

Abstrak

Taman Salma Shofa merupakan salah satu tempat wisata buatan yang berlokasi di Kota Samarinda. Banyak yang mengenal Taman Salma Shofa sebagai tempat bisnis karpet yang sudah ada sejak dulu dan sebagian mengenal Taman Salma Shofa merupakan tempat kolam renang saja. Beberapa masyarakat di kota Samarinda asik melakukan selfie di tempat-tempat yang mempunyai spot foto yang bagus, unik dan bisa dijadikan tempat untuk bersantai dan tentunya berkaitan dengan *FOMO (Fear Of Missing Out)*. Berdasarkan dari data yang diperoleh bahwa Taman Salma Shofa semakin lama data jumlah pengunjung menjadi berkurang akibat kesalahan strategi promosi yang tidak menarik, permasalahannya adalah dikarenakan Taman Salma Shofa tidak menonjolkan USPnya yaitu Museum BERANDA yang dijadikan keunikan dan daya tarik masyarakat dari tempat tersebut. Untuk itu penulisan ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung sesuai dengan yang diinginkan dan memperkenalkan lebih dalam untuk pengunjung Taman Salma Shofa tentang Museum BERANDA yang berisikan barang – barang antik bersejarah di masa lalu. Metode penelitian ini menggunakan metode Kualitatif yaitu observasi, studi pustaka dan kuisioner melalui sebuah proses analisis seperti SWOT, AISAS dan AOI. Hasil dari perancangan itu sendiri lebih mengarah kepada Museum BERANDA tersebut dengan konsep *vintage* dan manfaat yang didapatkan adalah bisa mengetahui sejarah dari benda – benda antik tersebut. Promosi ini bisa mempertahankan dan meningkatkan kembali kunjungan wisatawan Taman Salma Shofa Samarinda.

Kata Kunci : Taman Salma Shofa, Samarinda, BERANDA, Museum