

Strategi Humas Museum Kehutanan Manggala Wanabakti Jakarta Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Museum

Ichsan Widi Utomo¹, Satrio Fajar Hidayat²

^{1,2}I Universitas Bina Sarana Informatika
e-mail: ¹ichsan.iwu@bsi.ac.id, ²satriofh11@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini adalah penelitian tentang bagaimana menggunakan analisis SWOT dalam mempromosikan sebuah organisasi. Dengan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Humas Museum Kehutanan Manggala Wanabakti Jakarta Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung?”. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT dan menggunakan metode kualitatif penelitian deskriptif. Dengan memberik matriks pada pembahasan ditemukan bahwa sebuah organisasi bisa menganalisis dulu internal organisasi dan bisa menemukan peparan dari permasalahnya dalam meningkatkan minat pengunjung

Keyword: Strategi, SWOT, Public Relations

ABSTRACT

This research is a research on how to use SWOT analysis in advancing an organization. The formulation of the problem in this research is "How is the Public Relations Strategy of the Manggala Wanabakti Jakarta Forestry Museum in Increasing Visitors' Interest". The method used is SWOT analysis and uses descriptive qualitative research methods. By providing a matrix for discussion, it was found that the organization can first analyze the internal organization and can find a description of the problem in increasing visitor interest.

Keyword: Strategy, SWOT, Public Relations

PENDAHULUAN

Museum merupakan suatu lembaga yang sifatnya tetap dan tidak mencari keuntungan dalam melayani masyarakat dan dalam pengembangannya terbuka untuk umum, yang mengumpulkan, merawat, meneliti, mengkomunikasikan, memamerkan untuk tujuan penelitian, pendidikan, kesenangan dan pembuktian sejarah manusia dan lingkungannya. Pada mulanya museum berfungsi sebagai gudang barang, tempat dimana disimpan benda-benda warisan budaya, benda benda kuno yang berdebu. Namun fungsi tersebut lama-kelamaan berkembang hingga kearah bidang pendidikan. Menurut KBBi edisi IV, “Museum adalah gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap benda-benda yang patut mendapat perhatian umum, seperti peninggalan sejarah, seni, dan ilmu, dan juga tempat menyimpan barang kuno”. Pemanfaatan museum bagi masyarakat masih kurang, kemungkinan dikarenakan pemahaman masyarakat tentang Museum sendiri masih kurang. Pemahaman masyarakat tentang Museum sebagai tempat penyimpanan benda-benda kuno dan menyeramkan, mungkin menjadi suatu alasan kurangnya apresiasi masyarakat terhadap fungsi Museum. Ketika ditelaah lebih dalam, maka museum cukup signifikan dalam pengembangan wawasan dan pengetahuan. Oleh karena itu, Museum di Indonesia seharusnya memiliki strategi yang meliputi komunikasi untuk menginformasikan koleksinya dan menyelenggarakan kegiatan yang interaktif untuk menarik perhatian pengunjung.

Strategi komunikasi pada sebuah museum umumnya hanya memberikan informasi mengenai koleksi yang ada di museum itu sendiri. Dalam pelaksanaannya sendiri kegiatan yang dilakukan hanya menyampaikan pesan mengenai seputar koleksi museum yang ada tanpa adanya sesuatu yang menarik untuk memunculkan minat masyarakat mengunjungi sebuah museum. Itulah salah satu yang menjadi faktor kurangnya minat masyarakat untuk mengunjungi museum dikarenakan kegiatan yang dilakukan masyarakat di museum tidak interaktif.

Strategi komunikasi pada sebuah museum umumnya hanya memberikan informasi mengenai koleksi yang ada di museum itu sendiri. Dalam pelaksanaannya sendiri kegiatan yang dilakukan hanya menyampaikan pesan mengenai seputar koleksi museum yang ada tanpa adanya sesuatu yang menarik untuk memunculkan minat masyarakat mengunjungi sebuah museum. Itulah salah satu yang menjadi faktor kurangnya minat masyarakat untuk mengunjungi museum dikarenakan kegiatan yang dilakukan masyarakat di museum tidak interaktif.

Museum kehutanan ini di bangun dengan tujuan sebagai pusat informasi dan dokumentasi kehutanan di Indonesia. Museum ini sendiri terdiri atas dua lantai. Lantai pertama berisi pameran artefak kehutanan dan informasi mengenai jenis-jenis hutan dalam bentuk diorama yang dibuat berdasarkan aslinya dan dilengkapi dengan kehidupan satwa di dalamnya. Lantai kedua berisi pameran foto dan informasi soal hutan di Indonesia.

Pada saat ini dengan adanya pandemi covid-19 Pihak Museum Kehutanan Republik Indonesia mempunyai suatu

program yang dapat memberikan pelayanan bagi publik yang kegiatannya dapat memunculkan minat dalam benak publik dan sekaligus menginformasikan berbagai koleksinya. Salah satu program yang menjadi unggulan pihak Museum Kehutanan Nasional Manggala Wanabakti pada saat pandemi ini yaitu “Zoom Virtual”

Zoom Virtual ini disediakan oleh pihak museum kehutanan untuk sekolah-sekolah yg ingin melakukan study tour, nah berhubung saat ini tidak bisa datang langsung ke museum makanya dibuatlah virtual zoom yg nantinya dalam zoom prakteknya dalam zoom tersebut nantinya ada video, video yg menampilkan seakan akan pihak dari museum kehutanan sedang memandu langsung anak-anak sekolah tersebut mengenai museum. Tujuan dari program ini agar museum kehutanan masih tetap eksis walaupun sedang pandemic

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang yang penulis kemukakan, maka penulis akan meneliti Strategi Humas Museum Kehutanan Manggala Wanabakti Jakarta Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung.

Maksud dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui bagaimana “Strategi Humas Museum Kehutanan Manggala Wanabakti Jakarta Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung”

Humas

Humas menurut Suryosubroto (1988:12) adalah “kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, *goodwill*, kepercayaan, penghargaan pada dan dari public sesuatu badan khususnya dan masyarakat umumnya”. Sedangkan menurut Buku Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan (2006:12), Humas adalah “segenap kegiatan dan teknik / kiat yang digunakan organisasi atau individu untuk menciptakan atau memelihara suatu sikap dan tanggapan yang baik dari pihak luar terhadap keberadaan dan aktivitasnya”

(Cutlip, Center dan Broom, 2009:4) menyatakan bahwa, Public Relations adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik.

“*The Statement of Mexico*” mendefinisikan Public Relations sebagai seni dan ilmu pengetahuan sosial untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensi, menasihati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program-program yang berencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani baik kepentingan organisasi maupun kepentingan umum.

Menurut Kasali (1994:7), Public Relations adalah fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur seseorang/sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan publik.

Menurut Denny Griswold yang dikutip oleh Nova (2009:33), Hubungan Masyarakat adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mempelajari

kebijakan dan prosedur individual atau organisasi sesuai dengan kepentingan publik, dan menjalankan program untuk mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik.

Tugas Humas

Tujuan utama Public Relation sendiri adalah menciptakan, mempertahankan dan melindungi reputasi organisasi/perusahaan, memperluas prestis, menampilkan citra-citra yang mendukung. Riset menunjukkan bahwa konsumen/pelanggan lebih sering melakukan *buying decision* atau keputusan pembelian berdasarkan citra perusahaan.

Tugas-tugas humas menurut Hadari Nawawi dan Martini Hadari, 1994, 193 yaitu:

- Menyebarluaskan informasi tentang suatu gagasan “idea”, agar diketahui maksud atau tujuannya dan manfaatnya oleh berbagai pihak di masyarakat
- Mempersiapkan bahan-bahan yang up to date mengenai sesuatu yang akan dikomunikasikan pemimpin pada masyarakat atau pihak-pihak tertentu dalam kegiatan pidato, wawancara, menyajikan ceramah, pemasaran seminar dan lain-lain. Bahan tersebut bahkan dapat berbentuk konsep atau makalah yang sebelumnya telah dibaca dan diketahui isinya oleh pimpinan
- Memberikan kejelasan tentang informasi yang telah disampaikan administrator/pemimpin pada masyarakat atau pihak-pihak yang terkait
- Menyusun dan mengembangkan rencana yang berhubungan dengan pelayanan masyarakat “public service” yang disampaikan pada administrator/pemimpin untuk mendapatkan persetujuan

Fungsi-fungsi utama yang dilakukan oleh seorang humas dalam organisasinya meliputi berbagai bidang dan segi, dibawah ini terdapat beberapa fungsi humas yang paling utama, yaitu

- Menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publiknya, baik publik intern maupun extern dalam rangka menanamkan pengertian
- Menilai dan menentukan pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya
- Memberi saran kepada pemimpin tentang cara-cara mengendalikan pendapat umum sebagaimana mestinya
- Menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam rangka menciptakan iklim pendapat publik yang menguntungkan organisasi/lembaga
- Menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi pendapat umum

Humas Pemerintah

Dalam dunia pemerintahan, Public Relations bertugas

menjalankan kebijakan public dan pelayanan public. Salah satu kegiatan public relations pemerintahan dalam bidang kebijakan public adalah memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintahan yang mengikat masyarakat, sedangkan dalam pelayanan public adalah memberikan pelayanan terbaik, dengan birokrasi yang tidak berbelit-belit untuk memberikan kepuasan terhadap masyarakat sehingga dunia pemerintahan memperoleh citra positif (Ardianto, 2014:239)

Menurut Cutlip, Center dan Broom (2007:465-466): “Spesialis PR Pemerintah – biasanya disebut pejabat public affairs di AS dan pejabat informasi atau penerangan atau pejabat hubungan masyarakat (humas) di negara lain – adalah penghubung penting antara rakyat dan pemerintah

Strategi Humas

Menurut Marrus (2002:31) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai

Menurut Jauch dan Gleuck (Amirullah, 2015: 5), strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. Strategi dipahami bukan hanya sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan melainkan mencakup pula penentuan berbagai tujuan itu sendiri.

Manajemen strategi menurut Ismail (2012: 64), yaitu sebagai proses perencanaan, pengarahan, perorganisasian dan pengendalian berbagai keputusan dan tindakan strategi perusahaan dengan tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Manajemen strategi ini berkaitan dengan pengambilan

keputusan strategis, yakni berbagai keputusan manajerial yang akan mempengaruhi keberadaan perusahaan dalam jangka panjang. Keputusan strategis dapat diambil oleh manajemen puncak pada tingkat korporasi maupun pada tingkat unit bisnis (divisi).

Museum

Asosiasi Museum Amerika (AMA) mendefinisikan museum sebagai suatu lembaga (institusi) “yang dikelola seperti halnya sebuah institusi sosial dan swasta nirlaba, yang berada pada suatu dasar permanen untuk tujuan-tujuan pendidikan dan estetis secara esensial” yang “memelihara dan memiliki atau memanfaatkan obyek-obyek nyata, yang bergerak maupun tak bergerak dan memamerkannya secara teratur “yang” memiliki paling sedikit satu anggota staf profesional atau pegawai yang bekerja penuh waktu, “dan dibuka untuk masyarakat secara teratur sedikitnya 120 hari per tahun” (Kotler dan Kotler, 1998: 6)

Menurut Association of Museum (1998) definisi tentang museum adalah Museum membolehkan orang untuk melakukan penelitian untuk inspirasi, pembelajaran,

dan kesenangan. Museum adalah badan yang mengumpulkan, menyelamatkan dan meneriam artefak dan specimen dari orang yang dipercaya oleh badan museum.

Defenisi yang terdahulu menurut Association of Museum “Museum merupakan sebuah badan yang mengumpulkan, mendokumentasikan, melindungi, memamerkan dan menunjukkan materi bukti dan memberikan informasi demi kepentingan umum.”

Secara Etimologi kata museum berasal dari bahasa latin yaitu “museum” (“musea”). Aslinya dari bahasa Yunani mouseion yang merupakan kuil yang dipersembahkan untuk Muses (dewa seni dalam mitologi Yunani), dan merupakan bangunan tempat pendidikan dan kesenia, khususnya institut untuk filosofi dan penelitian pada perpustakaan di Alexandria yang didirikan oleh Ptolomy I Soter 280 SM.

Museum mengumpulkan dan merawat benda-benda ilmu pengetahuan alam, bendabenda seni, dan benda-benda yang memiliki sejarah penting agar tampak bernilai dan untuk dipamerkan kepada masyarakat umum melalui pameran permanen dan temporer. Museum besar terletak di kota besar dan museum lokal berada di kota kecil. Kebanyakan museum menawarkan program dan kegiatan yang menjangkau seluruh pengunjung, termasuk orang dewasa, anak-anak, seluruh keluarga, dan tingklat profesi lainnya. Program untuk umum terdiri dari perkuliahan atau pelatihan dengan staf pengajar, orang-orang yang ahli, denagn film, musik atau pertunjukkan tarian, dan demosntrasi dengan teknologi.

METODOLOGI

Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa teknik sebagai berikut :

Observasi

Menurut Widoyoko (2014:46) observasi merupakan “pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian

Menurut Sugiyono (2014:145) “observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis.

Menurut Riyanto (2010:96) “observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung

Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015:72) wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi mupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu

Menurut Sugiyono (2016:194) menyatakan bahwa Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

Dokumentasi

Menurut sugiyono (2016:329) menyebutkan bahwa dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dari penelitian kualitatif.

Menurut Widoyoko (2015:50) pengertian dokumentasi dibedakan menjadi dua arti, yaitu arti sempit dan arti luas. Dokumentasi dalam arti sempit adalah barang-barang atau benda-benda tertulis, sedangkan dokumentasi dalam arti luas adalah dokumen bukan hanya berwujud tulisan saja tetapi dapat berupa benda-benda peninggalan seperti prasasti dan simbol-simbol lainnya.

Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan secara umum adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi obyek penelitian. Informasi tersebut dapat diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, tesis, disertasi, ensiklopedia, internet, dan sumber-sumber lain.

Studi pustaka, menurut Nazir (2013, h. 93) teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan cara mempelajari buku-buku termasuk penulisan jurnal yang dapat digunakan sebagai acuan dalam pembahasan laporan riset ini, dengan berkunjung ke TM Book Store, E-library dan buku kepemilikan pribadi.

Metode Kualitatif

Metode yang digunakan penulis yaitu Kualitatif. Metode kualitatif menurut Koentjaraningrat (1993: 89) mengartikan bahwa penelitian kualitatif adalah desain penelitian yang memiliki tiga format. Ketiga format tersebut meliputi penelitian deskriptif, verifikasi dan format Grounded research.

Berbeda dengan pendapat Sugiono (2005) yang mengartikan bahwa penelitian kualitatif lebih cocok digunakan untuk jenis penelitian yang memahami tentang fenomena sosial dari perspektif partisipan. Secara sederhana, dapat pula diartikan sebagai penelitian yang lebih cocok digunakan untuk meneliti kondisi atau situasi si objek penelitian.

Deskriptif

Menurut Nazir (1988: 63) dalam Buku Contoh Metode Penelitian, metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk

membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Menurut Sugiyono (2005: 21) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Berdasarkan teori-teori diatas, maka jenis penelitian yang penulis lakukan saat ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini menjawab bagaimana Humas Museum Kehutanan Manggala Wanabakti Jakarta Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung. Penulis bukan hanya melakukan pengumpulan data saja tetapi juga berusaha untuk mengolah dan menganalisis data penelitian sehingga nantinya dapat memecahkan masalah penelitian dan menarik suatu kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Museum Kehutanan Nasional Manggala Wanabakti merupakan satu- satunya museum kehutanan yang berada di Provinsi DKI Jakarta. Museum Kehutanan Nasional diresmikan pada 24 Agustus 1983 oleh Presiden Soeharto. Pohon Jati berusia sekitar 139 tahun akan menyambut ketika pertama melewati pintu masuk museum ini, di dalam museum kita juga akan 'berkenalan' dengan berbagai jenis kayu seperti kayu jati, kayu meranti, kayu kamper, dan masih banyak lagi. Berbagai jenis produk yang dihasilkan dari kulit, getah, bunga, dan daun juga tersaji lengkap. Produknya mulai dari kapur barus, kertas, bahan pelitur, hingga minyak cendana dan kayu manis ada disini.

Museum kehutanan ini di bangun dengan tujuan sebagai pusat informasi dan dokumentasi kehutanan di Indonesia. Museum ini sendiri terdiri atas dua lantai. Lantai pertama berisi pameran artefak kehutanan dan informasi mengenai jenis-jenis hutan dalam bentuk diorama yang dibuat berdasarkan aslinya dan dilengkapi dengan kehidupan satwa di dalamnya. Lantai kedua berisi pameran foto dan informasi soal hutan di Indonesia.

Museum Kehutanan beralamat ada di Gedung Manggala Wanabakti Blok VI, Jalan Gatot Subroto Jakarta Pusat (Telepon: 021. 5703246 ekst. 5166,5569) (Fax: 021. 5711147) Jam Kunjung Senin – Jumat pukul 09.00 -

15.00 hari Sabtu/Minggu/Hari Libur Nasional tutup

Analisis Situasi

Analisis SWOT Museum Kehutanan Manggala Wanabakti Jakarta

| Strength | Weakness | Opportunity | Threat |
|---|--|---|---|
| Memiliki 883 artefak bukti sejarah kehutanan di Indonesia dan Keaslian benda yang kaya akan nilai sejarah Kehutanan | Kurangnya pengunjung dikarenakan masih banyak yang kurang peduli dengan sejarah. | Memiliki potensi yang menarik untuk dikembangkan lagi informasi | Berubahnya gaya hidup masyarakat yang semakin modren sehingga lupa akan museum. |
| Museum Kehutanan Manggala Wanabakti Jakarta merupakan instansi pemerintah yang memiliki reputasi baik dalam tanggung jawab sosial terhadap masyarakat | Sarana dan prasarana yang masih kurang. | Hubungan kerjasama yang didukung pemerintah | Banyak objek wisata sejenis |
| Memiliki letak tempat yang strategis dan lahan yang luas | Kurangnya promosi yang lebih luas | Perkembangan informasi dan teknologi sehingga dapat lebih luas yang dijangkau | Kurangnya pemahaman masyarakat terkair museum. |

Analisis SWOT Strategi Humas Museum Kehutanan Manggala Wanabakti Jakarta Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung

| Strength | Weakness | Opportunity | Threat |
|--|---|--|--|
| Sebagai bagian untuk mempromosikan kehutanan, agar museum itu eksis atautidak ketinggalan dari museum lain dimasa pandemi covid-19 | Gangguan pada provider dalam mendukung virtual tour | Membantu peserta dalam memberikan wawasan tentang Kehutanan di Indonesia | Kurang minat pengunjung dalam virtual tour |
| Menjaga kenyamanan dan kesehatan pengunjung karena tidak berkerumunan | Hanya dapat dilakuakn secara virtual | Membantu peserta dalam memberikan wawasan tentang SEjarah musesum Kehutanan di Indonesia | Kurang minat pengunjung jika hanyade ngan social media |
| Mendapat tambahan wawasan ilmu kehutanan yang lebih banyak lagi. | | | . |

Program kampanye “Strategi Humas Museum Kehutanan Manggala Wanabakti Jakarta Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Museum” yang dilaksanakan oleh Museum Kehutanan Manggala Wanabakti Jakarta layak dilaksanan karena memiliki tujuan yang baik dalam pelayanan dan kenyamanan pengunjung dan pihak museum dalam masa pandemi ini. Program kampanye ini bisa menjadi acuan untuk pihak museum lain agar bisa tetap eksis dalam memberikan edukasi kepada masyarakat.

Ibu yulianti sebagai kurator dan humas museum kehutanan serta pemandu zoom virtual, bahwa program tersebut sangat menginspirasi dan juga memberikan tambahan pengetahuan mengenai sejarah

pohon, kayu, tanaman dan hewan yang di awetkan.

Bapak Fathul Barri sebagai Guru Bahasa Inggris di Madrasah Tsanawiyah Al – Falah, bahwa program virtual your tersebut sangat bermanfaat untuk siswa – siswi ataupun mahasiswa. Dengan adanya program tersebut, siswa – siswi masih bisa belajar lebih banyak tentang sejarah kehutanan walaupun sedang pandemi covid – 19 berlangsung.

KESIMPULAN

Museum Kehutanan Nasional Manggala Wanabakti. Museum Kehutanan Nasional Manggala Wanabakti merupakan satu-satunya museum kehutanan yang berada di Provinsi DKI Jakarta. Museum Kehutanan Nasional diresmikan pada 24 Agustus 1983 oleh Presiden Soeharto.

Pohon Jati berusia sekitar 139 tahun akan menyambut ketika pertama melewati pintu masuk museum ini, di dalam museum kita juga akan ‘berkenalan’ dengan berbagai jenis kayu seperti kayu jati, kayu meranti, kayu kamper, dan masih banyak lagi. Berbagai jenis produk yang dihasilkan dari kulit, getah, bunga, dan daun juga tersaji lengkap. Produknya mulai dari kapur barus, kertas, bahan pelitur, hingga minyak cendana dan kayu manis ada disini.

Museum kehutanan ini di bangun dengan tujuan sebagai pusat informasi dan dokumentasi kehutanan di Indonesia. Museum ini sendiri terdiri atas dua lantai. Lantai pertama berisi pameran artefak kehutanan dan informasi mengenai jenis-jenis hutan dalam bentuk diorama yang dibuat berdasarkan aslinya dan dilengkapi dengan kehidupan satwa di dalamnya. Lantai kedua berisi pameran foto dan informasi soal hutan di Indonesia.

Pada saat ini dengan adanya pandemi covid-19 Pihak Museum Kehutanan Republik Indonesia mempunyai suatu program yang dapat memberikan pelayanan bagi publik yang kegiatannya dapat memunculkan minat dalam benak publik dan sekaligus menginformasikan berbagai koleksinya . Salah satu program yang menjadi unggulan pihak Museum Kehutanan Nasional Manggala Wanabakti pada saat pandemi ini yaitu “Zoom Virtual”

Zoom Virtual ini disediakan oleh pihak museum kehutanan untuk sekolah- sekolah yg ingin melakukan study tour, nah berhubung saat ini tidak bisa datang langsung ke museum makanya dibuatlah virtual zoom yg nantinya dalam zoom prakteknya dalam zoom tersebut nantinya ada video, video yg menampilkan seakan akan pihak dari museum kehutanan sedang memandu langsung anak-anak sekolah tersebut mengenai museum. Tujuan dari program ini agar museum kehutanan masih tetap eksis walaupun sedang pandemi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti melalui metode pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi dan kepustakaan maka ditarik kesimpulan bahwa program kampanye ”Strategi Humas Museum Kehutanan Manggala Wanabakti Jakarta Dalam

Meningkatkan Minat Pengunjung Museum” dinyatakan berhasil. Hal ini dapat dilihat dari tingginya respon masyarakat dalam menanggapi adanya kegiatan Zoom Virtual

REFERENSI

- Cutlip, C. &. (2007). *Effective Public Relations*. Jakarta : Kencana.
- Martini, H. N. (1994). *Peneliti Terapan*. Yogyakarta: Universitas Gajahmada.
- Nazir. (1998). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Rosady Ruslan, S. M. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suhadang, K. (2012). *Studi dan Penerapan public Relations*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Sutikno, D. M. (2009). *Belajar dan Pembelajaran*. Bandung: prospect.
- Sutikno, D. M. (2009). *Belajar dan Pembelajaran*. Bandung.

PROFIL PENULIS

Ichsan Widi Utomo Dosen di program studi penyiaran Fakultas Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika

Satrio Fajar Hidayat masih berkuliah di Universitas Bina Sarana Informatika pada program Studi Hubungan Masyarakat. Menyukai dunia public relation dan memiliki keminatan dalam difital branding.