

ABSTRAK

Jakarta sebagai Ibukota Indonesia, tentunya memiliki banyak destinasi wisata. Tempat yang ditawarkan pun sangat beragam, mulai dari tempat wisata keluarga, alam, kuliner, budaya, edukasi, hingga sejarah. Museum Wayang merupakan salah satu destinasi wisata bertema sejarah yang sudah berdiri sejak 22 Desember 1939. Terdapat 4000 - 6000 koleksi wayang dari berbagai daerah di Indonesia, letaknya yang berada di Kawasan kota Tua Jakarta membuat lokasi Museum Wayang cukup strategis. Maka dari itu selain dapat berwisata, aspek lain yang bisa didapat dari berkunjung ke Museum Wayang adalah edukasi serta pengenalan budaya antar daerah atau bangsa. Namun ada beberapa masalah yang membuat Museum Wayang kurang diminati seperti halnya sulitnya lokasi untuk dijangkau, minimnya informasi, serta tantangan di era teknologi yang semakin maju. Dalam hal ini generasi sekarang lebih sering menghabiskan waktu dengan gadget dibandingkan dengan berkunjung ke museum. Dengan adanya fenomena tersebut, penulis memiliki asumsi bahwa Museum Wayang memerlukan strategi promosi yang baru agar dapat bersaing di era yang digital seperti sekarang.

Kata kunci: Promosi, Destinasi Wisata, Museum Wayang