

Aktivitas Public Relations Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata

by incess incess

Submission date: 07-Feb-2024 07:28AM (UTC-0600)

Submission ID: 2288700540

File name: itas_Public_Relations_Untuk_Meningkatkan_Daya_Tarik_Wisata_2.pdf (142.08K)

Word count: 4243

Character count: 28714

1 Aktivitas Public Relations Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata Dan Pendidikan Di Museum Kehutanan Ir. Djamaludin Suryohadikusumo

Andhika Nurulizzah Adila¹, A. Munanjar²

18

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami peran public relations dalam meningkatkan daya tarik pariwisata dan pendidikan di Museum Kehutanan Ir. Djamaludin Suryohadikusumo Jakarta. Penelitian ini berfokus pada pendekatan deskriptif dengan metode kualitatif. Responden penelitian terbagi menjadi dua kelompok, yaitu informan kunci yang merupakan staf teknis di departemen humas dan pemasaran Museum Kehutanan Ir. Djamaludin Suryohadikusumo, serta informan pendukung yang merupakan staf teknis di departemen kurator. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi, sementara keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan beberapa aktivitas public relations di Museum Kehutanan Ir. Djamaludin Suryohadikusumo Jakarta yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisata dan pendidikan, antara lain: (1) Meningkatkan kerjasama dengan pihak terkait, (2) Memanfaatkan media sosial secara optimal, (3) Mengadakan seminar dan pameran, (4) Memperbaiki fasilitas dan infrastruktur, serta (5) Membangun citra Museum sebagai pusat pembelajaran.

Kata Kunci : Public Relations, Museum

11

ABSTRACT

The purpose of this research is to understand the role of public relations in increasing the attractiveness of tourism and education at the Ir Forestry Museum. Djamaludin Suryohadikusumo Jakarta. This research focuses on a descriptive approach with qualitative methods. Research respondents were divided into two groups, namely key informants who were technical staff in the public relations and marketing department of the Ir Forestry Museum. Djamaludin Suryohadikusumo, as well as supporting informants who are technical staff in the curator department. The data collection methods used include observation, interviews and documentation, while the validity of the data is guaranteed through source triangulation. The research results show several public relations activities at the Ir. Forestry Museum. Djamaludin Suryohadikusumo Jakarta which aims to increase tourist attraction and education, including: (1) Increasing cooperation with related parties, (2) Using social media optimally, (3) Holding seminars and exhibitions, (4) Improving facilities and infrastructure, and (5) Building the image of the Museum as a learning center.

Keywords: Public Relations, Museum

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata di Indonesia khususnya DKI Jakarta, yang masih dikunjungi oleh wisatawan saat ini adalah museum. Museum merupakan sebuah lembaga yang bersifat permanen atau tetap, tidak mencari keuntungan pribadi dalam melayani masyarakat serta pengembangannya dilakukan secara terbuka untuk umum. Museum adalah tempat mengumpulkan, merawat, meneliti, mengkomunikasikan, serta memberikan warisan budaya dan lingkungannya yang ditujukan untuk penelitian, wisata, pendidikan, kesenangan, (Laberge, 2003)

Pemanfaatan museum bagi khalayak kenyataannya masih sangat minim untuk dilakukan, hal ini dikarenakan masih kurangnya pemahaman masyarakat perihal museum dan fungsi nyatanya, masyarakat masih berpandangan jika museum sebagai tempay penyimpanan benda-benda antik kuno, sehingga menjadi suatu alasan kurangnya apresiasi masyarakat terhadap peran museum yang sebenarnya. Padahal museum nyatanya cukup signifikan jika pengembangannya berfokus kepada wisata dan pendidikan, museum akan memiliki cakupan wawasan dan pengetahuan yang lebih luas, oleh karena itu museum di Indonesia seharusnya memiliki strategi yang mencakup komunikasi agar dapat menginformasikan koleksinya, serta

menyelenggarakan kegiatan yang interaktif untuk menarik perhatian pengunjung museum (Utomo & Hidayat, 2020).

Pada masa kini, museum, sebagai salah satu objek wisata, menghadapi tuntutan baru, yaitu bagaimana museum dapat melakukan pembaruan dalam meningkatkan citranya di mata masyarakat luas. Hal ini perlu dilakukan, mengingat sebelumnya masyarakat luas menganggap museum hanya sebatas tempat untuk menyimpan benda-benda kuno bersejarah. Dengan mendorong peningkatan citra museum di mata masyarakat umum, museum dapat memiliki makna baru yang jauh lebih positif, yaitu sebagai sumber informasi dalam bidang pendidikan, pariwisata, dan rekreasi. Sehingga kesan muram museum yang awalnya sebagai tempat yang menakutkan dan kurang penting bagi kehidupan masyarakat dapat berubah menjadi lebih positif. Dengan citra yang terbaru ini, para wisatawan juga akan berhenti menganggap museum sebagai tempat wisata alternatif.

¹⁶ Museum Kehutanan Ir. Djamaludin Suryohadikusumo merupakan satu-satunya museum yang fokus pada kehutanan di Indonesia. Sebagai museum khusus ini, tempat tersebut dikelola oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. Saat pertama kali dibuka oleh Presiden Soeharto pada tanggal 24 Agustus 1983, museum ini dikenal sebagai Museum Kehutanan Manggala Wanabakti, sesuai dengan lokasinya di kompleks Manggala Wanabakti. Namun, pada tanggal 5 Juni 2015, yang bersamaan dengan peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia, nama museum diubah menjadi Museum Kehutanan Insinyur Djamaludin Suryohadikusumo sebagai penghormatan atas jasa beliau selama 40 tahun di Departemen Kehutanan Republik Indonesia. Perubahan nama ini bertujuan untuk mengenang kontribusi beliau. Museum ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang semua aspek yang terkait dengan kehutanan Indonesia, sesuai dengan namanya.

Museum yang mempunyai reputasi yang menarik adalah museum yang mampu menyediakan layanan dalam bidang pendidikan dan rekreasi. Dengan reputasi yang menarik ini, diharapkan akan ada peningkatan minat masyarakat untuk mengunjungi museum tersebut. Itulah sebabnya pentingnya perubahan citra museum agar lebih menarik. Proses perubahan ini tentu memerlukan strategi dan manajemen yang efektif. Dengan strategi dan manajemen yang tepat, diharapkan dapat mengubah persepsi serta citra museum menjadi tempat wisata dan edukasi yang layak dikunjungi. Hal ini diharapkan akan memberikan manfaat positif bagi

pengunjung museum setelah mereka mengunjunginya.

¹⁴ Peran dan fungsi Public Relations (PR) sangat krusial dalam pengembangan sebuah organisasi atau lembaga. Tujuan dari peran PR dalam suatu entitas adalah untuk membangun hubungan yang positif dengan masyarakat. Oleh karena itu, keberadaan seorang PR yang kompeten dalam sebuah organisasi atau lembaga menjadi sangat penting agar dapat menangani segala tantangan yang dihadapi oleh entitas tersebut. Hal ini diperlukan agar citra organisasi atau lembaga yang bersangkutan tetap positif di mata publik. PR bertanggung jawab atas pembentukan, pemeliharaan, peningkatan, dan perbaikan citra suatu organisasi atau lembaga di hadapan masyarakat. Organisasi atau lembaga tersebut juga bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan, harapan, dan kepentingan masyarakat sesuai dengan tanggung jawab sosialnya. Oleh karena itu, seorang PR harus berupaya untuk menjaga hubungan yang baik dengan publik, baik itu secara internal maupun eksternal, karena kerjasama tersebut akan memberikan manfaat bagi kedua belah pihak (Khatijah, 2017).

Aktivitas PR dapat dikatakan sukses dan terorganisir bila sebuah organisasi atau lembaga sering berinteraksi dengan masyarakat luas. Dengan menjaga hubungan baik dengan masyarakat luas, organisasi atau lembaga tentulah memiliki citra positif di mata publik. Salah satu lembaga yang berhasil membangun citra positif di masyarakat luas ini adalah Museum Kehutanan Insinyur Djamaludin Suryohadikusumo. Keberhasilan ini tentunya tidak terlepas dari kesuksesan museum ini dalam menerapkan dan menjalankan aktivitas PR, baik internal maupun eksternal, secara berkesinambungan. Pelbagai aktivitas sudah dilakukan oleh PR museum ini agar masyarakat dapat lebih mengenal serta mengetahui mengenai peninggalan-peninggalan sejarah, khususnya yang berkaitan dengan kehutanan Indonesia. PR museum ini melalui beberapa kegiatannya selalu berupaya untuk menciptakan kedekatan sekaligus membangun kepercayaan publik kepada Museum Kehutanan Ir. Djamaludin Suryohadikusumo. Hal ini dilakukan oleh PR Museum Kehutanan Insinyur Djamaludin Suryohadikusumo demi meningkatkan daya tarik pengunjung untuk berkunjung dan belajar di museum tersebut.

¹ Aktivitas PR dalam meningkatkan daya tarik wisata dan pendidikan di museum kehutanan belum pernah diketahui secara detail dalam sebuah penelitian. Berdasarkan observasi sebelumnya, diperoleh informasi pengunjung museum kehutanan pada tahun 2019 sebanyak 7405 orang, sebanyak 4131

dari kalangan pelajar, dari kalangan umum 1987 orang, dari kalangan mahasiswa 1236 orang serta kunjungan internasional sebanyak 51 orang. dan kemudian mengalami penurunan drastis pada tahun 2020 karena pengumuman Covid-19 yang mengharuskan menutup semua prasarana pemerintah termasuk juga museum kehutanan, angka kunjungan ini terus berubah-ubah setiap tahunnya. (Budi et al., 2021)

Data rekapitulasi menunjukkan perbedaan yang signifikan dari jumlah pengunjung Museum Kehutanan dengan museum lainnya yang ada di Jakarta, perbedaan ini terjadi karena belum dikenalnya museum kehutanan oleh masyarakat luas, hal tersebut karena beberapa kalangan masyarakat masih ada yang belum tahu keberadaan museum kehutanan serta anggapan tentang museum yang membosankan terlebih tentang hutan dan kayu yang notabennya hanya sebagian ahli yang mengerti tentang hal tersebut sehingga masyarakat awam banyak yang kurang berminat untuk mengunjungi museum kehutanan.

Dalam hal ini museum kehutanan sudah menggunakan beberapa media *online* seperti *website*, *Facebook* hingga *Instagram* dalam memperkenalkan museum kehutanan kepada masyarakat luas, tapi media kurang diupdate dan tidak cukup aktif sehingga museum kehutanan belum dapat terjangkau dan dikenal oleh masyarakat luas.

Sumber daya manusia (SDM) menjadi komponen krusial dalam menjalankan tugas PR dan melayani pengunjung di museum. Tugas pelayanan di museum diemban oleh pemandu museum yang bertugas memberikan informasi kepada pengunjung tentang koleksi yang ada di museum. Ini dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan jumlah pengunjung karena pengalaman informasi yang diberikan. Dari kegiatan PR dan layanan ini, dapat disimpulkan bahwa museum kehutanan memerlukan strategi PR yang efektif untuk meningkatkan daya tarik pengunjung. Oleh karena itu, penelitian mengenai "aktivitas public relations untuk meningkatkan daya tarik wisata dan pendidikan di museum kehutanan Ir. Djamaludin Suryohadikusumo" menjadi relevan untuk dilakukan.

KAJIAN LITERATUR

Public Relations

PR hadir sebagai respons terhadap kebutuhan untuk membangun hubungan antara organisasi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). PR bukan hanya sekedar membangun jembatan biasa, tetapi membangun jembatan yang kuat berdasarkan

Trust, Honest, and Credibility. PR ada karena ada kepercayaan antara masyarakat dengan organisasi. (Purba, 2020)

Secara prinsip, peran dan fungsi Public Relations (PR) adalah untuk membangun hubungan yang harmonis melalui komunikasi dua arah, serta memfasilitasi pertukaran informasi antara organisasi dengan masyarakat, atau sebaliknya, antara masyarakat dengan lembaga atau perusahaan, dengan tujuan membentuk opini yang positif. Public Relations merupakan bagian dari manajemen yang merencanakan dan melaksanakan program-program untuk meningkatkan pemahaman dan penerimaan masyarakat terhadap suatu organisasi, memperkenalkan kebijakan dan prosedur organisasi sesuai dengan kepentingan masyarakat, dan mengevaluasi respons masyarakat. (Griswold dalam ardianto, 2011). Selanjutnya, PR juga bertujuan untuk menyampaikan penjelasan atau informasi kepada masyarakat guna menciptakan saling pengertian, menghargai, memahami, dan toleransi terhadap sesama. (Anshar, 2019)

Secara keseluruhan, tujuan utama Public Relations (PR) adalah untuk membangun reputasi positif bagi perusahaan, menjalin, serta merawat hubungan yang baik antara lembaga atau organisasi dengan masyarakat di satu sisi, dan antara lembaga tersebut dengan publik di sisi lain melalui komunikasi yang bersifat harmonis dan saling berinteraksi. (Fery, 2017)

Aktivitas Public Relations

Kegiatan public relations merupakan upaya komunikasi dua arah antara perusahaan atau organisasi dengan masyarakat, dengan tujuan menciptakan pemahaman dan dukungan bersama dalam mencapai tujuan khusus, kebijakan, kegiatan, serta memperbaiki reputasi positif perusahaan atau lembaga yang bersangkutan. (Raturoma & Wijaya, 2019).

Menurut Cutlip & Center proses *public relations* sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial yakni *fact finding, planning, communications, dan evaluation*. Hal yang dimaksud Cutlip & Center adalah (Erlistyarini, 2018):

1. Fact Finding

Pada tahap ini, langkah yang diambil adalah mengumpulkan fakta atau data sebelum melakukan suatu kegiatan, yang bertujuan ujuannya untuk memahami dengan baik pandangan dan reaksi, serta dampak yang mungkin terjadi atas tindakan yang akan dilakukan oleh organisasi.

2. Planning

Menyusun strategi mengatasi masalah setelah melakukan analisis fakta adalah langkah penting untuk mencapai hasil yang diinginkan, dengan asumsi bahwa komunikasi berjalan dengan lancar dan anggaran yang tepat telah dialokasikan.

3. *Communication*

Menjalankan semua rencana yang telah dibuat dengan mengaitkannya pada tujuan dan sasaran yang konkret.

4. *Evaluating*

Setelah melakukan kegiatan, perlu dievaluasi apakah tujuan telah tercapai atau belum, dan apakah diperlukan evaluasi lebih lanjut atau metode lain untuk mencapai hasil yang lebih optimal.

Tujuan utama seorang public relations adalah masyarakat umum, yang terdiri dari individu atau kelompok yang memiliki kepentingan dan peran dalam menentukan kesuksesan suatu organisasi (Putra, 2015). Masyarakat yang menjadi target kegiatan PR terbagi menjadi dua kelompok besar, yaitu masyarakat internal yang terdiri dari anggota organisasi (perusahaan, lembaga, badan, dsb.) yang memiliki peran, tugas, hak, dan kewajiban tertentu secara fungsional. Dan masyarakat eksternal yang terdiri dari individu atau anggota masyarakat di luar organisasi, baik yang memiliki hubungan langsung dengan organisasi maupun yang diharapkan atau diduga memiliki kaitan dengan organisasi (Effendy, 2006).

Pariwisata

Pariwisata meliputi semua aspek yang terkait dengan perjalanan dan rekreasi, mulai dari pengembangan destinasi dan atraksinya, hingga kegiatan yang terlibat dalam industri pariwisata. Kepariwisataan mencakup semua yang terkait dengan organisasi dan pelaksanaan pariwisata. Usaha pariwisata mencakup layanan pariwisata, penyediaan tujuan dan atraksi wisata, infrastruktur pariwisata, dan bidang lain yang terkait dengan industri pariwisata. Destinasi dan atraksi wisata adalah segala hal yang menjadi tujuan bagi para wisatawan. Kawasan pariwisata adalah area tertentu yang dikembangkan atau diatur untuk memenuhi kebutuhan pariwisata. (L.M.Azhar Sa'ban, Ilwan, 2023)

Menurut Apyriawan (2021), terdapat klasifikasi jenis pariwisata sebagai berikut: (1) Pariwisata Etnik, yang melibatkan pengamatan terhadap kebudayaan dan gaya hidup dari berbagai masyarakat yang berbeda dan menarik; (2) Pariwisata Budaya, yang mencakup kunjungan ke tempat-tempat bersejarah untuk mengalami gaya hidup yang telah terlupakan; (3) Pariwisata Rekreasi, yang bertujuan untuk bersantai dari kehidupan

perkotaan yang sibuk dan mencari ketenangan; (4) Pariwisata Alam, yang melibatkan penjelajahan dan pengalaman alam liar serta budaya asli di suatu daerah; (5) Pariwisata Kota, yang menekankan keunikan kota tertentu; dan (6) Pariwisata Pedesaan, yang mengajak wisatawan untuk mempertimbangkan alam dan pelestariannya dengan memahami kegiatan pertanian, perkebunan, peternakan, dan kehutanan.

Museum

Museum adalah sebuah institusi yang bersifat permanen, terbuka untuk pelayanan kepada masyarakat, yang bertujuan untuk mengumpulkan, merawat, mengaitkan, dan memamerkan barang-barang bukti manusia dan lingkungannya untuk keperluan studi, pendidikan, dan hiburan, tanpa mencari keuntungan finansial (Asmara, 2019)

Pengguna museum merupakan orang yang beraktivitas di dalam sebuah museum. Menurut direktorat museum dalam sebuah pedoman museum Indonesia 2008, terdapat dua kategori pengguna museum yaitu: (1) Pengelolah yang merupakan petugas yang berada pada sebuah museum dan melaksanakan tugas-tugasnya yang dipimpin oleh kepala museum; (2) Pengunjung, merupakan orang yang mengunjungi ke museum, yang meenjadi komponen untuk museum berjalan sesuai tujuan dan fungsinya.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif merupakan sebuah tradisi dalam ilmu pengetahuan sosial yang dalam penelitiannya bergantung pada pengamatan pada aktivitas manusia, baik dalam konteksnya maupun istilahnya. Karenanya penelitian kualitatif dianggap sebagai pendekatan yang melihat perih; yang relevan dengan makna dalam berbagai keadaan yang beragam pada kompleksitas manusia baik tindakannya, kepercayaannya, dan minatnya. Fokus penelitian kualitatif ada pada perbedaan wujud yang melahirkan perbedaan makna. (Anggito, Albi & Setiawan, 2018).

Penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk memperoleh pemahaman secara mendalam menyangkut fenomena sosial secara alamiah. Penelitian ini mementingkan kualitas data bukan kauntitas. Data yang dikumpulkan melalui proses wawancara, observasi, pengumpulan data dokumentasi resmi terkait. (Ndraha et al., 2022)

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif bertujuan melihat kegiatan PR Musuem Kehutanan Ir.Djamaludin Suryohadikusumo dalam meningkatkan daya tarik wisata dan pendidikan. Data atau informasi yang diperoleh dipaparkan

secara deskripsi berdasarkan data yang diperoleh di lapangan, dan disajikan dalam bentuk kata-kata atau kalimat kemudian ditarik kesimpulan.

Adapun informan kunci dalam penelitian ini adalah koordinator humas yang berada di museum kehutanan Ir. Djamiludin Suryohadikusumo sebagai informan kunci, yakni Yulianti Fajar Wulandari, S.I.kom., M.I.kom sebagai humas dan pemasaran museum kehutanan, dan Siti Jahidah Vina, S.Hum sebagai pengelola teknis bagian kurator museum sebagai informan pendukung.

Dalam mengolah data, peneliti melakukan triangulasi teori, yakni teknik memeriksa keabsahan data dengan cara membandingkan teori-teori yang berhubungan dengan data penelitian secara langsung. (Hadi, 2019). Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, yakni menguji kredibilitas data dari berbagai sumber, dengan melakukan mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Penulis mengecek dan menganalisis data, membandingkan data yang sudah diperoleh berdasarkan hasil wawancara antara informan satu dengan lain, yakni pegawai humas dan kurator di museum.

PEMBAHASAN

1. Pencarian Fakta

Pencarian fakta atau masalah PR Museum Kehutanan Ir. Djamiludin Suryohadikusumo, komunikasi PR dilakukan dengan dua cara, yaitu komunikasi secara langsung dan komunikasi secara tidak langsung.

Komunikasi langsung dilaksanakan dengan interaksi pada pengunjung museum ketika museum kehutanan dibuka untuk kegiatan kunjungan dari sekolah atau instansi dan lembaga terkait. Kelebihan ketika melakukan komunikasi ini adalah pihak museum bisa mengetahui apa yang diinginkan oleh pengunjung, serta dapat mengevaluasi kesalahan ataupun kekurangan yang sengaja atau tidak sengaja, yang dilakukan oleh museum dalam pelayanan. Kekurangan komunikasi langsung yaitu komunikasi hanya bisa dilakukan kepada pengunjung yang datang ke museum dan tergantung dengan keadaan.

Komunikasi tidak langsung museum menggunakan media sosialisasi berupa Website, Facebook, Instagram dan media cetak seperti *brosure*, *leaflet*. Kelebihan komunikasi ini bersifat fleksibel yang tidak terpengaruh oleh tempat dan waktu dan dapat menjangkau semua lapisan masyarakat yang menggunakan media sosial. Namun, kekurangannya ketika media atau alat yang digunakan mengalami kendala ataupun rusak, sehingga maka komunikasi tidak dapat dilakukan.

Public relations Museum Kehutanan Ir. Djamiludin Suryohadikusumo sejauh ini tidak begitu mengalami kendala ketika melakukan komunikasi baik secara langsung mau pun tidak langsung kepada publiknya. Museum Kehutanan memiliki akun facebook dan Instagram yang cukup aktif yaitu instagram atas username @museumkehutanan dengan followers sebanyak 2.183 orang dan jumlah kiriman 470 postingan. Instagram museum kehutanan berisi konten informasi dan dokumentasi. Selain itu media ini sebagai wadah interaksi publik dengan pihak museum. Adanya media social dan website ini tentunya mempermudah public mengenal dan mengakses informasi terkait Museum Kehutanan Ir. Djamiludin Suryohadikusumo.

2. Perencanaan

Pada tahap ini, data yang telah dikumpulkan pada fase penemuan fakta digunakan untuk mengambil keputusan atau merancang program kegiatan yang akan dilaksanakan. Tahap awal Museum Kehutanan Ir. Djamiludin Suryohadikusumo adalah menetapkan target untuk meningkatkan minat pengunjung dari berbagai lapisan masyarakat, meliputi seluruh tingkatan pendidikan, mulai dari taman kanak-kanak (TK) sampai mahasiswa, para peneliti, pegawai negeri sipil (PNS), hingga masyarakat umum. Langkah selanjutnya adalah melakukan pelayanan yang maksimal sesuai sasaran public.

Pelayanan yang diberikan itu diantaranya memandu pengunjung museum di area Museum Kehutanan untuk edukasi koleksi bersejarah, ke arboretum (taman hutan) untuk edukasi tumbuhan hidupnya dan lalu untuk keperluan data tentang kehutanan pemanduan ke perpustakaan kehutanan dengan ramah. Pelayanan tersebut dilakukan untuk menumbuhkan image positif di mata publik. PR Museum Kehutanan membentuk citra korporat melalui memberikan pelayanan yang sesuai kebutuhan dan ramah kepada pengunjung museum.

Setelah melakukan perencanaan, museum menentukan media sosialisasi. Media sosialisasi yang dijalankan berupa (1) kegiatan seminar dan pameran museum; (2) Perbaikan sarana prasarana dan fasilitas museum; (3) Membangun citra museum sebagai citra belajar.

Dalam acara seminar dan pameran, Museum Kehutanan menampilkan berbagai koleksi yang mencerminkan warisan sejarah tentang kehutanan, termasuk juga beberapa spesies hewan yang terancam punah. Selain pameran tetap di Museum Kehutanan Ir. Djamiludin Suryohadikusumo,

terkadang juga diadakan pameran khusus di lokasi di luar museum kehutanan.

Seminar dan pameran yang diadakan oleh *public relations* Museum Kehutanan Ir. Djamiludin Suryohadikusumo merupakan salah satu cara untuk menjangkau pengunjung datang ke museum. Kegiatan ini secara khusus belum terjadwal rutin untuk dilakukan setiap bulannya atau pertahunnya. Namun, seminar dan pameran terkadang hanya dilakukan ketika Museum Kehutanan bekerjasama dengan instansi pendidikan atau instansi terkait lainnya, seperti dengan Universitas Bina Sara Informatika yang mengadakan seminar online (webinar) dengan program pengabdian masyarakat. Selain itu terdapat pameran Museum Kehutanan bekerjasama dengan Paramita Jaya atau museum lainnya, serta komunitas terkait dengan cara selalu aktif dan datang menghadiri pameran bersama yang diadakan oleh asosiasi museum Indonesia.

Fasilitas dan infrastruktur di museum kehutanan sudah cukup nyaman. Namun, masih belum ramah untuk kaum disabilitas. Pihak museum masih harus memperhatikan kenyamanan yang dibutuhkan oleh penyandang disabilitas dengan memfasilitasi sarana dan prasana untuk mereka. Sementara ruangan pegawai di museum kehutanan juga masih perlu pembenahan agar sesuai dengan standar kenyamanan tempat bekerja. Untuk toilet dan perpustakaan sangat baik dan bersih. Terlebih sarana prasarana dan fasilitas yang ada di museum sudah cukup lengkap dan nyaman.

Perawatan infrastruktur dan fasilitas Museum Kehutanan Ir. Djamiludin Suryohadikusumo, terutama terkait perawatan koleksi, dilakukan secara kuratif untuk memperbaiki benda-benda yang rusak dan secara preventif dilakukan setiap hari Jumat oleh staf museum dengan bantuan staf kebersihan. Bangunan kantor museum dikelola oleh bagian administrasi. Tantangan utama terkait kelengkapan infrastruktur dan fasilitas Museum Kehutanan Ir. Djamiludin Suryohadikusumo adalah kurangnya anggaran untuk memperbaiki dan memperbarui beberapa fasilitas yang dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung dan staf, menjadi alasan utama mengapa museum tersebut mengalami kendala dalam hal infrastruktur dan fasilitas.

Dalam upaya memperkuat citra museum sebagai sumber pembelajaran, setiap kali pengunjung mengunjungi museum, pemandu menyajikan informasi yang relevan. Ini merupakan faktor kunci dalam menentukan keberhasilan kegiatan PR museum. Namun, salah satu tantangan dalam pelayanan kepada pengunjung di Museum Kehutanan Ir. Djamiludin Suryohadikusumo adalah

kurangnya tenaga pendidik yang bertugas sebagai pemandu. Saat ini, hanya ada tiga tenaga pendidik yang bertugas, jumlah ini jauh di bawah standar kepegawaian museum lainnya. Akibatnya, ketika museum menerima kunjungan dari rombongan sekolah untuk kegiatan *study tour*, pemandu merasa kewalahan menghadapi situasi tersebut. Untuk mengatasi masalah ini, kadang-kadang museum kehutanan mengandalkan bantuan pegawai magang dari universitas untuk bertindak sebagai pemandu museum.

Jumlah pegawai di divisi *public relations* di Museum Kehutanan Ir. Djamiludin Suryohadikusumo tidak mencukupi untuk menangani pekerjaan yang luas. Keterbatasan ini merupakan salah satu faktor penyebab rendahnya aktivitas PR di museum tersebut, karena hanya ada satu orang yang memiliki latar belakang pendidikan di bidang *public relations* yang menjalankan tugas tersebut. Untuk mengoptimalkan kinerja dan aktivitas museum kehutanan, pihak Museum Kehutanan perlu memperbaharui dan menambah jumlah pegawai di divisi pengelolaan Museum Kehutanan.

3. Komunikasi (*Communication*)

Sasaran PR museum mencakup berbagai kelompok, mulai dari pelajar sekolah dasar hingga wisatawan mancanegara. Dalam hal pendidikan sejarah untuk pelajar sekolah dasar, penting untuk melibatkan pemandu museum yang memiliki keterampilan yang sesuai untuk menyampaikan pemahaman tentang sejarah kehutanan pada anak-anak, pemandu sebaiknya perlu memiliki inovasi dan kreativitas agar anak-anak tidak merasa bosan saat mendengarkan penjelasan tentang sejarah museum kehutanan.

Sasaran kedua yaitu pelajar berusia antara 13-17 tahun atau usia remaja yang diharapkan dapat mengunjungi museum guna mempelajari sejarah dan benda koleksi-koleksi museum. Peran PR museum dalam memperoleh pengunjung pelajar diperlukannya suatu program *public relations* yang sasaran utamanya adalah siswa SMP dan SMA. Dengan mengadakan program museum yang akan menarik minat pelajar SMP dan SMA ini agar mereka memiliki keinginan untuk berkunjung dan merasa nyaman ketika berkunjung ke museum kehutanan, seperti bekerjasama dengan sekolah yang melakukan *study tour*, mereka di bawa berkeliling museum, lalu di bawa ke arboretum taman hutan yang berisikan ratusan jenis tanaman lalu setelah itu mereka di bawa ke perpustakaan untuk beristirahat sejenak dan di akhir sesi kunjungan setelah kepemanduan museum selesai biasanya ada kuis interaktif yang disuguhkan oleh *public relations* dan

pengelola museum agar apa yang mereka pelajari tadi ketika berkeliling museum bisa di ingat kembali.

Program museum ini dilakukan setiap saat ketika ada sekolah-sekolah yang menginginkan kerjasama dengan Museum Kehutanan Ir. Djamiludin Suryohadikusumo. Namun untuk program museum *go to* sekolah dengan maksud mengunjungi sekolah untuk melakukan sosialisasi dan mengenalkan Museum Kehutanan agar mereka berminat mengunjungi museum hal tersebut belum dilakukan oleh museum kehutanan, mungkin kedepannya Museum Kehutanan dapat mengadakan program tersebut.

Target berikutnya adalah mahasiswa dan peneliti, yang dianggap sebagai subjek yang penting bagi Museum Kehutanan karena kontribusi mereka dalam meningkatkan nilai sejarah museum tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa dan peneliti dianggap sangat berharga bagi museum, karena dapat memberikan manfaat yang signifikan. Peran mahasiswa juga penting dalam memajukan tugas Tri Dharma Perguruan Tinggi, di mana hasil penelitian mereka dapat memberikan manfaat bagi masyarakat umum.

Masyarakat umum menjadi fokus perhatian bagi pihak museum karena banyak dari mereka merasa bahwa museum kehutanan belum memberikan dampak yang signifikan dalam kehidupan sosial. Pandangan tersebut perlu diubah melalui pendekatan personal dan sosialisasi yang bertujuan untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada publik. Pendekatan personal menekankan pada interaksi yang intens antara museum dan masyarakat. Komunikasi yang terjalin melalui pendekatan ini diharapkan mampu mengubah persepsi masyarakat terhadap museum kehutanan.

Pelayanan yang diberikan oleh museum kehutanan diantaranya pemanduan pengunjung untuk berkeliling museum kehutanan, ke arboretum atau taman hutan untuk mengenal berbagai jenis tanaman yang ada di lingkungan kementerian kehutanan, lalu pemanduan ke perpustakaan museum. Sesekali, staf museum juga memberikan informasi tentang cara menjaga koleksi museum. Museum Kehutanan berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada pengunjungnya, sehingga mereka merasa nyaman selama berkunjung.

4. Evaluasi (*Evaluation*)

Evaluasi keberhasilan kegiatan PR di museum membutuhkan penilaian dari pihak internal dan eksternal. Evaluasi internal dilakukan oleh pengelola dan staf museum, sementara evaluasi eksternal

melibatkan pengunjung, masyarakat umum, dan lembaga terkait.

Terdapat tiga proses evaluasi yang dilakukan oleh museum kehutanan, yaitu:

1. Evaluasi langsung dilakukan setelah kegiatan selesai, evaluasi ini berisikan tentang bagaimana proses pelaksanaan acara, apakah ada kendala, dan bagaimana cara penyelesaian masalah tersebut.
2. Evaluasi triwulan atau evaluasi yang dilakukan setiap tiga bulan sekali, evaluasi ini sekaligus juga melakukan penyusunan dan perancangan program kerja selanjutnya.
3. Evaluasi tahunan yang dilakukan sekali dalam setahun, biasanya evaluasi ini dilakukan dengan cara mengadakan kegiatan *ghatering* atau outbound dengan semua pegawai dan pengelola museum kehutanan lalu di sela kegiatan kepala museum memberikan pengarahan dan evaluasi atas kinerja selama setahun kerja.

1 Keberadaan kotak saran sangat penting untuk memperbaiki kinerja pegawai museum. dengan adanya kotak saran memungkinkan pengunjung memberikan masukan terhadap kinerja *public relations* kehutanan, namun museum kehutanan Ir. Djamiludin Suryohadikusumo belum memiliki kotak saran untuk menerima pesan dan saran secara tertulis, tetapi museum menyediakan buku tamu yang harus diisi ketika ingin memasuki Museum Kehutanan lalu di poin pengisian tersebut ada yang namanya keterangan.

Pengunjung terkadang mengisi pesan dan kesan mereka setelah mengunjungi museum kehutanan di buku tamu pada poin keterangan tersebut. Namun hal itu sangat tidak praktis dan kurang efisien karena pengunjung harus kembali mengisi buku tamu yang sebelumnya sudah diisi, sebab pesan dan kesan seharusnya ditulis ketika pengunjung sudah berkeliling bukannya di awal ketika memasuki museum. Akan tetapi, public relations museum kehutanan juga sudah pernah membuat kotak saran elektronik yang disediakan di ruang biorama Museum Kehutanan untuk mempermudah memberikan saran terkait pelayanan karena tinggal discan dan diisi, tapi setelah dievaluasi selama sebulan tidak ada yang mencoba menggunakannya.

1 Penilaian merupakan proses evaluasi yang krusial untuk meningkatkan standar pelayanan di museum kehutanan. Proses ini melibatkan berbagai pihak yang memiliki kewenangan. Terkait dengan laporan penilaian pegawai, setiap staf Museum Kehutanan,

termasuk di dalamnya pegawai public relations, kurator, dan edukator, bertanggung jawab untuk menyampaikan laporan tugas sesuai dengan bidangnya masing-masing, yang kemudian diserahkan kepada kepala Museum Kehutanan setiap bulan. Kepala Museum Kehutanan dinilai langsung oleh pusat. Pengarahan adalah kegiatan di mana pimpinan museum memberikan arahan dan masukan terkait standar pelayanan kepada pengunjung museum kehutanan. Kepala museum secara rutin memberikan pengarahan kepada pegawai, terutama saat museum memiliki agenda kegiatan tertentu.

PENUTUP

Aktivitas *Public Relations* di Museum Kehutanan Ir. Djamaludin Suryohadikusumo untuk meningkatkan daya tarik wisata dan Pendidikan memilih sasaran public Sasaran *public relations* mulai dari PAUD, TK, SD, SMP, SMA, Mahasiswa, Peneliti, Umum dan wisatawan mancanegara, dengan melakukan kerjasama dan kemitraan pada pihak eksternal dengan mengadakan kegiatan berupa seminar dan pameran.

Sosialisasi program yang ada di museum dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan Instagram, langkah ini memberikan kemudahan bagi museum memperkenalkan dan mengajak masyarakat untuk mengetahui program dan kegiatan yang diselenggarakan sehingga masyarakat dapat mengunjungi museum. Mendukung hal tersebut museum merawat dan memperbaharui sarana, prasarana dan fasilitas museum kehutanan agar nyaman dikunjungi termasuk pengunjung yang memiliki kebutuhan khusus.

Aktivitas Public Relations Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.uny.ac.id Internet Source	10%
2	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
3	eprints.unmer.ac.id Internet Source	1%
4	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	1%
5	123dok.com Internet Source	<1%
6	jurnal.unmer.ac.id Internet Source	<1%
7	journal.student.uny.ac.id Internet Source	<1%
8	core.ac.uk Internet Source	<1%
9	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1%

10	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
11	www.repositorio.unicamp.br Internet Source	<1 %
12	Ardila Iswanda, Devy Aisyah. "عملية تعليم اللغة العربية في المدرسة العالية الإسلامية الأهلية بادنج غنتينج", AL-MU'ARRIB: JOURNAL OF ARABIC EDUCATION, 2023 Publication	<1 %
13	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
14	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
15	Yugih Setyanto, Paula T. Anggarina. "Public Relations: Membangun Komunikasi Internal dalam Perusahaan", KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2017 Publication	<1 %
16	repository.untar.ac.id Internet Source	<1 %
17	id.scribd.com Internet Source	<1 %
18	jurnal.unprimdn.ac.id Internet Source	<1 %
19	www.beritalingkungan.com Internet Source	<1 %

<1 %

20

journal.uin-alauddin.ac.id

Internet Source

<1 %

21

repository.iainpurwokerto.ac.id

Internet Source

<1 %

22

yaledailynews.com

Internet Source

<1 %

23

infoseminar.web.id

Internet Source

<1 %

24

jurnal.umrah.ac.id

Internet Source

<1 %

25

rapik.pubmedia.id

Internet Source

<1 %

26

repository.unhas.ac.id

Internet Source

<1 %

27

semiratahe2ndicst.fmipa.unib.ac.id

Internet Source

<1 %

28

simdos.unud.ac.id

Internet Source

<1 %

29

www.kajianpustaka.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off