui informasi awal yang di sampaikan dalam pesan promosi. Tahap ini terdapat 2 proses yaitu *awareness* dan *knowledge*

- a. *Awareness* adalah tingkat kesadaran atau pengenalan konsumen terhadap suatu produk. Pada tahapan ini konsumen mulai menyadari keberadaan produk melalui berbagai usaha promosi yang dilakukan sehingga para konsumen dapat mengenali dan mengingat produk (Isdianti, 2025). Konsumen mulai mengetahui nama dari produk/institut yang dipromosikan dan konsumen mulai mengenali

logo/nama produk ketika melihatnya. Kesadaran ini merupakan tahap awal yang sangat penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen karena tanpa adanya kesadaran konsumen tidak akan mempertimbangkan produk tersebut untuk tahap yang selanjutnya.

- b. *Knowledge* adalah tahap konsumen mulai memahami apa yang telah ditawarkan oleh produk. Dengan ini konsumen tidak hanya sekedar sadar dengan keberadaan produk, tetapi juga memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai daya tarik, perbedaan dari produk yang lain, manfaat yang spesifik dan juga nilai dari produk tersebut. Pengetahuan ini menjadi bagian yang penting dalam proses kognitif yang mempersiapkan konsumen untuk membentuk sikap dan preferensi yang lebih positif terhadap produk sehingga semakin mendekatkan mereka ke tahap selanjutnya. Lavidge dan Steiner menekankan bahwa *knowledge* merupakan langkah kedua dalam enam proses tahapan yang harus dialami konsumen secara berurutan.

2. Afektif

Afektif adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan sikap, watak, perilaku, emosi, minat dan nilai yang terdapat pada diri individu (Paputungan, 2022). Afektif pada tahap ini konsumen mulai membentuk sikap dan perasaan terhadap suatu produk atau institusi sebagai respon dari pemahaman yang telah diperoleh sebelumnya. Tahap ini terdiri dari 2 proses yaitu *liking* dan *preference*

- a. *Liking* adalah tindakan menyukai, konsumen mulai menentukan apakah mereka telah memiliki rasa suka atau tidak terhadap suatu produk yang telah dipromosikan (Afriana et al., 2017). Konsumen mulai menunjukkan sikap positif, tertarik serta ingin mencari informasi yang lebih dalam terhadap produk. Tingkat kesukaan konsumen sangat dipengaruhi oleh kondisi pribadi mereka termasuk pengalaman dalam menggunakan produk, proses belajar sebelumnya serta tingkat loyalitas terhadap produk. Jika konsumen memiliki pandangan sikap negatif dan hal itu disebabkan oleh kekurangan nyata terhadap produk, maka

kegiatan promosi tidak akan efektif untuk dapat mengubah sikap konsumen. Produk harus diperbaiki terlebih dahulu supaya kualitasnya lebih meyakinkan (Francis, 2024).

- b. *Preference* adalah konsumen mulai menempatkan produk yang telah disukai sebagai pilihan yang lebih penting dan lebih diutamakan dibandingkan dengan yang lainnya (Jonni & Hariyanti, 2021). Konsumen mulai menyadari bahwa produk yang telah dipromosikan tersebut lebih disukai dan dipilih dibandingkan dengan yang lainnya dengan telah mempertimbangkan banyak hal baik dari segi daya tarik, manfaat serta nilai dari produk tersebut.

3. Konatif

Konatif merupakan bentuk pola sikap yang menunjukkan bagaimana perilaku ataupun kecenderungan bertindak yang terdapat dalam diri seseorang terkait sikap terhadap objek yang dihadapinya (Hogan, 2022). Konsumen mulai menunjukkan dorongan dan niat untuk melakukan tindakan nyata sebagai hasil dari sikap positif yang telah terbentuk sebelumnya. Tahap ini terdiri dari dua proses yaitu *conviction* dan *purchase*

- a. *Conviction* atau keyakinan adalah tahapan dimana konsumen muncul keyakinan serta dorongan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang telah dipromosikan (Adinda & Priatna, 2025). Pada tahap ini konsumen sudah memiliki niat yang kuat dan merasa yakin bahwa produk tersebut merupakan pilihan yang tepat untuk memenuhi kebutuhannya. Konsumen merasa bahwa produk tersebut merupakan pilihan yang ideal yang dapat memenuhi keinginannya.
- b. *Purchase* adalah tahap akhir dalam model *Hierarchy of Effect* yang mana konsumen akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian produk. Dengan ini merupakan tindakan nyata yang menunjukkan keberhasilan dari proses psikologis dan perubahan sikap yang terjadi pada tahapan sebelumnya.

Lavidge & Steiner juga menekankan bahwa sebelum tahap kesadaran terdapat tahap *unawareness* yakni kondisi ketika konsumen sama sekali

belum mengetahui keberadaan produk atau institusi. Tahap ini menjadi titik awal sebelum konsumen mengenal dan memulai proses informasi dari promosi yang telah disajikan. Secara keseluruhan, *Hierarchy of Effect* terbagi dalam tiga tahap besar yaitu tahap kognitif, afektif, dan konatif yang mana masing-masing berisi beberapa proses psikologis yang lebih rinci. Ketiga tahap ini juga dikenal sebagai konsep “*think-feel-do*” yaitu konsumen berfikir terlebih dahulu, kemudian merasakan atau menilai dan akhirnya melakukan tindakan. Dengan demikian, model *Hierarchy of Effects* tidak hanya berfungsi sebagai gambaran proses psikologis konsumen tetapi juga sebagai indikator untuk menilai efektivitas promosi. Keberhasilan promosi dapat dilihat dari kemampuan pesan promosi dalam menggerakkan konsumen melalui setiap tahapan, mulai dari *awareness, knowledge, liking, preference, conviction* hingga *purchase*. Semakin banyak tahapan yang berhasil dilalui konsumen maka semakin efektif pula promosi yang telah dilakukan.

BAB III

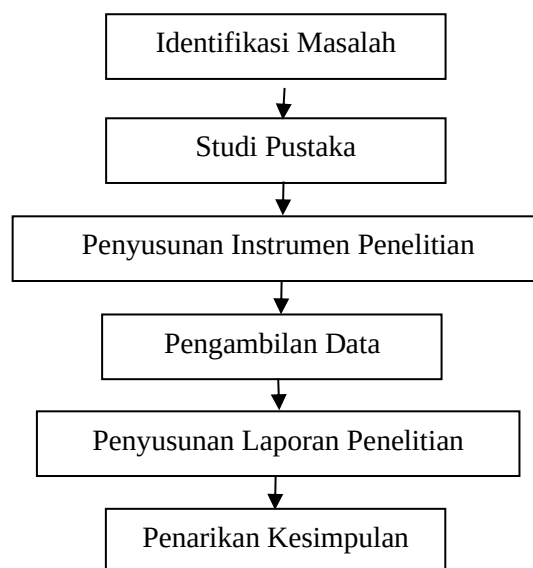
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam upaya memperoleh informasi yang akurat dan mendalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta hasil dari penelitian (Ananda & Fadhli, 2018). Penelitian ini meliputi pengumpulan data-data dengan menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan informasi dan data berupa angka atau nilai yang akurat sehingga dapat menjawab pertanyaan mengenai subjek dari penelitian.

3.2 Alur Penelitian

Alur penelitian disusun untuk menggambarkan tahapan yang dilakukan peneliti secara sistematis, mulai dari identifikasi masalah hingga penarikan kesimpulan. Penyajian alur ini bertujuan untuk mempermudah pemahaman dalam proses penelitian secara keseluruhan.



Gambar 3. 1 Alur Penelitian

Beberapa tahapan dalam penelitian ini adalah:

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dilakukan melalui dua pendekatan utama, yaitu observasi langsung di lapangan dan studi literatur. Observasi lapangan bertujuan untuk memperoleh gambaran langsung mengenai kondisi dan permasalahan yang terdapat di lokasi penelitian dengan mengamati fenomena secara nyata untuk mendapatkan data yang akurat. Sedangkan, studi literatur dilakukan dengan membaca dan menganalisis berbagai sumber referensi seperti jurnal ilmiah, buku, dan artikel berita. Tujuannya supaya peneliti mengetahui apakah permasalahan yang akan diteliti sudah pernah dibahas sebelumnya dan memperdalam pemahaman mengenai topik yang sedang dikaji. Melalui kedua pendekatan ini, diperoleh dasar yang kuat untuk dapat mengembangkan penelitian yang relevan dan bermanfaat.

2. Studi Pustaka

Pertanyaan penelitian perlu disusun secara spesifik dan jelas, serta variabel atau indikator yang akan diukur menentukan pencapaian tujuan yang diinginkan. Proses perumusan masalah ini sangat penting karena menjadi landasan dalam merancang metodologi penelitian yang tepat. Dengan merumuskan masalah secara rinci, fokus penelitian dapat dipastikan tetap terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Indikator yang dipilih juga harus relevan dan dapat diukur secara objektif supaya hasil penelitian dapat memberikan jawaban yang valid terhadap masalah yang akan dikaji.

3. Penyusunan Instrumen Penelitian

Penyusunan instrumen penelitian merupakan proses merancang alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data sesuai kebutuhan penelitian. Instrumen disusun berdasarkan indikator yang telah ditetapkan sebelumnya, khususnya mengacu pada teori *Hierarchy of Effect*. Setiap butir pernyataan dirancang secara jelas, terukur, dan mampu menggambarkan tingkat efektivitas promosi yang dilakukan oleh museum. Selain itu, instrumen harus melalui proses uji validitas dan reabilitas untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan layak digunakan dan mampu mengukur variabel yang dimaksud secara konsisten. Penyusunan instrumen

yang tepat sangat penting karena dapat menentukan kualitas dan keakuratan data yang akan diperoleh.

4. Pengumpulan Data

Dalam mengimplementasikan instrumen yang telah disusun kepada responden penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, observasi langsung, wawancara, serta dokumentasi. Proses ini dilaksanakan secara sistematis supaya informasi yang diperoleh dapat mencerminkan kondisi sebenarnya yang terdapat di lapangan. Pada penelitian ini, pengumpulan data berfokus pada pengunjung Museum Mpu Purwa supaya dapat mengetahui persepsi mereka terhadap kegiatan promosi museum keliling berdasarkan tahap-tahap *Hierarchy of Effect*. Keberhasilan tahap ini sangat bergantung pada ketepatan waktu, sasaran responden, serta konsistensi dalam prosedur penyebaran instrumen.

5. Penyusunan Laporan Penelitian

Setelah data terkumpul dan dianalisis, selanjutnya ialah menyusun laporan penelitian secara runtun dan sistematis. Meliputi penyusunan bab hasil, pembahasan, serta pengintegrasian data dengan teori yang digunakan. Dalam laporan telah mencantumkan hasil temuan secara objektif, menyajikannya dalam bentuk narasi ilmiah yang mudah dipahami serta menggambarkan hubungan antara temuan data dengan tujuan penelitian sekaligus menunjukkan sejauh mana penelitian menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan.

6. Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan. Kesimpulan memuat inti dari temuan penelitian yang berkaitan langsung dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Pada tahap ini, peneliti juga memberikan rekomendasi yang relevan untuk pihak museum ataupun penelitian selanjutnya. Penarikan kesimpulan menjadi bagian penting untuk memastikan hasil penelitian tidak hanya menjelaskan fenomena yang terjadi tetapi juga memberikan manfaat praktis dan kontribusi teoretis bagi pengembangan studi di bidang promosi museum.

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Sekolah-sekolah yang pernah dijadikan tempat program kegiatan museum keliling yakni SMPN 2 Kota Malang, SMPN 14 Kota Malang, SMPN 17 Kota Malang serta SMPN 27 Kota Malang dengan waktu kurang lebih 7 bulan mulai dari bulan November-Mei. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena adanya fenomena yang dapat diteliti lebih lanjut di Museum Mpu Purwa Kota Malang.

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan						
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	April	Mei
1.	Identifikasi Masalah							
2.	Perumusan Masalah							
3.	Penyusunan Instrumen Penelitian							
4.	Pengumpulan Data							
5.	Pelaksanaan Penelitian							
6.	Penyusunan Laporan Penelitian							

3.4 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dari penelitian ini merupakan staf penanggung jawab dari program museum keliling sebagai informan lebih lanjut terkait program promosi museum keliling Mpu Purwa serta pihak yang pernah dikunjungi museum keliling Mpu Purwa Kota Malang. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah analisis kegiatan promosi museum keliling Mpu Purwa Kota Malang dalam upaya meningkatkan peserta terhadap keberadaan museum.

3.5 Sumber Data

Terdapat 2 sumber data yang digunakan yakni sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data Primer (Primary Data), adalah data penelitian yang dikumpulkan langsung dari sumbernya, tanpa memerlukan perantara dan mencakup pendapat, pengamatan peristiwa, atau temuan pengujian (Sugiyono, 2017). Data penelitian ini diperoleh secara langsung dari subjek penelitian yakni melalui wawancara kepada staf museum serta penyebaran kuesioner kepada beberapa responden peserta mengenai tahapan *Hierarchy of Effect* dari program promosi museum keliling Mpu Purwa Kota Malang.
2. Data Sekunder (Secondary Data), adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara, seperti catatan, laporan sejarah, atau bukti yang telah disusun dalam arsip (Sugiyono, 2017). Data sekunder pada penelitian ini ialah profil Museum Mpu Purwa Kota Malang dan data pendukung penelitian terdahulu yang relevan dengan topik promosi museum.

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti yang relevan dengan penelitiannya (Avianti et al., 2023). Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh peserta program Museum keliling Mpu Purwa Kota Malang yang mengikuti kegiatan ini pada periode 2024-2025. Peserta program ini merupakan peserta didik dari sekolah dasar dan sekolah menengah pertama yang menjadi sasaran pelaksanaan museum keliling. Populasi ini dipilih karena peserta program ini merupakan audiens utama yang secara langsung menerima kegiatan promosi museum keliling sehingga sangat relevan untuk menilai efektivitas program promosi museum keliling yang dilaksanakan oleh museum Mpu Purwa.

3.6.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili objek penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini ialah:

1. Pelajar yang pernah mengikuti secara langsung kegiatan promosi museum keliling yang dilaksanakan oleh museum Mpu Purwa Kota Malang.
2. Berasal dari sekolah menengah pertama (SMP) yang menjadi lokasi pelaksanaan program museum keliling tahun 2025.
3. Peserta berada pada tingkat kelas VIII dan IX karena berdasarkan informasi dari pihak sekolah peserta kegiatan museum keliling mayoritas berada pada tingkat tersebut dan cenderung lebih mengingat informasi yang disampaikan dari kegiatan museum keliling.
4. Bersedia mengisi kuesioner penelitian secara lengkap.

Untuk menentukan jumlah sampel penelitian ini menggunakan rumus *lemeshow* karena jumlah populasi belum diketahui secara pasti mengingat peserta yang mengikuti kegiatan museum keliling berbeda-beda menyesuaikan dengan kebijakan sekolah masing-masing. Adapun rumusnya ialah:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \cdot p(1-p)}{e^2} \quad (3.1)$$

n = Jumlah sampel minimum

$z_{\alpha/2}^2$ = tingkat kepercayaan (Dk)

P = estimasi proporsi (0,5)

e = tingkat kesalahan maksimum

Dalam penelitian ini estimasi proporsi (p) menggunakan 0,5 karena tidak ada informasi proporsi populasi sebelumnya dan menghasilkan ukuran sampel terbesar. Tingkat kepercayaan (Dk) menggunakan 95% = 1,96 karena penelitian ini yang bersifat evaluatif. Dan untuk tingkat kesalahan/*margin of error* (e) 0,1 atau 10% karena penelitian ini bertujuan untuk melihat kecenderungan sikap peserta kegiatan museum keliling yang memiliki berbagai karakteristik yang berbeda bukan untuk menghitung nilai yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. maka

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \times p(1-p)}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,842 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,961}{0,01} = 96,1$$

Maka sampel minimal dari penelitian ini ialah $96,1 = 97$ responden.

Adapun penentuan jumlah sampel pada masing-masing sekolah ditentukan menggunakan teknik proporsional berdasarkan jumlah populasi yang dimiliki setiap sekolah dengan rumus sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n \quad (3.2)$$

n_i = jumlah sampel pada setiap sekolah

N_i = jumlah populasi sekolah

N = jumlah populasi seluruh sekolah

n = jumlah sampel penelitian

Maka jumlah sampel pada masing-masing sekolah ialah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Sampel Setiap Sekolah

No	Sekolah	Populasi sekolah	Total sampel
1.	SMPN 27 Kota Malang	236	13
2.	SMPN 14 Kota Malang	546	27
3.	SMPN 17 Kota Malang	550	27
4.	SMPN 2 Kota Malang	640	30
Total			97

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur nilai dari variabel-variabel yang telah diteliti. Setiap variabel yang menjadi fokus penelitian harus memiliki instrumen yang sesuai supaya data yang diperoleh akurat dan dapat dianalisis secara kuantitatif (D. Sugiyono, 2023). Berikut merupakan instrumen dari penelitian ini:

Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Instrument
Museum keliling	<i>Awareness</i>	1. Saya mengetahui keberadaan museum Mpu Purwa dari program promosi museum keliling 2. Museum keliling menjadi sumber utama saya dalam mengetahui keberadaan museum Mpu Purwa 3. Kegiatan museum keliling berhasil menarik perhatian saya terhadap keberadaan museum Mpu Purwa 4. Saya dapat mengingat kembali museum Mpu Purwa setelah mengikuti kegiatan museum keliling Mpu Purwa
	<i>Knowledge</i>	1. Kegiatan museum keliling memberikan informasi yang jelas tentang koleksi arca dan benda bersejarah yang ada di museum Mpu Purwa

Variabel	Indikator	Instrument
Museum keliling	<i>Knowledge</i>	- kegiatan museum keliling membantu saya dalam memahami makna sejarah dan juga nilai budaya yang terkandung dalam koleksi museum Mpu Purwa - Saya mengetahui daya tarik serta keunikan yang terdapat di museum Mpu Purwa sebagai tempat edukasi setelah mengikuti kegiatan museum keliling - Setelah mengikuti kegiatan museum keliling saya mengetahui fungsi dan juga peran museum Mpu Purwa sebagai tempat edukasi, sejarah dan pelestarian budaya.
	<i>Liking</i>	- Saya merasa kegiatan museum keliling menarik dan menyenangkan untuk diikuti - Saya merasa kegiatan museum keliling menarik dan menyenangkan untuk diikuti - Dengan adanya museum keliling menimbulkan rasa suka saya terhadap koleksi arca yang ada di museum Mpu Purwa - Penyampaian materi pada kegiatan museum keliling membuat saya tertarik terhadap sejarah yang terkandung di dalam koleksi museum Mpu Purwa
	<i>Preference</i>	- Setelah saya mengikuti museum keliling saya lebih memilih museum Mpu Purwa sebagai tujuan kunjungan dibandingkan museum lain - Museum Mpu Purwa menjadi salah satu pilihan utama saya sebagai tempat wisata edukasi sejarah

Variabel	Indikator	Instrument
Museum keliling	<i>Preference</i>	- Informasi yang saya dapat dari museum keliling membuat museum Mpu Purwa lebih saya utamakan dibandingkan wisata edukasi lainnya - Saya lebih memilih museum Mpu Purwa sebagai sarana belajar sejarah dibandingkan tempat wisata edukasi lain
	<i>Conviction</i>	- Kegiatan museum keliling membuat saya yakin bahwa museum Mpu Purwa layak untuk dikunjungi - Saya percaya bahwa kunjungan ke museum ini akan memberikan pengalaman yang sangat bermanfaat - Program museum keliling meyakinkan saya bahwa museum Mpu Purwa memiliki nilai edukasi yang tinggi serta nilai sejarah yang penting - Saya yakin setelah berkunjung ke museum Mpu Purwa kebutuhan saya terhadap pendidikan sejarah akan terpenuhi.
	<i>Purchase</i>	- Saya memutuskan untuk mengunjungi museum Mpu Purwa setelah saya mengikuti kegiatan museum keliling - Saya melakukan kunjungan ke museum Mpu Purwa sebagai bentuk realisasi informasi dalam kegiatan museum Mpu Purwa - Kegiatan museum keliling mendorong saya untuk melakukan kunjungan ke museum Mpu Purwa - Saya akan bersedia berkunjung kembali ke museum Mpu Purwa sebagai tempat kunjungan wisata edukasi.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah proses dan alat yang digunakan dalam mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan beberapa cara:

a. Observasi

Pada penelitian ini observasi dilakukan dengan cara mengamati langsung aktivitas kegiatan museum keliling museum Mpu Purwa yang bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas dan mendalam mengenai karakteristik dan perilaku peserta yang mengikuti kegiatan museum keliling sehingga dapat mendukung analisis data penelitian secara objektif.

b. Kuesioner

Pada pengumpulan data dengan kuesioner, peneliti membuat daftar pernyataan dengan jawaban menggunakan skala *Likert* 1-4 untuk mengetahui respon peserta terhadap promosi yang dilakukan oleh museum Mpu Purwa yakni museum keliling. Dengan kuesioner dapat menjangkau responden dalam waktu yang relatif singkat. Penggunaan kuesioner memungkinkan peneliti untuk memperoleh data secara sistematis, terstruktur, dan langsung dari responden yang menjadi subjek penelitian. Kuesioner dapat memberikan fleksibilitas kepada responden untuk menjawab pertanyaan sesuai dengan waktu dan kenyamanan mereka tanpa adanya tekanan langsung dari peneliti. Berikut tabel untuk skala *Likert*

Tabel 3. 4 Skala Likert

Skala ukur	Nilai skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

c. Wawancara

Menurut Sugiyono, (2017) wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung antara peneliti dengan narasumber

sehingga dapat menggali data lebih rinci dan kontekstual. Pada proses wawancara peneliti melakukan tanya jawab dengan staf museum yang bertanggung jawab atas bagian promosi museum Mpu Purwa serta kepala museum. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang lebih mengenai pelaksanaan program promosi keliling yang dilakukan oleh museum Mpu Purwa.

3.9 Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, dan verifikasi data supaya sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademik, dan ilmiah (Ananda & Fadhli, 2018). Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden yang telah ditentukan menggunakan teknik sampling yang sesuai dengan populasi penelitian. Setelah data terkumpul, tahap pertama dalam analisis data ialah:

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap item pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur variabel yang diteliti. Setiap item harus mewakili indikator yang diukur sehingga data yang dihasilkan dapat dipercaya dan sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi **pearson product moment** dimana teknik ini dapat mengukur hubungan antara skor setiap item pertanyaan dengan skor total variabel. Semakin kuat hubungan antara skor item dan skor total maka semakin valid juga item yang digunakan. Jika nilai signifikansi (*Sig.*) < 0,05 maka nilai *r* dinyatakan valid. Berikut merupakan rumus uji validitas **pearson product moment**

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (3.3)$$

Dimana:

r = nilai korelasi item

N = jumlah responden

X = skor item

Y = skor total

$\sum XY$ = jumlah perkalian antara skor item dan skor total

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten, stabil dan dapat dipercaya. Instrumen yang reliabel berarti jika kuesioner diberikan pada kelompok responden dengan kondisi yang sama dengan waktu yang berbeda maka hasil yang diperoleh akan relatif sama. Pada penelitian ini uji reabilitas dilakukan setelah instrumen dinyatakan valid pada tahap uji validitas. Instrumen diuji dengan teknik **Cronbach's Alpha** yaitu metode untuk mengukur reliabilitas kuesioner berbentuk skala likert. Hasil Uji signifikansi reliabilitas dibandingkan dengan nilai signifikansi, yang mana instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Nilai Cronbach's Alpha (α) sebagai indeks reliabilitas yang digunakan untuk menilai kelayakan instrumen penelitian dalam menghasilkan data yang konsisten.

Rumus Cronbach's Alpha yang digunakan dalam penelitian ini ialah:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{\sum s_t^2} \right] \quad (3.4)$$

Dimana:

α = nilai reliabilitas instrumen

k = jumlah item pernyataan dalam instrumen

s_i^2 = variansi tiap item

s_t^2 = variansi total

3.9.3 Rumus Persentase

Rumus persentase menganalisis jawaban responden pada setiap kategori skala likert. Dengan tujuan untuk menggambarkan kecenderungan dominan dari responden terhadap setiap indikator yaitu tahap *awareness*,

knowledge, liking, preference, conviction, dan action berdasarkan teori *Hierarchy of Effect*. Rumus presentase ini digunakan karena penelitian ini tidak mencari hubungan antarvariabel akan tetapi ingin melihat seberapa besar respon dari masing-masing pilihan jawaban pada setiap butir pernyataan. Dengan demikian, hasil perhitungan persentase ini digunakan sebagai indeks persentase yang dapat membantu memberikan gambaran umum pola tanggapan dari responden.

Rumus persentase yang digunakan dalam penelitian ini ialah:

$$p = \frac{f}{N} \times 100\% \quad (3.5)$$

Dimana:

p = persentase jawaban responden

f = frekuensi jumlah responden yang memilih kategori jawaban

N = jumlah seluruh responden

3.9.4 Rumus Mean

Mean atau nilai rata-rata digunakan dalam penelitian kuantitatif deskriptif untuk mengetahui tingkat kecenderungan responden terhadap setiap indikator dalam variabel yang telah diteliti. Pada penelitian ini mean digunakan untuk mengukur rata-rata skor responden terhadap indikator berdasarkan model *Hierarchy of Effect*. Analisis ini dipilih karena penelitian ini tidak mencari hubungan sebab akibat akan tetapi ingin mengetahui indikator mana yang memiliki tanggapan paling kuat maupun yang paling lemah. Nilai mean yang diperoleh digunakan sebagai indeks kecenderungan responden terhadap masing-masing indikator penelitian.

Rumus mean yang digunakan dalam penelitian ini ialah:

$$\bar{x} = \frac{\sum X}{N} \quad (3.6)$$

Dimana:

$\bar{x}$ = nilai mean

$\sum X$ = jumlah seluruh skor jawaban responden

N = jumlah responden

3.9.5 Interpretasi Kategori

Interpretasi kategori digunakan untuk mengelompokkan hasil perhitungan data mean dan persentase supaya dapat menunjukkan tingkat pemahaman serta tingkat persepsi responden terhadap variabel yang diteliti. Penentuan kategori dilakukan dengan cara menetapkan rentang skor menggunakan rumus

$$\text{Rentang} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah kategori}}$$

Peneliti menggunakan skala likert 1 sampai dengan 4 maka skor tertinggi adalah 4 dan skor terendah adalah 1 maka rentang nya ialah

$$\text{rentang} = \frac{4 - 1}{5} = 0.6$$

Maka intervalnya ialah

Tabel 3. 5 Skor Interval

Skor interval	Kategori
1.00 – 1.60	Sangat rendah
1.61 – 2.20	Rendah
2.21 – 2.80	Sedang
2.81 – 3.40	Tinggi
3.41 – 4.00	Sangat tinggi

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Bagian berikut menjelaskan serta memaparkan temuan riset tentang analisis kegiatan program promosi museum keliling dalam meningkatkan kesadaran terhadap keberadaan museum Mpu Purwa Kota Malang. Kuesioner penelitian ini disebarikan kepada 97 responden yang telah mengikuti kegiatan museum keliling yang telah diadakan oleh museum Mpu Purwa Kota Malang. Pengambilan data dilakukan pada tanggal 13 Maret - 23 April 2026. Analisis kegiatan program promosi museum keliling dalam meningkatkan kesadaran terhadap keberadaan museum Mpu Purwa Kota Malang ini diukur menggunakan indikator *awareness*, *knowledge*, *liking*, *preference*, *conviction*, dan *purchase*. Hasil penelitian diuraikan dan disajikan dalam bentuk grafik yang menggambarkan hasil dari penelitian.

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

Program museum keliling merupakan salah satu kegiatan program promosi yang dilaksanakan oleh museum Mpu Purwa Kota Malang dibawah naungan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Malang. Kegiatan museum keliling tersebut berjalan sejak tahun 2024. Museum Mpu Purwa Kota Malang melaksanakan kegiatan museum keliling dengan tujuan untuk memperkenalkan museum Mpu Purwa kepada masyarakat umum terkhusus pelajar yang memiliki keterbatasan akses atau jarak tempuh yang cukup jauh dari lokasi museum Mpu Purwa Kota Malang dan meningkatkan minat kunjung ke museum Mpu Purwa.

Program museum keliling dalam pelaksanaannya pada tahun 2025 telah mengunjungi 10 sekolah diantaranya 5 sekolah dasar dan 5 sekolah menengah pertama. Adapun sasaran kegiatannya ialah peserta didik disekolah yang dikunjungi dengan jumlah peserta yang bersifat fleksibel yaitu melibatkan seluruh kelas maupun sebagian kelas sesuai dengan kebijakan dari pihak sekolah. Kegiatan museum keliling ini memberikan penjelasan secara langsung mengenai

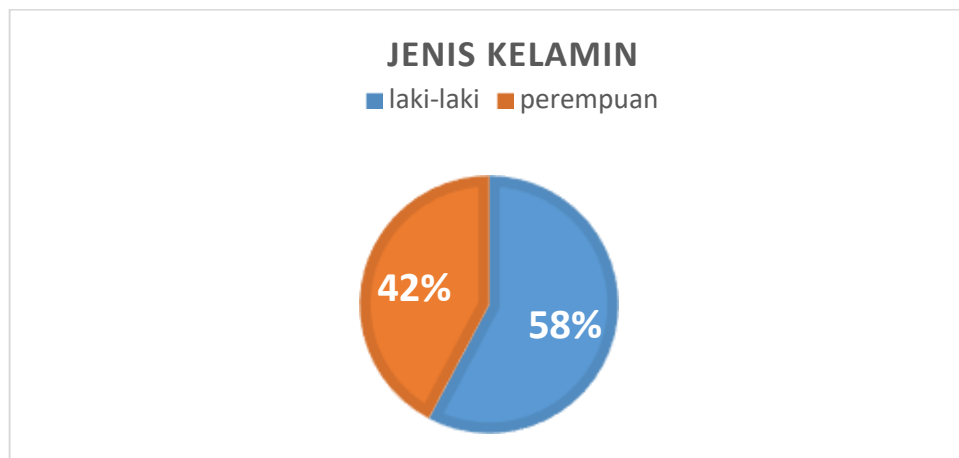
sejarah dan juga makna dari koleksi arca yang dipamerkan. Rangkaian kegiatan program museum keliling ini pihak museum membawa 3 sampai 4 koleksi arca menggunakan mobil dinas. Setibanya di sekolah yang dituju, pihak museum membuka kegiatan serta memulai dengan memperkenalkan arca yang dibawa, mengenalkan sejarah dan juga nilai history yang terkandung di dalamnya, pihak museum juga menyelengi dengan permainan tanya jawab kepada peserta supaya suasana tetap kondusif dan peserta tidak terasa jenuh. Selain memperkenalkan arca yang dibawa pihak museum Mpu Purwa juga menceritakan asal mula museum Mpu Purwa, mulai dari sejarah, lokasi, hingga alasan penggunaan nama Mpu Purwa.



Gambar 4. 1 Kegiatan Museum Keliling SMPN 27 Malang

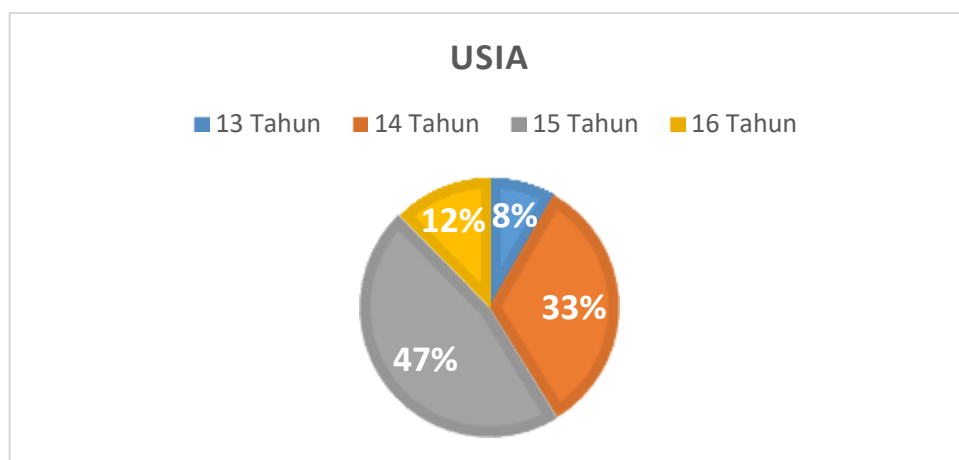
4.1.2 Demografi Responden

Demografi partisipan dalam penelitian berikut dikategorikan berdasarkan jenis kelamin dan usia. Pengambilan responden menggunakan teknik purposive sampling yang terdapat beberapa kriteria yakni pelajar yang pernah mengikuti kegiatan musem keliling yang berasal dari sekolah yang pernah didatangi oleh museum keliling pada tahun 2025 sebanyak 97 responden. Terdapat 5 sekolah yang direncanakan menjadi lokasi pengambilan sampel tetapi, satu sekolah tidak dilibatkan karena berdasarkan hasil kordinasi dengan pihak sekolah tidak ditemukan kesesuaian informasi terkait pelaksanaan kegiatan museum keliling. Berikut deskripsi data responden dalam diagram dibawah ini.



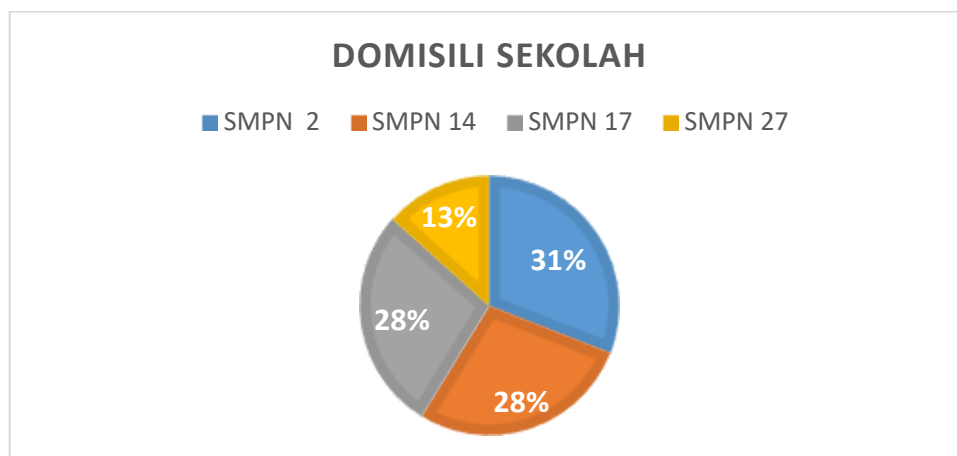
Gambar 4. 2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dapat dilihat pada gambar 4.2 diketahui jumlah responden sebanyak 97 orang yang meliputi 56 responden laki-laki (58%) serta sejumlah 41 responden perempuan (42%). Jadi responden laki-laki jumlahnya lebih banyak dari pada responden perempuan.



Gambar 4. 3 Data Responden Berdasarkan Usia

Dapat dilihat pada gambar 4.3 diketahui bahwa usia responden pada usia 13 tahun berjumlah 8 orang (8%). Pada usia 14 tahun berjumlah 32 orang (33%). Pada usia 15 tahun berjumlah 45 orang (47%). Pada usia 16 tahun berjumlah 12 orang (12%). Sehingga responden yang mendapat jumlah paling tinggi yaitu usia 15 tahun (47%). Sedangkan jumlah paling sedikit yaitu pada usia 13 tahun (8%).



Gambar 4. 4 Data Responden Berdasarkan Domisili Sekolah

Pada gambar diatas diketahui bahwa domisili sekolah responden pada SMPN 17 berjumlah 27 orang (28%). Pada SMPN 14 berjumlah 27 orang (28%). Pada SMPN 2 berjumlah 30 orang (31%). Pada SMPN 27 berjumlah 13 orang (13%). Sehingga responden yang mendapat jumlah domosili sekolah tertinggi adalah sekolah SMPN 2 yaitu 30 orang (31%) sedangkan untuk jumlah terendah adalah SMPN 27 yaitu 13 orang (13%). Perbedaan jumlah responden pada masing-masing sekolah disesuaikan dengan distribusi jumlah setiap sekolah berdasarkan teknik purposive sampling.

4.1.3 Hasil Uji Validitas

Dalam melakukan uji validitas dikerjakan menerapkan cara mendistribusikan kuesioner yang berisi 24 soal untuk 35 sampel responden. Uji validitas penelitian ini menggunakan perhitungan statistik SPSS versi 26 dengan jumlah 35 responden serta tingkat sigifikansi 0,05. Nilai r tabel yang digunakan penelitian ini yaitu 0,334. Oleh karena itu, pernyataan dalam instrumen dinyatakan valid jika anka r hitung $> 0,334$ atau nilai signifikansi $< 0,05$. Hasil pengujian validitas yang sudah dilakukan dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	Nilai sig	R hitung	R tabel	Keterangan
1.	Saya mengetahui keberadaan museum Mpu Purwa dari program promosi museum keliling	0,120	0,268	0,334	Tidak Valid
2.	Museum keliling menjadi sumber utama saya dalam mengetahui keberadaan museum Mpu Purwa	0,000	0,572	0,334	Valid
3.	Kegiatan museum keliling berhasil menarik perhatian saya terhadap keberadaan museum Mpu Purwa	0,007	0,450	0,334	Valid
4.	Saya dapat mengingat kembali museum Mpu Purwa setelah mengikuti kegiatan museum keliling Mpu Purwa	0,000	0,698	0,334	Valid
5.	Kegiatan museum keliling memberikan informasi yang jelas tentang koleksi arca dan benda bersejarah yang ada di museum Mpu Purwa	0,002	0,496	0,334	valid
6.	kegiatan museum keliling membantu saya dalam memahami makna sejarah dan juga nilai budaya yang terkandung dalam koleksi museum Mpu Purwa	0,000	0,624	0,334	Valid
7.	Saya mengetahui daya tarik serta keunikan yang terdapat di museum Mpu Purwa sebagai tempat edukasi setelah mengikuti kegiatan museum keliling	0,000	0,591	0,334	Valid
8.	Setelah mengikuti kegiatan museum keliling saya mengetahui fungsi dan juga peran museum Mpu Purwa sebagai tempat edukasi, sejarah dan pelestarian budaya	0,000	0,659	0,334	Valid
9.	Saya merasa kegiatan museum keliling menarik dan menyenangkan untuk diikuti	0,000	0,651	0,334	Valid
10.	Saya merasa kegiatan museum keliling relevan dengan minat saya terhadap sejarah dan budaya	0,000	0,762	0,334	Valid

No	Pernyataan	Nilai sig	R hitung	R tabel	Keterangan
11.	Dengan adanya museum keliling menimbulkan rasa suka saya terhadap koleksi arca yang ada di museum Mpu Purwa	0,000	0,800	0,334	Valid
12.	Penyampaian materi pada kegiatan museum keliling membuat saya tertarik terhadap sejarah yang terkandung di dalam koleksi museum Mpu Purwa	0,000	0,847	0,334	Valid
13.	Setelah saya mengikuti museum keliling saya lebih memilih museum Mpu Purwa sebagai tujuan kunjungan dibandingkan museum lain	0,011	0,426	0,334	Valid
14.	Museum Mpu Purwa menjadi salah satu pilihan utama saya sebagai tempat wisata edukasi sejarah	0,001	0,520	0,334	Valid
15.	Informasi yang saya dapat dari museum keliling membuat museum Mpu Purwa lebih saya utamakan dibandingkan wisata edukasi lainnya	0,018	0,397	0,334	Valid
16.	Saya lebih memilih museum Mpu Purwa sebagai sarana belajar sejarah dibandingkan tempat wisata edukasi lain	0,378	0,154	0,334	Tidak Valid
17.	Kegiatan museum keliling membuat saya yakin bahwa museum Mpu Purwa layak untuk dikunjungi	0,001	0,527	0,334	Valid
18.	Saya percaya bahwa kunjungan ke museum ini akan memberikan pengalaman yang sangat bermanfaat	0,000	0,566	0,334	Valid
19.	Program museum keliling meyakinkan saya bahwa museum Mpu Purwa memiliki nilai edukasi yang tinggi serta nilai sejarah yang penting	0,021	0,390	0,334	Valid
20.	Saya yakin setelah berkunjung ke museum Mpu Purwa kebutuhan saya terhadap pendidikan sejarah akan terpenuhi.	0,001	0,534	0,334	Valid

No	Pernyataan	Nilai sig	R hitung	R tabel	Keterangan
21.	Saya memutuskan untuk mengunjungi museum Mpu Purwa setelah saya mengikuti kegiatan museum keliling	0,000	0,592	0,334	Valid
22.	Saya melakukan kunjungan ke museum Mpu Purwa sebagai bentuk realisasi informasi dalam kegiatan museum Mpu Purwa	0,001	0,556	0,334	Valid
23.	Kegiatan museum keliling mendorong saya untuk melakukan kunjungan ke museum Mpu Purwa	0,000	0,722	0,334	Valid
24.	Saya akan bersedia berkunjung kembali ke museum Mpu Purwa sebagai tempat kunjungan wisata edukasi	0,000	0,731	0,334	valid

Pada tabel 4.1 terlihat bahwa hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung untuk sebagian pernyataan lebih besar dari pada nilai r tabel 0,334. dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Namun, terdapat 2 butir pernyataan yang tidak memenuhi kriteria validitas karena nilai r hitung lebih kecil serta nilai signifikansi nya lebih besar yakni pada pernyataan nomer 1 pada indikator *awareness* dan pernyataan nomer pada indikator *preference* 16. Dengan demikian 2 pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid dan tidak bisa digunakan dalam analisis selanjutnya. Oleh karena itu, 2 pernyataan tidak valid di eliminasi dan tersisa 22 pernyataan lainnya yang dapat digunakan untuk olah data selanjutnya yang dinyatakan valid.

4.1.4 Hasil Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini menerapkan bahwa analisi pengujian Cronbach Alpha menggunakan SPSS versi 26. Hasil dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,60 sedangkan dikatakan tidak reliabel jika nilai Cronbach's alpha < 0,60.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.916	22

Dapat dilihat pada tabel 4.2 nilai Cronbach Alpha yang diperoleh adalah 0,916 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner penelitian dinyatakan reliabel. Berarti instrumen penelitian memiliki nilai keandalan yang cukup tinggi yaitu dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang konsisten sehingga dapat menjadi alat ukur dalam penelitian ini.

4.1.5 Hasil Analisis Data

Hasil analisis data dilakukan dengan menghitung persentase dari setiap butir pernyataan dalam kuesioner penelitian, kemudian menghitung mean atau rata-rata serta penarikan interpretasi kategori dari setiap indikator yakni *awareness*, *knowledge*, *liking*, *preference*, *conviction*, dan *purchase*.

4.1.5.1 Indikator Awareness

Salah satu indikator dalam model *Hierarchy of effect* adalah *awareness* yakni tingkat pengetahuan awal responden terhadap keberadaan suatu objek sebelum terbentuknya pemahaman lebih lanjut. Pada indikator *awareness* ini terdapat tiga. Pada ketiga pernyataan tersebut berkaitan dengan sejauh mana responden mengetahui keberadaan museum Mpu Purwa melalui kegiatan yang telah diikutinya ialah program museum keliling.



Gambar 4. 5 Diagram Museum Keliling Menjadi Sumber Utama Responden Dalam Mengetahui Keberadaan Museum Mpu Purwa

Diagram diatas merupakan persentase dari pernyataan kedua dari indikator *awareness* menunjukkan bahwa terdapat 0 (0%) responden menetapkan sangat

tidak setuju, 15 (15.46%) responden menetapkan tidak setuju, 55 (57.73%) responden menetapkan setuju, 26 (28.80%) responden menetapkan sangat setuju.

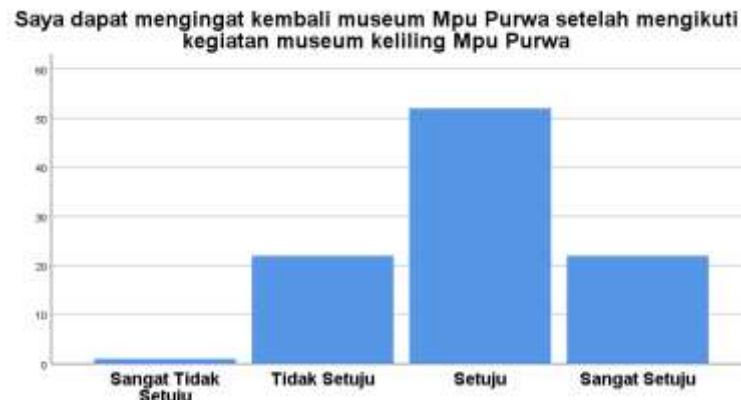
Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata/mean pada pernyataan “Museum keliling menjadi sumber utama saya dalam mengetahui keberadaan museum Mpu Purwa” pada indikator *awareness* diperoleh 3.11 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan museum keliling menjadi salah satu sumber utama bagi responden dalam mengetahui keberadaan museum Mpu Purwa yang juga terlihat dari hasil data jawaban “setuju” yang menunjukkan hasil yang lebih dominan.



Gambar 4. 6 Diagram Museum Keliling Berhasil Menarik Perhatian Responden Terhadap Keberadaan Museum Mpu Purwa

Diagram diatas merupakan persentase dari pernyataan ketiga dari indikator *awareness* menunjukkan bahwa terdapat 0 (0%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 10 (10.31%) responden menetapkan tidak setuju, 58 (59.8%) responden menetapkan setuju, 29 (29.90%) responden menetapkan sangat setuju.

Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata (mean) pada pernyataan “kegiatan museum keliling berhasil menarik perhatian saya terhadap keberadaan museum Mpu Purwa” pada tahap *awareness* diperoleh 3.19 yang termasuk dalam kategori tinggi. Tanggapan positif responden terlihat dari hasil jawaban yang dominan pada “setuju” hal ini menunjukkan bahwa kegiatan museum keliling mampu menarik perhatian responden terhadap adanya keberadaan museum Mpu Purwa.



Gambar 4. 7 Diagram Responden Dapat Mengingat Kembali Museum Mpu Purwa Setelah Mengikuti Kegiatan Museum Keliling

Diagram diatas merupakan persentase dari pernyataan keempat dari indikator *awareness* menunjukkan bahwa terdapat 1 (1.03%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 22 (22.68%) responden menetapkan tidak setuju, 52 (53.61%) responden menetapkan setuju, 22 (22.68%) responden menetapkan sangat setuju.

Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata (mean) pada pernyataan “Saya dapat mengingat kembali museum Mpu Purwa setelah mengikuti kegiatan museum keliling Mpu Purwa” pada tahap *awareness* diperoleh 2.97 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan museum keliling membantu responden untuk mengingat keberadaan museum Mpu Purwa. Selain itu juga terlihat dari dominan hasil jawaban pada “setuju”.

Tabel 4. 3 Hasil Grand Mean Awareness

	N	Grand Mean	Std. Deviation
awareness	97	3.0962	.53350
Valid N (listwise)	97		

Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata (mean) pada indikator *awareness* menggunakan *software* SPSS diperoleh nilai sebesar 3,09 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden memiliki tingkat kesadaran yang cukup terhadap keberadaan Museum Mpu Purwa. Dengan demikian, program museum keliling dapat dikatakan berperan dalam

meningkatkan *awareness* responden terhadap keberadaan museum Mpu Purwa Kota Malang.

4.1.5.2 Indikator Knowledge

Indikator kedua pada teori *Hierarchy of effect* adalah *Knowledge* yakni tingkat pemahaman responden terhadap informasi yang berkaitan dengan suatu objek setelah adanya kesadaran awal. Responden pada tahap ini tidak hanya sekedar mengetahui keberadaan suatu objek akan tetapi mulai memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai manfaat serta nilai yang dimiliki. Pada indikator knowledge ini terdapat 4 pernyataan terkait sejauh mana responden memahami informasi mengenai museum Mpu Purwa setelah mengikuti kegiatan program museum keliling.



Gambar 4. 8 Diagram Museum Keliling Memberikan Informasi Yang Jelas Tentang Koleksi Arca dan Benda Bersejarah Yang Ada Di Museum Mpu Purwa

Diagram pada gambar 4.8 merupakan persentase dari pernyataan “Kegiatan museum keliling memberikan informasi yang jelas tentang koleksi arca dan benda bersejarah yang ada di museum Mpu Purwa” dari indikator *knowledge* menunjukkan bahwa terdapat 1 (1.03%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 11 (11.34%) responden menetapkan tidak setuju, 50 (51.55%) responden menetapkan setuju, 35 (36.08%) responden menetapkan sangat setuju.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan diatas pada tahap *knowledge* ini diperoleh 3.22 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan museum keliling telah memberikan informasi

yang cukup jelas tentang koleksi serta benda yang dimiliki oleh museum Mpu Purwa kepada responden yang mana terlihat dari dominan hasil jawaban pada “setuju”.



Gambar 4. 9 Diagram Museum Keliling Membantu Responden Dalam Memahami Makna Sejarah dan Nilai Budaya Yang Terkandung di Dalam Koleksi Museum Mpu Purwa

Diagram pada gambar 4.9 merupakan persentase dari pernyataan “kegiatan museum keliling membantu saya dalam memahami makna sejarah dan juga nilai budaya yang terkandung dalam koleksi museum Mpu Purwa” dari indikator *knowledge* menunjukkan bahwa terdapat 0 (0%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 7 (7.22%) responden menetapkan tidak setuju, 45 (46.39%) responden menetapkan setuju, 45 (46.39%) responden menetapkan sangat setuju.

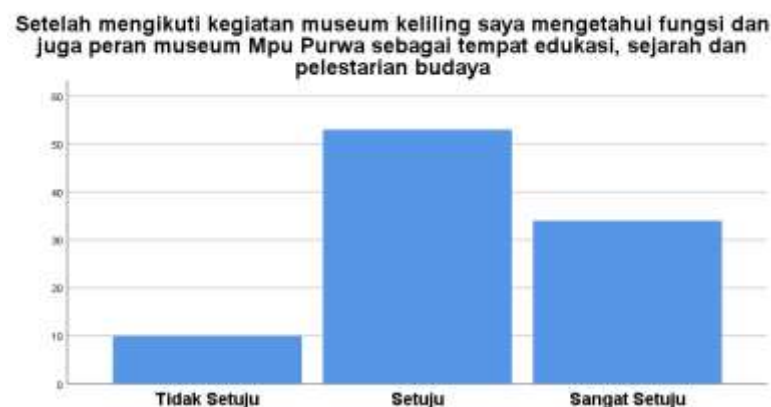
Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata (mean) pada pernyataan kedua pada tahap *knowledge* diperoleh 3.39 yang termasuk dalam kategori tinggi. Dapat dilihat dari nilai positif dan jawaban yang lebih dominan pada “setuju” dan “sangat setuju”. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa sangat terbantu dalam memahami makna dari sejarah serta nilai budaya yang terkandung dalam museum Mpu Purwa melalui program museum keliling.



Gambar 4. 10 Diagram Responden Mengetahui Daya Tarik Dan Keunikan Yang Terdapat Di Museum Mpu Purwa Sebagai Tempat Edukasi Setelah Mengikuti Museum Keliling

Diagram diatas merupakan persentase dari pernyataan “Saya mengetahui daya tarik serta keunikan yang terdapat di museum Mpu Purwa sebagai tempat edukasi setelah mengikuti kegiatan museum keliling” dari indikator *knowledge* menunjukkan bahwa terdapat 0 (0%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 13 (13.40%) responden menetapkan tidak setuju, 53 (54.64%) responden menetapkan setuju, 31 (31.96%) responden menetapkan sangat setuju.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan ketiga pada tahap *knowledge* diperoleh 3.18 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan museum keliling mampu membuat responden memahami keunikan serta daya tarik yang terdapat di museum Mpu Purwa sebagai tempat edukasi yang dapat terlihat dari dominan hasil jawaban pada “setuju”.



Gambar 4. 11 Diagram Responden Mengetahui Fungsi dan Peran Museum Mpu Purwa Sebagai Tempat Edukasi Sejarah Dan Pelestarian Setelah Mengikuti Museum Keliling

Diagram diatas merupakan persentase dari pernyataan “Setelah mengikuti kegiatan museum keliling saya mengetahui fungsi dan juga peran museum Mpu Purwa sebagai tempat edukasi, sejarah dan pelestarian budaya” dari indikator *knowledge* menunjukkan bahwa terdapat 0 (0%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 10 (10.31%) responden menetapkan tidak setuju, 53 (54.64%) responden menetapkan setuju, 34 (35.05%) responden menetapkan sangat setuju.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan keempat pada tahap *knowledge* diperoleh 3.24 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini dapat dilihat dari dominan jawaban yang menunjukkan pada “setuju” yang berarti responden telah mengetahui fungsi serta peran museum Mpu Purwa sebagai tempat edukasi, sejarah dan pelestarian budaya setelah mengikuti museum keliling.

Tabel 4. 4 Hasil Grand Mean Knowledge

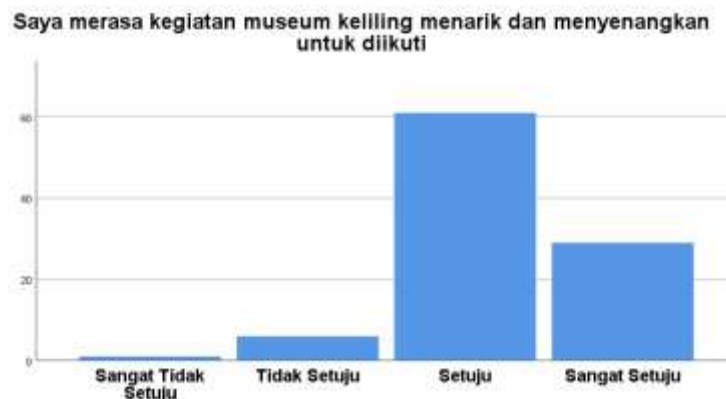
	N	Grand Mean	Std. Deviation
knowledge	97	3.2629	.48596
Valid N (listwise)	97		

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada indikator *knowledge* menggunakan *software* SPSS diperoleh nilai sebesar 3,26 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden memiliki tingkat pemahaman yang tinggi mengenai Museum Mpu Purwa. Dengan demikian, program museum keliling dapat dikatakan berperan dalam meningkatkan pemahaman responden terhadap informasi, daya tarik serta manfaat yang dimiliki museum Mpu Purwa Kota Malang.

4.1.5.3 Indikator Liking

Indikator ketiga dalam teori *Hierarchy of effect* ialah *liking* yakni responden mulai menunjukkan rasa suka atau ketertarikan terhadap suatu objek setelah memperoleh informasi yang cukup. Pada tahap ini responden tidak hanya sekedar mengetahui tetapi juga mulai membentuk sikap yang positif serta mulai menilai apakah mereka menyukai objek melalui kegiatan yang pernah ia ikuti. Pada

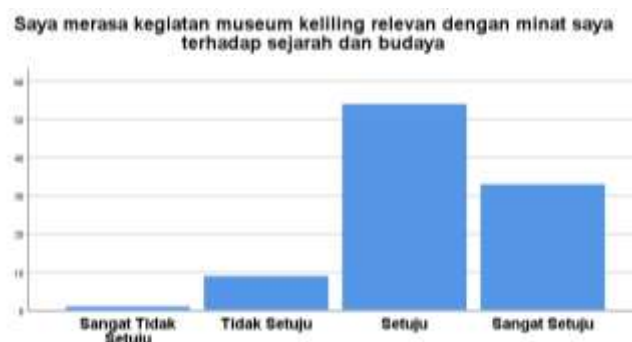
indikator liking ini terdapat 4 pernyataan yang digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat ketertarikan responden terhadap museum Mpu Purwa melalui kegiatan yang telah diikuti yakni museum keliling.



Gambar 4. 12 Diagram Responden Merasa Museum Keliling Menarik dan Menyenangkan Untuk Diikuti

Diagram diatas merupakan persentase dari pernyataan pertama dari indikator *liking* menunjukkan bahwa terdapat 1 (1.03%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 6 (6.19%) responden menetapkan tidak setuju, 61 (62.89%) responden menetapkan setuju, 29 (29.90%) responden menetapkan sangat setuju.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan “Saya merasa kegiatan museum keliling menarik dan menyenangkan untuk diikuti” pada tahap *liking* diperoleh 3.21 yang termasuk dalam kategori tinggi. Tanggapan positif responden terlihat dari hasil jawaban yang dominan pada “setuju” dan hal ini menunjukkan bahwa responden merasa senang dan menarik telah mengikuti kegiatan museum keliling.



Gambar 4. 13 Diagram Responden Merasa Museum Keliling Relevan Dengan Minat Terhadap Sejarah dan Budaya

Diagram pada gambar 4.13 merupakan persentase dari pernyataan kedua dari indikator *liking* menunjukkan bahwa terdapat 1 (1.03%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 9 (9.28%) responden menetapkan tidak setuju, 54 (55.87%) responden menetapkan setuju, 33 (34.02%) responden menetapkan sangat setuju.

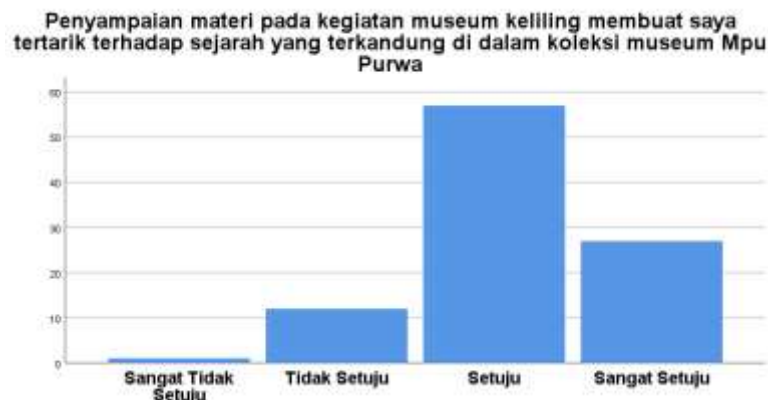
Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan “Saya merasa kegiatan museum keliling relevan dengan minat saya terhadap sejarah dan budaya” pada tahap *liking* diperoleh 3.22 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa museum keliling sesuai dengan minat responden terhadap sejarah dan budaya. tanggapan tersebut dapat dilihat dari dominan jawaban responden yang menunjukkan pada “setuju”.



Gambar 4. 14 Diagram Adanya Museum Keliling Menimbulkan Rasa Suka Responden Terhadap Koleksi Arca Yang Ada di Museum Mpu Purwa

Diagram diatas merupakan persentase dari pernyataan ketiga dari indikator *liking* menunjukkan bahwa terdapat 2 (2.06%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 5 (5.15%) responden menetapkan tidak setuju, 63 (64.95%) responden menetapkan setuju, 27 (27.84%) responden menetapkan sangat setuju.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan “Dengan adanya museum keliling menimbulkan rasa suka saya terhadap koleksi arca yang ada di museum Mpu Purwa” pada tahap *liking* diperoleh 3.18 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa museum keliling dapat menimbulkan rasa suka responden terhadap koleksi arca yang terdapat di museum Mpu Purwa. Tanggapan tersebut dapat dilihat dari dominan jawaban responden yang menunjukkan pada jawaban “setuju”.



Gambar 4. 15 Diagram Penyampaian Materi Museum Keliling Membuat Responden Tertarik Terhadap Sejarah yang Terkandung Dalam Koleksi Museum Mpu Purwa

Diagram diatas merupakan persentase dari pernyataan keempat dari indikator *liking* menunjukkan bahwa terdapat 1 (1.03%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 12 (12.37%) responden menetapkan tidak setuju, 57 (58.76%) responden menetapkan setuju, 27 (27.84%) responden menetapkan sangat setuju.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan “Penyampaian materi pada kegiatan museum keliling membuat saya tertarik terhadap sejarah yang terkandung di dalam koleksi museum Mpu Purwa” pada tahap *liking* diperoleh 3.13 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban responden yang dominan kepada “setuju” yang menunjukkan bahwa penyampain materi pada kegiatan museum keliling dapat menimbulkan rasa tertarik responden terhadap sejarah yang terkandung di dalam koleksi museum Mpu Purwa.

Tabel 4. 5 Hasil Grand Mean Liking

	N	Grand Mean	Std. Deviation
liking	97	3.1907	.48382
Valid N (listwise)	97		

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada indikator *liking* menggunakan *software* SPSS diperoleh nilai sebesar 3,19 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden

memiliki tingkat ketertarikan serta kesukaan yang cukup mengenai Museum Mpu Purwa. Dengan demikian, program museum keliling dapat dikatakan berperan dalam meningkatkan ketertarikan responden terhadap koleksi arca serta sejarah yang dimiliki museum Mpu Purwa Kota Malang.

4.1.5.4 Indikator Preference

Indikator *Preference* ini merupakan tahap ke empat dari teori Hierarchy of effect yang mana pada tahap ini responden mulai menempatkan objek yang telah disukai sebagai pilihan yang paling diutamakan dibandingkan dengan objek lainnya. Responden tidak hanya menunjukkan rasa suka akan tetapi juga mulai memiliki kecenderungan untuk memilih serta memprioritaskan museum Mpu Purwa. Pada indikator *preference* ini terdapat 3 pernyataan yang digunakan untuk mengukur sejauh mana responden telah menyukai serta memilih museum Mpu Purwa melalui kegiatan yang telah diikuti.



Gambar 4. 16 Diagram Setelah Mengikuti Museum Keliling Responden Lebih Memilih Museum Mpu Purwa Sebagai Tujuan Kunjungan Dibandingkan Museum Lain

Diagram pada gambar 4.16 merupakan persentase dari pernyataan “Setelah saya mengikuti museum keliling saya lebih memilih museum Mpu Purwa sebagai tujuan kunjungan dibandingkan museum lain” dari indikator *preference* menunjukkan bahwa terdapat 2 (2.06%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 35 (36.08%) responden menetapkan tidak setuju, 45 (46.39%) responden menetapkan setuju, 15 (15.46%) responden menetapkan sangat setuju.

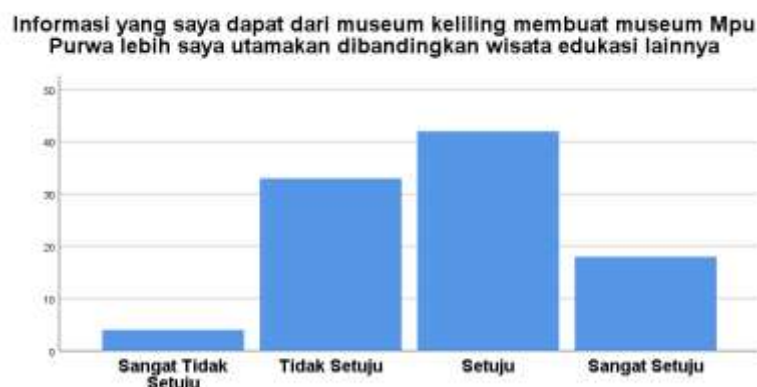
Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan diatas pada tahap *liking* ini diperoleh 2.75 yang termasuk dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan museum keliling telah memberikan dampak responden untuk memilih berkunjung ke museum Mpu Purwa dibandingkan ke museum lainnya yang mana terlihat dari dominan hasil jawaban responden pada jawaban “setuju”.



Gambar 4. 17 Diagram Museum Mpu Purwa Menjadi Salah Satu Pilihan Utama Responden Sebagai Tempat Wisata Edukasi Sejarah

Diagram pada gambar diatas merupakan persentase dari pernyataan “Museum Mpu Purwa menjadi salah satu pilihan utama saya sebagai tempat wisata edukasi sejarah” dari indikator *preference* menunjukkan bahwa terdapat 3 (3.09%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 12 (12.37%) responden menetapkan tidak setuju, 64 (65.98%) responden menetapkan setuju, 18 (18.56%) responden menetapkan sangat setuju.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan diatas pada tahap *preference* ini diperoleh 3.00 yang termasuk dalam kategori tinggi. Dari hasil data yang menunjukkan jawaban yang lebih dominan ialah jawaban “setuju” Hal ini menunjukkan bahwa museum keliling mampu menjadikan museum Mpu Purwa wisata edukasi utama sejarah yang pilih oleh responden.



Gambar 4. 18 Diagram Informasi Yang Di Dapat Responden Dari Museum Keliling Membuat Museum Mpu Purwa Lebih Di Utamakan Dibanding Wisata Edukasi Lainnya

Diagram pada gambar 4.18 merupakan persentase dari pernyataan “Informasi yang saya dapat dari museum keliling membuat museum Mpu Purwa lebih saya utamakan dibandingkan wisata edukasi lainnya” dari indikator *preference* menunjukkan bahwa terdapat 4 (4.12%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 33 (34.02%) responden menetapkan tidak setuju, 42 (43.30%) responden menetapkan setuju, 18 (18.56%) responden menetapkan sangat setuju.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan diatas pada tahap *preference* ini diperoleh 2.76 yang termasuk dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa informasi dari adanya kegiatan museum keliling telah membuat responden cukup mengutamakan museum Mpu Purwa dibandingkan wisata edukasi lainnya. Yang terlihat pada jawaban responden mayoritas memilih “setuju” pada nilai mean pernyataan ini termasuk dalam kategori cukup/sedang.

Tabel 4. 6 Hasil Grand Mean Preference

	N	Grand Mean	Std. Deviation
<i>Preference</i>	97	2.8385	.61447
Valid N (listwise)	97		

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada indikator *preference* menggunakan *software* SPSS diperoleh nilai sebesar 2,83 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan

responden memiliki tingkat yang cukup dalam kecenderungan memilih dan memprioritaskan Museum Mpu Purwa. Dengan demikian, program museum keliling dapat dikatakan berperan dalam mendorong responden untuk menjadikan museum Mpu Purwa sebagai pilihan utama dibandingkan dengan tempat wisata edukasi lainnya di kota Malang.

4.1.5.5 Indikator Conviction

Indikator kelima dalam teori *Hierarchy of effect* adalah *conviction* yakni tahap dimana responden mulai memiliki keyakinan serta dorongan yang kuat terhadap suatu objek setelah melalui tahapan sebelumnya. Pada tahap ini responden tidak hanya merasa suka dan memprioritaskan objek akan tetapi juga telah memiliki keyakinan bahwa objek yang ia pilih merupakan pilihan yang tepat dan sudah memenuhi kebutuhannya. Pada konteks museum keliling ini, responden mulai merasa bahwa museum Mpu Purwa merupakan pilihan yang ideal sebagai sarana wisata edukasi sejarah yang dapat memberikan manfaat serta nilai yang sesuai dengan kebutuhan. Terdapat 4 pernyataan yang digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat keyakinan responden terhadap museum Mpu Purwa setelah mengikuti kegiatan program museum keliling dan juga sejauh mana keyakinan tersebut mendorong niat responden untuk memilih dan mengunjungi museum Mpu Purwa.

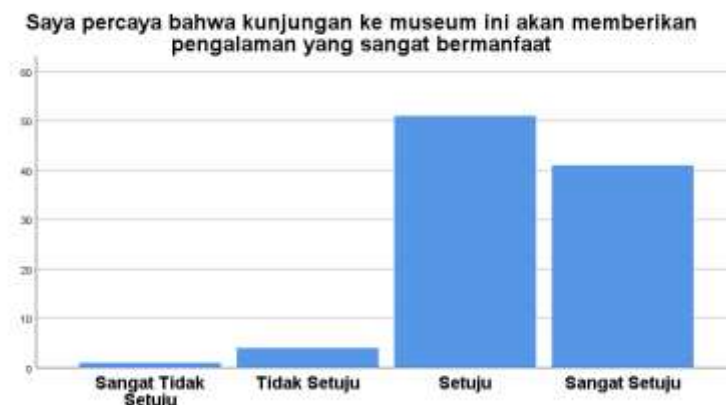


Gambar 4. 19 Diagram Museum Keliling Membuat Responden Yakin Bahwa Museum Mpu Purwa Layak Untuk Di Kunjungi

Diagram diatas merupakan persentase dari pernyataan pertama dari indikator *conviction* menunjukkan bahwa terdapat 0 (0%) responden menetapkan sangat

tidak setuju, 4 (4.12%) responden menetapkan tidak setuju, 62 (63.92%) responden menetapkan setuju, 31 (31.96%) responden menetapkan sangat setuju.

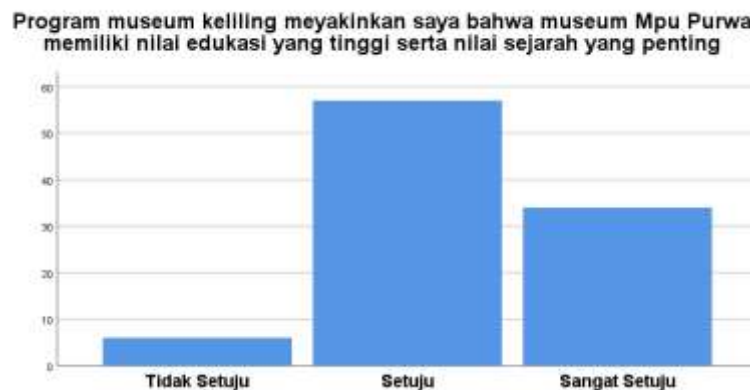
Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan “Kegiatan museum keliling membuat saya yakin bahwa museum Mpu Purwa layak untuk dikunjungi” pada tahap *conviction* diperoleh 3.27 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban responden yang dominan kepada “setuju” yang menunjukkan bahwa kegiatan museum keliling mampu membuat responden yakin bahwa museum Mpu Purwa layak untuk dikunjungi.



Gambar 4. 20 Diagram Responden Yakin Bahwa Kunjungan Ke Museum Akan Memberikan Pengalaman Yang Sangat Bermanfaat

Diagram diatas merupakan persentase dari pernyataan kedua dari indikator *conviction* menunjukkan bahwa terdapat 1 (1.03%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 4 (4.12%) responden menetapkan tidak setuju, 51 (52.58%) responden menetapkan setuju, 41 (42.27%) responden menetapkan sangat setuju.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan “saya yakin bahwa kunjungan ke museum ini akan memberikan pengalaman yang sangat bermanfaat” pada tahap *conviction* diperoleh 3.36 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban responden yang dominan kepada “setuju” yang menunjukkan bahwa responden yakin jika berkunjung ke museum Mpu Purwa akan memberikan pengalaman yang sangat bermanfaat.



Gambar 4. 21 Diagram Museum Keliling Meyakinkan Responden Bahwa Museum Mpu Purwa Memiliki Nilai Edukasi Yang Tinggi Dan Nilai Sejarah Yang Penting

Diagram diatas merupakan persentase dari pernyataan ketiga dari indikator *conviction* menunjukkan bahwa terdapat 0 (0%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 6 (6.19%) responden menetapkan tidak setuju, 57 (58.76%) responden menetapkan setuju, 34 (35.05%) responden menetapkan sangat setuju.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan “Program museum keliling meyakinkan saya bahwa museum Mpu Purwa memiliki nilai edukasi yang tinggi serta nilai sejarah yang penting” pada tahap *conviction* diperoleh 3.28 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban responden yang dominan kepada “setuju” yang menunjukkan bahwa melalui program museum kelilig ini responden yakin museum Mpu Purwa memiliki nilai edukasi yang tinggi dan nilai sejarah yang penting.



Gambar 4. 22 Diagram Responden Yakin Setelah Berkunjung Ke Museum Mpu Purwa Kebutuhan Terhadap Pendidikan Sejarah Akan Terpenuhi

Diagram diatas merupakan persentase dari pernyataan keempat dari indikator *conviction* menunjukkan bahwa terdapat 0 (0%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 15 (15.46%) responden menetapkan tidak setuju, 60 (61.86%) responden menetapkan setuju, 22 (22.68%) responden menetapkan sangat setuju.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan “saya yakin setelah berkunjung ke museum Mpu Purwa kebutuhan saya terhadap pendidikan sejarah akan terpenuhi” pada tahap *conviction* diperoleh 3.07 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban responden yang dominan kepada “setuju” yang menunjukkan bahwa responden yakin jika berkunjung ke museum Mpu Purwa kebutuhan pendidikan sejarah akan terpenuhi.

Tabel 4. 7 Hasil Grand Mean Conviction

	N	Grand Mean	Std. Deviation
<i>Conviction</i>	97	3.2500	.42543
Valid N (listwise)	97		

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada indikator *conviction* menggunakan *software* SPSS diperoleh nilai sebesar 3,25 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden memiliki tingkat yang cukup dalam keyakinan untuk memilih museum Mpu Purwa sebagai tempat untuk berkunjung. Dengan demikian, program museum keliling dapat dikatakan berperan dalam meyakinkan responden untuk menjadikan museum Mpu Purwa sebagai pilihan tempat wisata edukasi yang memiliki manfaat didalamnya.

4.1.5.6 Indikator Purchase

Teori *Hierarchy of effect* memiliki 6 tahapan dan yang ke 6 adalah *purchase*. Pada tahap ini responden sudah mengambil tindakan nyata setelah melalui tahap sebelumnya. Responden tidak hanya mengetahui, memiliki rasa suka, dijadikan sebagai pilihan, keyakinan akan tetapi responden telah sampai pada keputusan untuk melakukan tindakan sebagai bentuk nyata dari sikap sebelumnya yang sudah

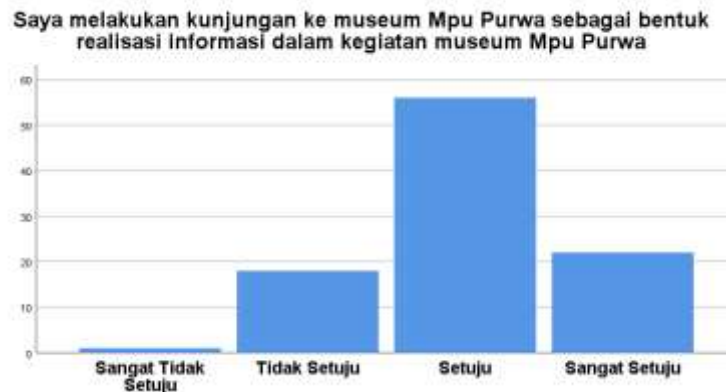
terbentu. Dalam konteks ini, responden sudah menunjukkan sikap untuk mengunjungi serta memanfaatkan museum Mpu Purwa setelah mengikuti kegiatan museum keliling. Pada indikator ini terdapat 4 pernyataan yang digunakan untuk mengukur sejauh mana responden benar-benar melakukan tindakan nyata seperti berkunjung ke museum Mpu Purwa.



Gambar 4. 23 Diagram Responden Memutuskan Untuk Mengunjungi Museum Mpu Purwa Setelah Mengikuti Museum Keliling

Diagram pada gambar 4.23 merupakan persentase dari pernyataan “saya memutuskan untuk mengunjungi museum Mpu Purwa setelah saya mengikuti kegiatan museum keliling” dari indikator *purchase* menunjukkan bahwa terdapat 1 (1.03%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 21 (21.65%) responden menetapkan tidak setuju, 59 (60.82%) responden menetapkan setuju, 16 (16.49%) responden menetapkan sangat setuju.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan diatas pada tahap *purchase* ini diperoleh 2.92 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan museum keliling telah membantu meyakinkan kepada responden untuk memutuskan mengunjungi museum Mpu Purwa yang mana terlihat dari dominan pada hasil jawaban “setuju”.



Gambar 4. 24 Diagram Responden Melakukan Kunjungan Museum Mpu Purwa Sebagai bentuk Realisasi Informasi Dalam Kegiatan Museum Keliling

Diagram pada gambar 4.24 merupakan persentase dari pernyataan “saya melakukan kunjungan ke museum Mpu Purwa sebagai bentuk realisasi informasi dalam kegiatan museum keliling” dari indikator *purchase* menunjukkan bahwa terdapat 1 (1.03%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 18 (18.56%) responden menetapkan tidak setuju, 56 (57.73%) responden menetapkan setuju, 22 (22.68%) responden menetapkan sangat setuju.

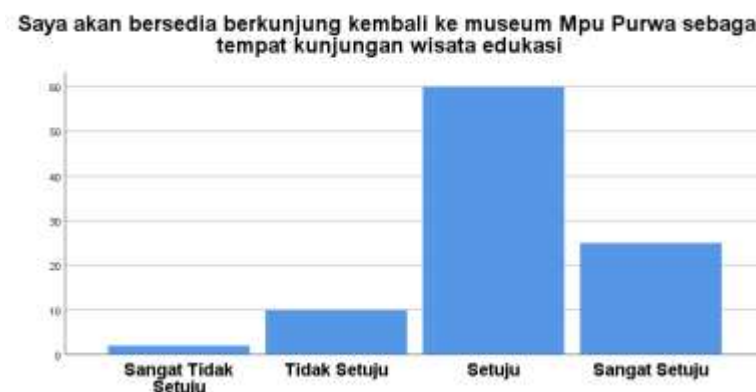
Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan diatas pada tahap *purchase* ini diperoleh 3.02 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden telah melakukan kunjungan ke museum Mpu Purwa sebagai bentuk realisasi dalam kegiatan museum keliling yang pernah responden ikuti yang mana terlihat dari dominan pada hasil jawaban “setuju”.



Gambar 4. 25 Diagram Museum Keliling Mendorong Responden Untuk Melakukan Kunjungan Ke Museum Mpu Purwa

Diagram pada gambar 4.25 merupakan persentase dari pernyataan “kegiatan museum keliling mendorong saya untuk melakukan kunjungan ke museum Mpu Purwa” dari indikator *purchase* menunjukkan bahwa terdapat 2 (2.06%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 17 (17.53%) responden menetapkan tidak setuju, 53 (54.64%) responden menetapkan setuju, 25 (25.77%) responden menetapkan sangat setuju.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan diatas pada tahap *purchase* ini diperoleh 3.04 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa museum keliling telah mendorong responden untuk melakukan kunjungan ke museum Mpu Purwa mana terlihat dari dominan pada hasil jawaban “setuju”.



Gambar 4. 26 Diagram Responden Akan Bersedia Berkunjung Kembali Ke Museum Mpu Purwa Sebagai Tempat Kunjungan Wisata Edukasi

Diagram pada gambar 4.26 merupakan persentase dari pernyataan “saya akan bersedia berkunjung kembali ke museum Mpu Purwa sebagai tempat kunjungan wisata edukasi” dari indikator *purchase* menunjukkan bahwa terdapat 2 (2.06%) responden menetapkan sangat tidak setuju, 10 (10.31%) responden menetapkan tidak setuju, 60 (51.86%) responden menetapkan setuju, 25 (25.77%) responden menetapkan sangat setuju.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada pernyataan diatas pada tahap *purchase* ini diperoleh 3.11 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden akan bersedia mengunjungi kembali museum

Mpu Purwa sebagai tempat wisata edukasi yang mana terlihat dari dominan pada hasil jawaban “setuju”.

Tabel 4. 8 Hasil Grand Mean Purchase

	N	Grand Mean	Std. Deviation
<i>Purchase</i>	97	3.0258	.52723
Valid N (listwise)	97		

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata (mean) pada indikator *purchase* menggunakan *software* SPSS diperoleh nilai sebesar 3,02 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden telah memiliki tingkat tindakan nyata yang cukup dalam mengunjungi museum Mpu Purwa sebagai tempat wisata edukasi. Dengan demikian, program museum keliling dapat dikatakan berperan dalam mendorong responden melakukan aksi nyata yakni kunjungan ke museum Mpu Purwa sebagai bentuk implementasi dari pengetahuan, ketertarikan serta keyakinan yang telah terbentuk pada sikap sebelumnya.

4.1.6 Hasil Perhitungan Grand Mean

Berikut merupakan hasil dari Grand mean keseluruhan mulai dari indikator awareness hingga purchase berdasarkan perhitungan perangkat lunak SPSS versi 26. Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa total grand mean pada ke enam indikator yang menjadi alat ukur program museum keliling dalam meningkatkan kesadaran terhadap keberadaan museum Mpu Purwa ialah 3.11. mengacu pada skala penilaian pada tabel 3.4 nilai yang dihasilkan berada pada rentang skala yang artinya termasuk dalam kategori tinggi. Dapat diketahui bahwa indikator knowledge mendapat nilai *grand mean* paling tinggi yaitu 3.26 yang termasuk dalam kategori tinggi. Sedangkan untuk indikator preference mendapat nilai *grand mean* paling rendah sebesar 2.83 yang termasuk dalam kategori tinggi.

Tabel 4. 9 Hasil Grand Mean Keseluruhan

Variabel	Pernyataan	Mean	Grand Mean	Kategori
Awareness	1	3.11	3.09	Tinggi
	2	3.19		
	3	2.97		
Knowledge	1	3.22	3.26	Tinggi
	2	3.39		
	3	3.18		
	4	3.24		
Liking	1	3.21	3.19	Tinggi
	2	3.22		
	3	3.18		
	4	3.13		
Preferences	1	2.75	2.83	Tinggi
	2	3.00		
	3	2.76		
Conviction	1	3.27	3.25	Tinggi
	2	3.36		
	3	3.28		
	4	3.07		
Purchase	1	2.92	3.02	Tinggi
	2	3.02		
	3	3.04		
	4	3.11		
Total Rata-rata			3.11	Tinggi

4.2 Pembahasan Penelitian

Pembahasan penelitian ini mengenai program promosi museum keliling dalam meningkatkan kesadaran terhadap keberadaan museum Mpu Purwa Kota Malang berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Lavideg & Steiner (1961) yang terdiri dari enam indikator yaitu *awareness*, *knowledge*, *liking*, *preference*, *conviction*, dan *purchase*.

4.2.1 Analisis Program Promosi Museum Keliling Dalam Meningkatkan

Kesadaran Terhadap Keberadaan Museum Mpu Purwa Kota Malang

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program promosi museum keliling yang telah dilaksanakan oleh museum Mpu Purwa Kota Malang secara umum berperan aktif dalam meningkatkan kesadaran peserta terhadap keberadaan

museum Mpu Purwa. Terdapat enam indikator utama yang menjadi alat ukur dalam penelitian ini yang berdasarkan pada teori *Hierarchy of effect* yang dikembangkan oleh Lavidge & Steiner (1961) yakni *awareness, knowledge, liking, preference, conviction dan purchase*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak museum yaitu bapak Nurman selaku penanggung jawab kegiatan museum keliling, program museum keliling ini dilaksanakan melalui beberapa pendekatan promosi yang mana bertujuan untuk memperkenalkan museum kepada masyarakat khususnya para pelajar yang memiliki keterbatasan akses menuju lokasi museum. Pendekatan yang dilakukan yakni promosi secara langsung dengan mendatangi sekolah untuk menyampaikan informasi mengenai museum Mpu Purwa, sejarah museum, koleksi, dan juga fungsi museum sebagai pusat edukasi serta pelestarian budaya. pendekatan promosi tersebut diterapkan supaya peserta memperoleh pengalaman menerima informasi secara langsung sehingga lebih mudah mengenali keberadaan museum. Selain itu, museum Mpu Purwa menerapkan promosi yang edukatif melalui penyampaian materi sejarah dan nilai budaya koleksi arca langsung dari narasumber yang berasal dari ahli cagar budaya. penyampaian informasi dilakukan secara komunikatif dengan bahasa yang disesuaikan dengan peserta supaya materi lebih mudah dipahami. Pihak museum menggunakan pendekatan promosi secara interaktif kepada peserta yakni melalui sesi tanya jawab, permainan, serta memberikan kesempatan kepada peserta untuk melihat dan menyentuh koleksi arca sesuai dengan SOP yang berlaku. Dengan begitu bertujuan untuk meningkatkan perhatian, keterlibatan dan juga ketertarikan peserta terhadap kegiatan museum keliling.

Indikator *awareness* merupakan indikator yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kesadaran awal responden terhadap keberadaan museum Mpu Purwa melalui kegiatan program museum keliling. Pada tahap ini, program museum keliling melakukan promosi langsung melalui kunjungan ke sekolah yang dituju dengan membawa koleksi 3 sampai 4 arca dan memberikan pengenalan mengenai museum Mpu Purwa kepada peserta. Pelaksanaan program promosi langsung yang dilakukan museum Mpu Purwa melalui kegiatan museum keliling tersebut mampu memperluas pengenalan kepada para peserta serta penyampaian

informasi secara langsung membantu peserta lebih mudah mengenali dan juga mengingat keberadaan museum Mpu Purwa. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Isdianti (2025) bahwa *awareness* merupakan tahap awal dimana konsumen mulai menyadari keberadaan suatu produk melalui berbagai usaha promosi yang dilakukan supaya para konsumen dapat mengenali serta mengingat suatu produk tersebut. Dari hasil olah data, menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan jawaban setuju pada ketiga pernyataan yang artinya responden mengakui bahwa museum keliling berperan menjadi sumber utama mereka dalam mengetahui keberadaan museum Mpu Purwa, berhasil menarik perhatian, dan juga membantu responden dalam mengingat kembali keberadaan museum Mpu Purwa. Dengan demikian, kegiatan museum keliling berhasil menjalankan fungsi dari tujuan utama program promosi yaitu memperkenalkan museum Mpu Purwa kepada peserta. Kemudian, pada data di atas sebagian dari Nilai mean pada indikator *awareness* adalah 3,09 yang termasuk pada kategori tinggi, hal ini menunjukkan bahwa program museum keliling telah berperan dalam membentuk kesadaran awal peserta terhadap keberadaan museum Mpu Purwa Kota Malang.

Indikator *knowledge* merupakan aspek yang penting dalam proses peningkatan pemahaman peserta karena di dalam indikator ini peserta memperoleh informasi yang mendalam terkait arca, nilai sejarah dan fungsi dari museum Mpu Purwa itu sendiri melalui kegiatan museum keliling yang pernah mereka ikuti. Pada tahap ini program promosi museum keliling melakukan pendekatan edukatif dengan memberikan informasi mengenai sejarah, nilai budaya, makna dari koleksi arca, dan juga fungsi dari museum Mpu Purwa itu sendiri kepada peserta. Penyampaian materi tersebut dilakukan oleh narasumber dari ahli cagar budaya sehingga peserta memperoleh informasi yang lebih mendalam terkait koleksi museum. Selain itu, peserta juga diperbolehkan untuk menyentuh koleksi secara langsung menggunakan alas tangan yang telah disediakan oleh pihak museum keliling. Dalam teori yang dipaparkan oleh Lavidge & Steiner (1961) *knowledge* ini merupakan langkah kedua yang harus dialami oleh konsumen secara berurutan yang mana konsumen tidak hanya sekedar sadar dengan keberadaan suatu produk

akan tetapi konsumen harus memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai daya tarik, manfaat yang dimiliki serta nilai yang ada didalamnya. Dalam hal ini sejalan dengan hasil data bahwa dengan adanya museum keliling peserta merasa terbantu dalam memahami makna sejarah dan nilai budaya yang terdapat di dalam koleksi museum Mpu Purwa melalui penyampaian materi yang dilakukan pada kegiatan museum keliling oleh Dinas secara langsung. Nilai mean sebesar 3,26 yang masuk dalam kategori tinggi yang dengan begitu program museum keliling ini telah berperan aktif serta dirancang dengan baik dalam menyampaikan informasi lebih dalam terkait museum Mpu Purwa dengan jelas dan mudah dipahami.

Ditinjau dalam perspektif islam dalam surat Az-Zumar ayat 9 yang berbunyi:

أَمَّنْ هُوَ قُتِبَتْ آثَاءُ الْآلِ سَاجِدًا وَقَاتِمًا يَحْذَرُ الْآخِرَةَ وَيَرْجُوا رَحْمَةَ رَبِّهِ ۚ قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ۚ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُوا الْأَلْبَابِ

Artinya: “Apakah kamu hai orang musyrik yang lebih beruntung ataukah orang yang beribadah di waktu-waktu malam dengan sujud dan berdiri, sedang ia takut kepada (azab) akhirat dan mengharapkan rahmat Tuhannya? Katakanlah: "Adakah sama orang-orang yang mengetahui dengan orang-orang yang tidak mengetahui?" Sesungguhnya orang yang berakal lah yang dapat menerima pelajaran.”

Dari tafsir ibnu katsir dalam TafsirWeb, (2018) ayat diatas menjelaskan bahwa dalam firman Allah SWT “ قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ” yaitu katakanlah adakah sama orang-orang yang mengetahui dengan orang-orang yang tidak mengetahui?. Bahwa apakah orang yang demikian itu sama dengan orang yang sebelumnya yang menjadikan tandingan-tandingan bagi Allah untuk menyesatkan manusia dari jalan Allah. Jawabannya tentu tidak sama. Orang yang berilmu memiliki kemampuan untuk memahami kebenaran dan juga mengambil pelajaran sedangkan orang yang tidak mengetahui cenderung berada dalam keterbatasan pemahaman itu. Oleh karena itu keduanya tidaklah sama. “orang yang mengetahui” ialah mereka yang menggunakan akalnya untuk merenungkan ayat-

ayat Allah sedangkan “orang yang tidak mengetahui” ialah mereka yang lalai dan tidak mau berfikir. Penggunaan akal disini ditegaskan bahwa seseorang harus mampu mengembangkan kemampuannya dalam berfikir kritis, analisis serta reflektif bukan hanya sekedar mengetahui informasi yang di dapat.

Dalam konteks pengetahuan, peserta yang telah memperoleh pengetahuan melalui program museum keliling memiliki pemahaman yang lebih baik dibandingkan dengan mereka yang belum mendapatkan informasi apapun terkait museum Mpu Purwa. Dengan ini museum keliling sudah memberikan informasi serta mampu memberikan pemahaman terkait koleksi arca serta sejarah, nilai dan juga makna dari koleksi arca yang dibawa ketika kegiatan museum keliling dilaksanakan. Peserta tidak hanya menerima informasi secara umum akan tetapi peserta mampu memahami isi pesan yang terdapat di dalam sejarah koleksi arca yang dibawa. Peningkatan pemahaman tersebut menunjukkan bahwa program promosi museum keliling berperan dalam mengembangkan kemampuan berfikir peserta secara lebih mendalam terhadap informasi yang telah diterima. Kegiatan museum keliling tidak hanya membuat peserta dapat memperluas wawasan mengenai warisan budaya yang terdapat dalam koleksi arca akan tetapi menekankan pentingnya penggunaan akal dalam memahami dan mengambil pelajaran dari setiap pengetahuan yang telah di dapat dari kegiatan museum keliling tersebut. Dalam konsep islam dijelaskan bahwa proses memperoleh pengetahuan tidak berhenti pada tahap mengetahui awareness (علم), tetapi berlanjut pada tahap memahami knowledge (فهم) dan pada akhirnya diwujudkan dalam bentuk pengamalan purchase (عمل). Oleh karena itu, program museum keliling tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga sarana edukasi yang mendorong peserta untuk memahami, menghargai, serta melestarikan warisan budaya sebagai bentuk pengamalan dari pengetahuan yang telah diperoleh.

Indikator *liking* merupakan tahap ketiga setelah peserta memperoleh pengetahuan yang cukup tentang museum Mpu Purwa. Hal ini apabila kegiatan museum keliling mampu memberikan kesan yang menarik dan menyenangkan maka akan terbentuk tindakan menyukai serta rasa yang positif. Dalam pelaksanaan

program museum keliling pihak museum tidak hanya menyampaikan materi sejarah saja akan tetapi, juga melibatkan peserta melalui sesi tanya jawab dan juga permainan selama kegiatan berlangsung. Pendekatan tersebut dilakukan supaya peserta tidak merasa bosan dan juga mampu menciptakan pengalaman belajar yang lebih menarik dan juga menyenangkan. Francis (2024) mengatakan apabila konsumen memiliki sikap negatif terhadap produk maka kegiatan promosi tidak akan efektif untuk dapat mengubah sikap konsumen serta produk harus diperbaiki supaya kualitas lebih meyakinkan. Sejalan dengan jika kegiatan museum keliling kurang menarik serta tidak relevan dengan minat peserta maka rasa suka yang terbentuk cenderung akan rendah. Dari hasil data pada indikator *liking* dengan nilai mean sebesar 3,19 menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa kegiatan museum keliling menarik dan menyenangkan dan mampu menimbulkan rasa suka terhadap koleksi arca yang ada di museum Mpu Purwa. Adapun aspek yang menunjukkan hasil yang cukup ialah relevansi kegiatan museum keliling dengan minat peserta terhadap sejarah dan budaya. dengan demikian program museum keliling sudah turut mendukung terbentuknya rasa suka peserta terhadap museum Mpu Purwa dan koleksi yang ada di dalam museum Mpu Purwa.

Selanjutnya pada indikator *preference* menunjukkan tahap ketika peserta mulai menjadikan museum Mpu Purwa sebagai pilihan utama dibandingkan wisata edukasi lainnya. Dalam pelaksanaan program museum keliling pihak museum telah berupaya memperkenalkan nilai edukatif, sejarah, dan daya tarik koleksi museum kepada peserta. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator ini memperoleh nilai yang paling rendah dengan nilai mean 2,83. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun peserta mengetahui dan menyukai museum Mpu Purwa mereka belum sepenuhnya menjadikan museum Mpu Purwa sebagai pilihan utama dibandingkan destinasi wisata edukasi lainnya. Terdapat beberapa aspek dalam indikator *preference* yang menjadi faktor penghambat ialah pada pernyataan bahwa peserta belum sepenuhnya mengutamakan museum Mpu Purwa sebagai tempat kunjungan dibandingkan wisata edukasi lainnya. Menurut Jonni & Hariyanti (2021) tahap ini merupakan tahap dimana konsumen mulai menempatkan produk yang telah disukai sebagai pilihan yang penting dan lebih diutamakan dibandingkan

dengan yang lainnya. Hal tersebut tidak sejalan dengan responden peserta yang mana peserta masih belum menempatkan museum Mpu Purwa sebagai pilihan utama untuk berkunjung dari pada wisata edukasi lainnya. Akan tetapi, tingkat keseluruhan pada setiap indikator masih dalam kategori cukup dan masih dalam batas wajar. Kondisi tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan bapak Nurman (penanggung jawab program museum keliling) yang menyatakan bahwa kemungkinan sebagian peserta merupakan generasi yang tumbuh ditengah perkembangan teknologi sehingga cenderung memiliki minat yang lebih besar terhadap sejarah klasik dibandingkan sejarah kuno dan Sebagian besar peserta program museum keliling merupakan pelajar yang umumnya memiliki waktu luang untuk berwisata pada akhir pekan. Akan tetapi, pada hari Sabtu dan Minggu Museum Mpu Purwa tidak beroperasi sehingga kesempatan peserta untuk melakukan kunjungan langsung ke museum menjadi terbatas.

Fenomena tersebut sejalan dengan penelitian Siburian et al., (2021) yang menjelaskan bahwa perkembangan teknologi dan masuknya budaya asing melalui berbagai media sosial menyebabkan generasi muda cenderung lebih tertarik ke budaya modern dibandingkan budaya tradisional. Dampaknya yakni berkurangnya pemahaman dan juga ketertarikan terhadap unsur budaya lokal termasuk juga sejarah serta peninggalan masa lampau yang terkesan kuno. Dengan demikian museum Mpu Purwa perlu terus mengembangkan inovasi program yang sesuai dengan karakteristik peserta seperti pemanfaatan media interaktif, *Augmented Reality* (AR) dan *Virtual Reality* (VR) mana dapat menjadi alternatif untuk meningkatkan keterlibatan peserta terhadap koleksi dan informasi yang disampaikan museum.

Pada indikator *conviction* peserta telah memberikan respon dan muncul keyakinan mengenai kelayakan serta manfaat museum Mpu Purwa sebagai tempat wisata edukasi sejarah setelah mengikuti kegiatan museum keliling. Dalam program museum keliling pihak museum memberikan informasi secara langsung mengenai nilai sejarah yang ada di koleksi, fungsi museum dan juga makna dari koleksi. Penyampaian materi oleh ahli cagar budaya dan kesempatan peserta

melihat koleksi secara langsung menjadikan peserta terbantu untuk membangun keyakinan terhadap berkunjung ke museum Mpu Purwa.

Pada tahap ini responden mulai memiliki keyakinan terhadap suatu objek setelah melalui tahapan sebelumnya. Responden tidak hanya sekedar tertarik tetapi juga memiliki keyakinan bahwa berkunjung ke museum Mpu Purwa merupakan pilihan yang tepat dan mampu memenuhi kebutuhan responden. Pada indikator *conviction* memperoleh nilai mean 3,25 yang termasuk dalam kategori tinggi namun pada beberapa pernyataan nilai mean pada indikator *conviction* termasuk dalam kategori tinggi. Dengan ini menunjukkan bahwa responden meyakini bahwa museum Mpu Purwa merupakan pilihan yang tepat sebagai tempat wisata edukasi sejarah setelah peserta mengikuti kegiatan program museum keliling. Berdasarkan hasil olah data mayoritas responden memberikan jawaban setuju pada seluruh pernyataan dalam indikator *conviction*. Dengan demikian, responden sudah memiliki keyakinan terhadap museum Mpu Purwa sebagai tempat yang layak untuk dikunjungi serta museum Mpu Purwa memiliki nilai edukatif yang sangat bermanfaat.

Pada indikator *purchase* sebagai tahap akhir dalam model *Hierarchy of effect* responden telah mengambil tindakan nyata yakni keputusan untuk mengunjungi museum Mpu Purwa setelah melalui kegiatan museum keliling. Dalam hal ini program museum keliling tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan museum kepada peserta akan tetapi juga museum keliling mendorong peserta untuk melakukan kunjungan langsung ke museum Mpu Purwa dengan mengenalkan lokasi museum, penyampaian informasi terkait koleksi dan juga manfaat yang diperoleh ketika berkunjung. Nilai mean pada indikator *purchase* sebesar 3,02 yang mana hasil data menunjukkan bahwa sebagian besar responden memutuskan untuk mengunjungi dan bersedia mengunjungi kembali museum Mpu Purwa sebagai tempat wisata edukasi. Kemudian responden mayoritas menjawab pada “setuju”. Hal ini merupakan indikasi yang positif bahwa program museum keliling tidak hanya mampu membangun kesadaran peserta akan tetapi mampu mendorong tindakan nyata yakni berkunjung dari peserta. Yang mana sejalan dengan pendapat Lavidge & Steiner (1961) yang mana *purchase* ini merupakan tindakan nyata yang

menunjukkan keberhasilan dari proses psikologi dan perubahan sikap yang terjadi pada tahapan sebelumnya. Dengan ini menunjukkan bahwa program museum keliling ini mampu mendorong tindakan nyata yakni kunjungan ke museum.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program museum keliling sebagai salah satu bentuk program promosi yang memiliki peran dalam membangun kesadaran dan pemahaman responden terhadap museum Mpu Purwa. Pelaksanaan museum keliling dilakukan melalui promosi secara langsung, edukatif, interaktif dan juga penyampaian informasi sejarah oleh ahli cagar budaya, serta interaksi secara langsung dengan koleksi arca tersebut membantu peserta mengenali, memahami, dan membangun ketertarikan terhadap museum Mpu Purwa. Hal ini menunjukkan bahwa dari tahapan *awareness* hingga *purchase* dalam model *hierarchy of effect* telah mulai terbentuk pada peserta melalui kegiatan museum keliling. Terlihat pada hasil dari indikator *awareness* hingga *Purchase* yang termasuk dalam kategori sedang hingga tinggi. Dengan demikian, museum keliling telah sejalan dengan tujuan utama dari program ini ialah memperkenalkan kepada masyarakat yang jauh dari tempat museum Mpu Purwa. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang diteliti oleh Maulidia et al., (2025) terkait branding serta kegiatan promosi melalui berbagai media yang mampu meningkatkan kesadaran serta memperkuat citra museum dimata masyarakat. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa penyampaian informasi yang terstruktur dan penggunaan media promosi yang tepat dapat membantu masyarakat mengenali dan juga memahami nilai yang dimiliki oleh museum.

Hal ini sangat relevan dengan hasil penelitian ini dimana program promosi kegiatan museum keliling sudah mampu memberikan pemahaman yang cukup baik kepada responden mengenai Museum Mpu Purwa. Akan tetapi, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa capaian pada indikator *preference* masih berada pada indikator paling rendah dibandingkan dengan indikator lain. Meskipun program museum keliling telah memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman. Masih diperlukan adanya upaya lanjutan terkait strategi promosi yang tidak hanya fokus kepada penyampaian materi tetapi juga kepada penguatan daya tarik dengan memanfaatkan media sosial, pembuatan video yang menarik, atau kuis

dengan tema sejarah. Hal tersebut penting supaya responden tidak hanya mengetahui dan juga memahami isi dari museum Mpu Purwa akan tetapi juga mampu menjadikan museum Mpu Purwa sebagai pilihan utama dalam wisata edukasi yang bermanfaat.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan dari penelitian yang telah dilaksanakan, terdapat enam indikator yang digunakan untuk mengukur sejauh mana kegiatan museum keliling dapat menumbuhkan kesadaran peserta terhadap keberadaan museum Mpu Purwa Kota Malang yaitu indikator *awareness, knowledge, liking, preference, conviction, dan purchase*. Dapat disimpulkan bahwa program promosi museum keliling memiliki peran dalam meningkatkan kesadaran peserta. Hal ini terlihat dari hasil pengukuran berdasarkan teori *hierarchy of effec* dari mulai tahap *awareness* hingga *purchase* menunjukkan nilai 3,11 dalam kategori tinggi. Program museum keliling ini mampu meningkatkan kesadaran dan pengetahuan peserta terkait keberadaan, fungsi, dan juga koleksi yang ada di museum Mpu Purwa. Peserta juga memahami informasi yang telah disampaikan dari kegiatan museum keliling, peserta merasa tertarik dan menyukai kegiatan museum keliling kemudian mulai menjadikan museum Mpu Purwa sebagai salah satu pilihan wisata edukasi untuk dikunjungi. Peserta juga menunjukkan adanya keyakinan untuk mengunjungi museum Mpu Purwa serta adanya dorongan untuk melakukan kunjungan ke museum sebagai bentuk tindak lanjut dari informasi yang didapat dari program museum keliling. Kemudian didukung dari berbagai upaya yang dilakukan oleh museum Mpu Purwa dengan mengenalkan koleksi, menjelaskan materi terkait sejarah koleksi dan museum Mpu Purwa serta kegiatan interaktif yang diciptakan oleh pihak museum supaya peserta menyukai hingga ingin melakukan kunjungan ke museum Mpu Purwa.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut beberapa rekomendasi yang penulis tujukan kepada pihak museum Mpu Purwa Kota Malang dan peneliti selanjutnya yang ingin meneliti hal serupa yaitu:

1. Pihak museum Mpu Purwa Kota Malang untuk mengoptimalkan waktu serta akses kunjungan khusus pada akhir pekan. pihak museum dapat mempertimbangkan penyesuaian jam operasional atau penyediaan alternatif kunjungan seperti mengadakan program khusus di akhir pekan. Hal ini bertujuan supaya peserta yang telah memiliki ketertarikan dapat merealisasikan kunjungan ke museum serta memudahkan pengunjung yang dari luar kota mengunjungi museum di akhir pekan.
2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji lebih lanjut terkait faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya pada indikator *preference* karena hal itu dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk pihak museum serta dapat mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi rendahnya indikator *preference* tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, K., & Priatna, W. B. (2025). Optimalisasi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Brand Awareness: Studi Kasus Whiz Hotel Cikini. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, 14(2), 31–38. <https://doi.org/10.35457/translitera.v14i2.4514>
- Afiana, F., Rahayu, A. P., & Agustiningrum, H. (2017). Hierarki Efek Model Pada Tayangan Iklan Youtube. *InterKomunika*, 2(2), 140. <https://doi.org/10.33376/ik.v2i2.33>
- Alfounnier, N., Nurdianto, W., & Dani, R. (2023). *Mengenal Museum Mpu Purwa Malang, Miliki Koleksi Arca 5 Kerajaan Nusantara*. TIMES Indonesia. <https://timesindonesia.co.id/wisata/445025/mengenal-museum-mpu-purwa-malang-miliki-koleksi-arca-5-kerajaan-nusantara>
- Amirudin, D. V., Muchsin, S., & Anadza, H. (2025). *Efektivitas Pelayanan Pembelajaran Di Luar Sekolah Dalam Rangka Peningkatan Edukasi Pelestarian Sejarah Bagi Pelajar Kota Malang (Studi Pada Museum Mpu Purwa)*. 19(2).
- Ananda, R., & Fadhli, M. (2018). *Statistik Pendidikan Teori Dan Praktik Dalam Pendidikan* (pertama). Cv. Widya Puspita.
- Ariyani, P. M., Winoto, Y., & Rodiah, S. (2023). Efektivitas Promosi Museum Benteng Vredeburg Melalui Media Sosial Instagram @Museum.Benteng.Vredeburg Dengan Analisis Model Atr. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 19(1), 9–23. <https://doi.org/10.53691/jpi.v19i1.309>
- Avianti, W., Martin, A., Prihatiningsih, D., Misesani, D., Yufrinalis, M., Angelina, M., Mbari, F., Ningsih, A. G., Yulianto, A., Rokhman, T. N., & Haqiyah, A. (2023). Metode Penelitian. *PT. Mifandi Mandiri Digital*.
- Batubara, A. F., & Maulida, M. (2024). *Peran Museum Dalam Pelestarian Sejarah Dan Budaya Masyarakat*.
- Girsang, C. N., & Kartikawangi, D. (2021). Two-Way Symmetrical Communication Pattern: Company Strategy to Build Engagement Through Social Media. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 271–286. <https://doi.org/10.24912/jk.v13i2.11191>
- Hogan, H. (2022). Mengenal Teori Tentang Sikap Konsumen. *Komunitas Pengusaha Tangan Di Atas*. <https://tangandiatas.com/mengenal-teori-tentang-sikap-konsumen/>
- Imam. (2022). Kognitif Adalah Aktivitas Mental, Ini Pengertian dan Fungsinya. *Fakultas Psikologi Terbaik Di Sumatera Utara*. <https://psikologi.uma.ac.id/kognitif-adalah-aktivitas-mental-ini-pengertian-dan-fungsinya/>
- Isdianti, H. (2025). Apa Itu Awareness? Jenis dan Perannya dalam Bisnis. *Barantum Blog*. <https://www.barantum.com/blog/awareness-adalah/>

- Januaji, D. (2023). *Strategi Promosi: 6 Tujuan dan Karakteristiknya*. <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-strategi-promosi/>
- Jonni, R. R., & Hariyanti, P. (2021). Pengaruh Konten Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Space Coffe Roastery Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(2), 119–134.
- ksbadmin. (2024). Pengertian Landasan Teori: Pentingnya dalam Penelitian. *Kampus Kwik Kian Gie*. <https://kwikkiangie.ac.id/2024/10/31/pengertian-landasan-teori-pentingnya-dalam-penelitian/>
- Lavidge, R. J., & Steiner, G. A. (1961). A Model for Predictive Measurements of Advertising Effectiveness. *Journal of Marketing*, 25(6), 59–62. <https://doi.org/10.1177/002224296102500611>
- Maulidia, S., Kusuma, B. H., Puspitadewi, G. C., & Adytya, R. (2025). Branding Design of the Indonesian Islamic Museum K.H. Hasyim Asy'ari in Strengthening the Museum's Brand Image. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 11(2), 150–172. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v11i2.76644>
- Mohamad, S., Hasan, R., & Wantu, A. (2024). Optimalisasi Peran Museum sebagai Sumber Pelestarian Budaya dalam Pembelajaran Sejarah Lokal di Sekolah. *SOSIOLOGI: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3. <http://ejurnal.fis.ung.ac.id/index.php/sjppm/about>
- Mustaan, M. A. (2020). *Tafsir Surah Al Nahl Ayat 125: Metode Dakwah Rasulullah SAW*. Tafsir Al Quran | Referensi Tafsir di Indonesia. <https://tafsiralquran.id/tafsir-surah-al-nahl-ayat-125-metode-dakwah-rasulullah-saw/>
- Paputungan, F. (2022). Teori Perkembangan Afektif Affective Development Theory. *Journal of Education and Culture*, 2, 9.
- Paredes, M. P. L., Bautista, R. A., & Dui, R. P. (2023). Advertising creativity: Its influence on media response states towards the Hierarchy of effects. *Heliyon*, 9(9), e19283. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19283>
- Priharto, Sugi. (2024). Mengenal Teori Hierarchy Of Effects dalam Proses Marketing. *Kledo Blog*. <https://kledo.com/blog/hierarchy-of-effects/>
- Purnomo, E. C. (2025). *Manajemen Promosi Dan Komunikasi Pemasaran*. Cv. Azka Pustaka.
- Purwantari, T. (2023). *Museum*. Kanak.
- Rozak, A. (2021). *Museum Pendidikan: Wadah Konservasi, Edukasi, Riset, dan Rekreasi*. <https://uinjkt.ac.id/id/museum-pendidikan-wadah-konservasi-edukasi-riset-dan-rekreasi>
- Saputra, N., & Marta, R. F. (2020). Optimalisasi Model Strategi Public Relations Museum Penerangan dalam Membentuk Citra Publik. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 20–31. <https://doi.org/10.37715/calathu.v2i1.1257>

- Setyowati, R. F., Sriyanto, A., & Agung, I. S. B. (2024). *Hierarchy of Effect: The Impact of Perceptions of Content Marketing and Product Quality in Purchasing Decisions for Nyonyah Cetar Mie Lidi Stick- Noodle Products*.
- Siburian, B. P., Nurhasanah, L., & Fitriana, J. A. (2021). Pengaruh Globalisasi Terhadap Minat Generasi Muda Dalam Melestarikan Kesenian Tradisional Indonesia. *Jurnal Global Citizen*.
- Suganda, U. K., & Kushendar, D. H. (2024). *Manajemen Pemasaran: Memahami Bisnis Bagi Mahasiswa*. Mega Press Nusantara.
- Sugiyono, D. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. *Alfabeta, cetakan 5*.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*, 225(87), 48–61.
- Suryati, (2025). *PEMASARAN SOSIAL*. wawasan Ilmu.
- TafsirWeb. (2018, September 15). *Surat Az-Zumar Ayat 9 Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir | Baca di TafsirWeb*. <https://tafsirweb.com/8671-surat-az-zumar-ayat-9.html>
- Tjiptono, F. (2015). Strategi pemasaran edisi 4. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Vebriantana, N. P., Faizah, N. A., Qalbiyah, S., & Hadiyanti, S. N. (2025). Potensi Pemanfaatan Museum Mpu Purwa sebagai Sumber Pembelajaran Sejarah Berbasis Outdoor Learning Peserta Didik SMK Negeri 5 Kota Malang. *Daya Nasional Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*, 3(1).
- Wiharno, H., Jumantini, E., & Hamzah, A. (2025). *Teknik Mudah Menyusun Proposal Skripsi Dan Tesis Untuk Mahasiswa*. PT Arr Rad Pratama.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Hasil Uji Validitas

		Correlations													
		Q01	Q02	Q03	Q04	Q05	Q06	Q07	Q08	Q09	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14
Q01	Pearson Correlation	1	.336*	.384*	.324	-.231	.080	.147	-.034	.194	.178	.311	.158	-.039	-.136
	Sig. (2-tailed)		.048	.023	.058	.182	.733	.400	.848	.263	.308	.019	.368	.822	.437
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Q02	Pearson Correlation	.336*	1	.536**	.475**	.383*	.488**	.285	.290	.395**	.614**	.533**	.387*	-.018	.088
	Sig. (2-tailed)	.048		.001	.004	.032	.003	.097	.091	.019	.002	.001	.022	.928	.814
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Q03	Pearson Correlation	.384*	.536**	1	.422*	.039	.359*	.232	.315	.390*	.310	.292	.249	.009	-.128
	Sig. (2-tailed)	.023	.001		.012	.823	.034	.180	.085	.018	.070	.089	.150	.695	.484
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Q04	Pearson Correlation	.324	.475**	.422*	1	.533**	.832**	.498**	.370*	.558**	.811**	.475**	.682**	.197	.173
	Sig. (2-tailed)	.058	.004	.012		.003	.000	.002	.029	.001	.002	.004	.000	.207	.219
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Q05	Pearson Correlation	-.231	.383*	.039	.533**	1	.643**	.411*	.475**	.474**	.376*	.304	.602**	-.014	.053
	Sig. (2-tailed)	.182	.032	.823	.001		.000	.014	.004	.004	.028	.078	.000	.938	.784
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Q06	Pearson Correlation	.080	.488**	.359*	.832**	.643**	1	.298	.390*	.408*	.387*	.317	.598**	.148	.138
	Sig. (2-tailed)	.733	.003	.034	.000	.000		.084	.020	.015	.022	.083	.000	.397	.430
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Q07	Pearson Correlation	.147	.285	.232	.498**	.411*	.298	1	.532**	.435**	.478**	.487**	.619**	.114	.178
	Sig. (2-tailed)	.400	.097	.180	.002	.014	.084		.001	.009	.004	.002	.000	.513	.387
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Q08	Pearson Correlation	-.034	.290	.315	.370*	.475**	.390*	.532**	1	.541**	.484**	.423*	.718**	.373*	.289
	Sig. (2-tailed)	.848	.091	.085	.029	.004	.020	.001		.001	.008	.021	.000	.027	.083
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21	Q22	Q23	Q24	TOTAL
-.131	-.001	.101	.136	-.056	.133	.112	.121	.245	.254	.268
.455	.994	.564	.435	.748	.447	.524	.489	.156	.141	.120
35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
-.014	.111	.302	.192	.207	.334*	.199	.224	.457**	.304	.572**
.936	.524	.078	.270	.232	.050	.252	.195	.006	.076	.000
35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
-.015	.058	.342*	.274	.106	.136	.161	.215	.449**	.313	.450**
.930	.741	.044	.111	.544	.435	.355	.215	.007	.067	.007
35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
-.067	-.069	.413*	.303	.173	.188	.382*	.378*	.590**	.445**	.698**
.704	.692	.014	.076	.321	.280	.024	.025	.000	.007	.000
35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
-.139	-.012	.188	.400*	.524**	.299	.253	.177	.178	.199	.496**
.425	.946	.280	.017	.001	.081	.142	.309	.305	.252	.002
35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
-.072	-.049	.361*	.404*	.363*	.361*	.347*	.317	.486**	.431**	.624**
.681	.778	.033	.016	.032	.033	.041	.063	.003	.010	.000
35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
.275	-.167	.195	.258	.193	.368*	.295	.209	.368*	.336*	.591**
.110	.337	.261	.135	.267	.030	.086	.229	.030	.048	.000
35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
.390*	-.088	.240	.463**	.412*	.337*	.189	.197	.377*	.457**	.659**
.020	.615	.166	.005	.014	.048	.276	.257	.026	.006	.000
35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

Q19	Pearson Correlation	.194	.395	.398	.555	.474	.488	.435	.541	1	.585	.578	.598	.172	.173
	Sig. (2-tailed)	.283	.019	.018	.001	.004	.015	.009	.001		.002	.000	.000	.322	.321
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Q18	Pearson Correlation	.178	.514	.310	.511	.376	.387	.478	.454	.585	1	.892	.719	.279	.498
	Sig. (2-tailed)	.308	.002	.070	.002	.026	.022	.004	.006	.000		.000	.000	.164	.002
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Q11	Pearson Correlation	.311	.533	.292	.475	.304	.317	.497	.423	.578	.892	1	.863	.223	.383
	Sig. (2-tailed)	.009	.001	.009	.004	.076	.083	.002	.011	.000	.000		.000	.168	.023
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Q12	Pearson Correlation	.156	.387	.249	.692	.602	.590	.619	.714	.598	.715	.569	1	.337	.434
	Sig. (2-tailed)	.369	.022	.150	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.048	.009
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Q13	Pearson Correlation	-.039	-.016	.069	.197	-.014	.148	.114	.373	.172	.279	.223	.337	1	.678
	Sig. (2-tailed)	.822	.929	.695	.257	.936	.397	.515	.027	.322	.104	.198	.048		.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Q14	Pearson Correlation	-.136	.088	-.129	.173	.053	.138	.178	.289	.173	.486	.383	.434	.678	1
	Sig. (2-tailed)	.437	.618	.464	.319	.784	.430	.367	.063	.301	.002	.033	.009	.000	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Q15	Pearson Correlation	-.131	.014	-.015	-.067	-.139	-.072	.275	.360	.098	.345	.298	.302	.729	.689
	Sig. (2-tailed)	.455	.936	.930	.704	.425	.681	.110	.020	.582	.042	.081	.078	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Q16	Pearson Correlation	-.001	.111	.009	-.069	-.012	-.048	-.167	-.088	-.253	.133	.041	.038	.225	.122
	Sig. (2-tailed)	.984	.524	.741	.692	.946	.778	.337	.615	.142	.448	.814	.827	.194	.485
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Q17	Pearson Correlation	.101	.302	.342	.413	.188	.381	.195	.240	.210	.242	.421	.350	.106	.114
	Sig. (2-tailed)	.564	.078	.044	.014	.288	.033	.261	.168	.227	.101	.013	.039	.845	.815

.096	-.253	.210	.310	.172	.300	.447**	.171	.440**	.536**	.651**
.582	.142	.227	.070	.323	.080	.007	.326	.008	.001	.000
.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35
.345*	.133	.242	.333	.207	.367*	.384*	.311	.485**	.386*	.762**
.042	.446	.161	.051	.234	.030	.023	.069	.003	.022	.000
.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35
.299	.041	.421*	.364*	.245	.455**	.512**	.504**	.572**	.692**	.800**
.081	.814	.012	.032	.157	.006	.002	.002	.000	.000	.000
.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35
.302	.038	.350*	.505**	.334*	.329	.441**	.340*	.599**	.549**	.847**
.078	.827	.039	.002	.050	.054	.008	.046	.000	.001	.000
.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35
.729**	.225	.106	.080	-.044	.267	.210	.002	.153	.180	.426*
.000	.194	.545	.646	.803	.121	.227	.993	.380	.301	.011
.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35
.689**	.122	.114	.146	-.041	.401*	.422*	.218	.267	.311	.520**
.000	.485	.515	.404	.816	.017	.012	.208	.121	.069	.001
.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35
1	.201	.168	.072	-.039	.288	.141	.101	.137	.207	.397*
	.246	.334	.681	.823	.094	.421	.565	.433	.232	.018
.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35
.201	1	.059	.049	.341*	-.071	.139	.135	.048	-.046	.154
.246		.734	.778	.045	.685	.427	.440	.783	.794	.378
.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35	.35
.168	.059	1	.650**	.174	.228	.090	.494**	.562**	.467**	.527**
.334	.734		.000	.316	.187	.606	.003	.000	.005	.001

File Name: 10-11-2016 10:11:20 AM

001	000	Activate Windows
25	25	Go to Settings to activate Windows

Lampiran 2

Surat Izin Pengambilan Data



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
 Jalan Gajayana 50 Malang 65144 Telepon/Faksimile (0341) 558033
 Website: <http://santek.uin-malang.ac.id>, email: santek@uin-malang.ac.id

Nomor : B-27 O/FST.01/TL.00/03/2026
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Penelitian

Yth. Pimpinan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Malang
 Jln. Veteran No. 19, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian mahasiswa Jurusan Perpustakaan dan Sains Informasi Fakultas Sains dan Teknologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang atas nama:

Nama : ULA FAULINA
 NIM : 220607110005
 Judul Penelitian : Analisis Program Promosi Museum Keliling dalam Meningkatkan Kesadaran Terhadap Keberadaan Museum Mpu Purwa Kota Malang
 Dosen Pembimbing : GANIS CHANDRA PUSPITADEWI, S.IP., MA

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa tersebut untuk melakukan penelitian di SMPN 27 Malang, SMPN 14 Malang, SMPN 2 Malang, SMPN 11 Malang, SMPN 17 Malang dengan waktu pelaksanaan pada tanggal 09 Maret 2026 sampai dengan 20 Juni 2026.

Malang, 05 Maret 2026
 a.n Dekan
 a.n Dekan
 Wakil Dekan I

Scan QRCode ini



Untuk verifikasi keaslian surat



Prof. Dr. EVIKA SANDI SAVITRI, M.P.
 NIP. 197410182003122002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
 Jalan Gajayana 50 Malang 65144 Telepon/Faksimile (0341) 558933
 Website: <http://saintek.uin-malang.ac.id>, email: saintek@uin-malang.ac.id

Nomor : B-212.O/FST.01/TL.00/11/2025
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Penelitian

Yth. Pimpinan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Malang
 Jl. Veteran No.19, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian mahasiswa Jurusan Perpustakaan dan Sains Informasi Fakultas Sains dan Teknologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang atas nama:

Nama : ULA FAULINA
 NIM : 220807110005
 Judul Penelitian : Analisis Efektivitas Promosi Museum Mpu Purwa Kota Malang
 Dosen Pembimbing : GANIS CHANDRA PUSPITADEWI, S.IP., MA

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa tersebut untuk melakukan penelitian di Museum Mpu Purwa Kota Malang dengan waktu pelaksanaan pada tanggal 17 November 2025 sampai dengan 17 April 2026.

Malang, 25 November 2025
 a.n Dekan
 a.n. Dekan
 Wakil Dekan I

Scan QRCode ini



Untuk verifikasi keaslian surat



Prof. Dr. EVIKA SANDI SAVITRI, M.P.
 NIP. 197410182003122002

Lampiran 3

Lembar kuesioner

Nama :

Usia : Tahun

Jenis kelamin :

☐ laki-laki

☐ Perempuan

Tolong pilih salah satu jawaban yang paling benar menurut anda dengan memberikan tanda centang pada salah satu kolom ☒

No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak setuju
1.	Museum keliling menjadi sumber utama saya dalam mengetahui keberadaan museum Mpu Purwa	☐	☐	☐	☐
2.	Kegiatan museum keliling berhasil menarik perhatian saya terhadap keberadaan museum Mpu Purwa	☐	☐	☐	☐
3.	Saya dapat mengingat kembali museum Mpu Purwa setelah mengikuti kegiatan museum keliling Mpu Purwa	☐	☐	☐	☐
4.	Kegiatan museum keliling memberikan informasi yang jelas tentang koleksi arca dan benda bersejarah yang ada di museum Mpu Purwa	☐	☐	☐	☐
5.	kegiatan museum keliling membantu saya dalam memahami makna sejarah dan juga nilai budaya yang terkandung dalam koleksi museum Mpu Purwa	☐	☐	☐	☐
6.	Saya mengetahui daya tarik serta keunikan yang terdapat di museum Mpu Purwa sebagai tempat edukasi setelah mengikuti kegiatan museum keliling	☐	☐	☐	☐
7.	Setelah mengikuti kegiatan museum keliling saya mengetahui fungsi dan juga peran museum Mpu Purwa sebagai tempat edukasi, sejarah dan pelestarian budaya	☐	☐	☐	☐
8.	Saya merasa kegiatan museum keliling menarik dan menyenangkan untuk diikuti	☐	☐	☐	☐
9.	Saya merasa kegiatan museum keliling relevan dengan minat saya terhadap sejarah dan budaya	☐	☐	☐	☐
10.	Dengan adanya museum keliling menimbulkan rasa suka saya terhadap koleksi arca yang ada di museum Mpu Purwa	☐	☐	☐	☐
11.	Penyampaian materi pada kegiatan museum keliling membuat saya tertarik terhadap sejarah yang terkandung di dalam koleksi museum Mpu Purwa	☐	☐	☐	☐
12.	Setelah saya mengikuti museum keliling saya lebih memilih museum Mpu Purwa sebagai tujuan kunjungan dibandingkan museum lain	☐	☐	☐	☐

13.	Museum Mpu Purwa menjadi salah satu pilihan utama saya sebagai tempat wisata edukasi sejarah	☐	☐	☐	☐
14.	Informasi yang saya dapat dari museum keliling membuat museum Mpu Purwa lebih saya utamakan dibandingkan wisata edukasi lainnya	☐	☐	☐	☐
15.	Kegiatan museum keliling membuat saya yakin bahwa museum Mpu Purwa layak untuk dikunjungi	☐	☐	☐	☐
16.	Saya percaya bahwa kunjungan ke museum ini akan memberikan pengalaman yang sangat bermanfaat	☐	☐	☐	☐
17.	Program museum keliling meyakinkan saya bahwa museum Mpu Purwa memiliki nilai edukasi yang tinggi serta nilai sejarah yang penting	☐	☐	☐	☐
18.	Saya yakin setelah berkunjung ke museum Mpu Purwa kebutuhan saya terhadap pendidikan sejarah akan terpenuhi.	☐	☐	☐	☐
19.	Saya memutuskan untuk mengunjungi museum Mpu Purwa setelah saya mengikuti kegiatan museum keliling	☐	☐	☐	☐
20.	Saya melakukan kunjungan ke museum Mpu Purwa sebagai bentuk realisasi informasi dalam kegiatan museum Mpu Purwa	☐	☐	☐	☐
21.	Kegiatan museum keliling mendorong saya untuk melakukan kunjungan ke museum Mpu Purwa	☐	☐	☐	☐
22.	Saya akan bersedia berkunjung kembali ke museum Mpu Purwa sebagai tempat kunjungan wisata edukasi	☐	☐	☐	☐

*Lampiran 4***Dokumentasi Pengambilan Data**

Gambar 6. 1 Pengambilan Data di SMPN 27



Gambar 6. 2 Pengambilan Data di SMPN 2 Malang



Gambar 6. 3 Pengambilan Data di SMPN 17 Malang



Gambar 6. 4 Pengambilan Data di SMPN 14

Lampiran 5

Hasil Terjemah Abstrak Bahasa Inggris Pusat Bahasa

ABSTRACT

Faulina, Ula. 2026. *The Analysis of the Mobile Museum Promotional Program to Enhance the Mpu Purwa Museum's Existence in Malang City*. Thesis. Library and Information Science Study Program. Faculty of Science and Technology, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Advisor (I) Ganis Chandra Puspitadewi, M.A. (II) Evi Nurur Suroiyah, M.Pd.

Keywords: Hierarchy of Effect, Mpu Purwa Museum, Mobile Museum, Promotional Program

The Mpu Purwa Museum in Malang City is a specialized museum that preserves a wide range of statues and artifacts from various ancient kingdoms of the Indonesian archipelago. This research aims to analyze the extent to which the Mobile Museum promotional program enhances participants' awareness of the Mpu Purwa Museum's existence, using the hierarchy of effects theory. It employed a descriptive quantitative approach using a purposive sampling technique. The sample consisted of 97 respondents from four public junior high schools (SMPN) that had previously participated in the Mobile Museum program. The researcher collected data through a questionnaire comprising 22 statement items. The research results show that the Mobile Museum promotional program, which includes direct visits to schools, educational presentations delivered by cultural heritage experts, interactive activities, and opportunities for participants to touch statue collections directly, generally contributes to increasing participants' awareness across the stages of the hierarchy of effects theory. The program achieved a total grand mean score of 3.11, which falls within the moderate category. Therefore, the Mobile Museum program helps enhance participants' awareness of the Mpu Purwa Museum's existence in Malang City and successfully guides them through the stages of the hierarchy of effects theory, from awareness to purchase.

	Date 10-06-2026
---	-------------------------------

Lampiran 6

Hasil Terjemah Abstrak Bahasa Arab Pusat Bahasa

مستخلص البحث

فوليا، أول. ٢٠٢٦. تحليل برنامج ترويج المتحف المتنقل في تعزيز الوعي بوجود متحف مغو فوروا في مدينة مالانج. البحث الجامعي. قسم المكتبات وعلوم المعلومات، كلية العلوم والتكنولوجيا بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. للمشرف الأول: غانيس جانندرا فوسغيتا ديوي، الماجستير؛ للمشرف الثاني: إيني نور الثريا، الماجستير.

الكلمات الرئيسية: تسلسل هرمي للتأثيرات، متحف مغو فوروا، متحف متنقل، برنامج ترويج.

متحف مغو فوروا في مدينة مالانج هو متحف متخصص يحفظ مجموعات مختلفة من التماثيل والتحف من مختلف ممالك الأرخيل. يهدف هذا البحث إلى تحليل مدى قدرة برنامج الترويج للمتحف المتنقل على زيادة وعي المشاركين بوجود متحف مغو فوروا من خلال نظرية التسلسل الهرمي للتأثيرات. تم الحصول على البيانات باستخدام منهج وصفي كمي مع تقنية أخذ العينات العنقودية. ويتكون عدد المستجيبين من ٩٧ مشاركًا من أربع مدارس إعدادية حكومية شاركوا سابقًا في نشاط المتحف المتنقل. تم جمع البيانات من خلال الاستبانة التي تتكون من ٢٢ بندًا من البيانات. أظهرت نتائج البحث أن برنامج الترويج للمتحف المتنقل الذي يتم تنفيذه من خلال زيارة المدارس مباشرة، وتقديم مواد تعليمية من قبل خبراء التراث الثقافي، والأنشطة التفاعلية بالإضافة إلى فرصة لمس مجموعات التماثيل مباشرة، يلعب بشكل عام دورًا في زيادة وعي المشاركين من خلال مراحل التسلسل الهرمي للتأثيرات بمعدل إجمالي قدره ٣,١١ والذي يقع ضمن فئة متوسط/كافئ. وبذلك، فإن برنامج المتحف المتنقل ثبت أنه يساهم في زيادة وعي المشاركين بوجود متحف مغو فوروا في مدينة مالانج وقادر على أخذ المشاركين عبر المراحل في نظرية التسلسل الهرمي للتأثيرات بدءًا من الوعي (awareness) وصولاً إلى الشراء (purchase).

Penerjemah  M. Mubasysyir Muntiq Muballad NIPPPK: 19860513200601019 	Tanggal 10-06-2026
--	-------------------------------

Lampiran 7

Hasil Cek Turnitin

18% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Top Sources

15%	Internet sources
5%	Publications
11%	Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	etheses.uin-malang.ac.id	10%
2	Student papers	Sultan Agung Islamic University on 2025-05-27	<1%
3	Publication	Setyanugraha, M. Arief. "Pengaruh Integritas Karyawan, Kualitas Pelayanan, dan ...	<1%
4	Internet	museumbumiputera.blogspot.com	<1%
5	Internet	repository.umsu.ac.id	<1%
6	Internet	dspace.uil.ac.id	<1%
7	Student papers	Teknik Sipil on 2026-04-13	<1%
8	Internet	pai4b.blogspot.com	<1%
9	Internet	text-id.123dok.com	<1%
10	Student papers	STKIP Sumatera Barat on 2024-08-26	<1%
11	Internet	repository.uniramalang.ac.id	<1%