

ABSTRAK

Tugas Akhir ini membahas tentang bagaimana produk kamera LUMIX dapat digunakan untuk meningkatkan pendidikan pengetahuan di Museum Geusan Ulun Sumedang. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengevaluasi efektivitas kampanye produk LUMIX dan memahami dampaknya terhadap peningkatan pengetahuan pengunjung museum. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengelola museum, kuesioner yang diberikan kepada pengunjung museum, dan observasi langsung di lokasi penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kampanye produk LUMIX yang melibatkan aktivitas film dan edukasi tentang penggunaan kamera LUMIX berhasil meningkatkan minat dan pengetahuan pengunjung museum tentang fotografi dan teknologi kamera. Dalam penelitian ini, para pengunjung museum menyatakan bahwa kampanye produk LUMIX memberikan manfaat yang signifikan dalam meningkatkan pengetahuan mereka tentang fotografi dan teknologi kamera. Selain itu, kampanye ini juga memberikan pengalaman berharga dan memotivasi pengunjung untuk belajar lebih banyak tentang topik yang terkait dengan museum. Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi bagi Museum Geusan Ulun Sumedang dan perusahaan lain yang ingin menggunakan kampanye produk sebagai sarana untuk meningkatkan pendidikan pengetahuan di museum. Dalam hal ini, produk yang melibatkan aktivitas interaktif dan edukasi dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan minat dan pengetahuan pengunjung museum.

Kata Kunci : Film, Kampanye Kamera, Museum, Pengetahuan , Teknologi