

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PENGELOLA OBJEK
WISATA MUSEUM BUKURAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
KUNJUNGAN WISATAWAN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Jurusan Dakwah Dan Komunikasi
Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Disusun Oleh:

Oktaviana Lintang Asri

NIM. 18.12.1.1.126

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

2023

NOTA PEMBIMBING

Dr.SARBINI,M.Ag.

DOSEN PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA

Hal : Skripsi Sdri Oktaviana Lintang Asri

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas
Said Surakarta

Assalamu'alaikumWr.Wb

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan
seperlunya terhadap skripsi saudara:

Nama : Oktaviana Lintang Asri

NIM : 18.12.1.1.126

Judul : Strategi KomunikasiPemasaran Pengelola Objek Wisata
Museum Bukuran Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan
Wisatawan

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui, untuk
diajukan pada sidang Munaqosah Program Studi Komunikasi dan
Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri RadenMas Said Surakarta.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Surakarta, 7 September 2023

Pembimbing

Dr.Sarbini,M.Ag.

NIP. 196904262017011166

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PENGELOLA OBJEK WISATA
MUSEUM BUKURAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN
WISATAWAN**

Disusun Oleh :

Oktaviana Lintang Asri

NIM. 181211126

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Pada Hari Selasa, 24 Oktober 2023
Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan
Guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)

Surakarta, 11 Desember 2023

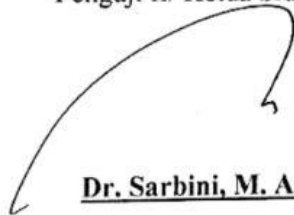
Penguji Utama



Eny Susilowati, S.Sos., M.Si

NIP. 197204282000032002

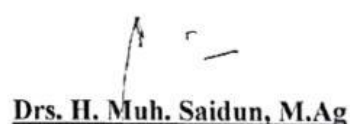
Penguji II/ Ketua Sidang



Dr. Sarbini, M. Ag

NIP. 196904262017011166

Penguji I/Sekretaris Sidang



Drs. H. Muh. Saidun, M.Ag

NIP. 196308021990031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah



Dr. H. Kholilurrohman, M.Si

NIP. 197412275 200501 1 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Oktaviana Lintang Asri
NIM : 18.12.11.126
TTL : Sragen, 11 Oktober 1999
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Jurusan : Dakwah dan Komunikasi
Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Museum Bukuran Dalam” Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan adalah benar penelitian yang saya lakukan sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi dari milik orang lain.

Surakarta, 17 Oktober 2022

Pemberi Pernyataan,



Oktaviana Lintang Asri

NIM. 181211126

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin, terimakasih kepada Allah SWT yang telah melimpahkan kemudahan, kesabaran, dan kelancaran sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini dengan baik. Semoga skripsi ini bermanfaat dan berkah.

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

1. Kedua Orang Tua saya, Bapak Suramto dan Ibu Nuryati yang telah yang telah mencurahkan kasih sayang, mendo'akan, membimbing, memberikan dukungan moral dan berjuang dengan penuh keikhlasan tak kenal lelah dan batas waktu.
2. Adik- Adikku Winda dan Fadhil serta Keluarga Besarku yang telah memberikan dukungan kepadaku.
3. Untuk mbak Widya dan mbak Ika yang selalu membantu dalam setiap kesulitan yang saya hadapi dalam penelitian ini dan setiap proses perkuliahan selama ini.
4. Sahabat dan teman-teman penulis yang senantiasa menyemangati, menjadi pendukung dan penolong disetiap kesulitan yang penulis hadapi saat penyusunan tugas akhir.
5. Almamaterku UIN Raden Mas Said Surakarta

MOTTO

“Selalu ada harga dalam sebuah proses, nikmati saja lelah lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadi dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu lancar. Tapi, gelombang – gelombang itu yang bisa kau ceritakan.”

(Boy Candra)

“ Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(Q.S Ar-Rum : 60)

ABSTRAK

OKTAVIANA LINTANG ASRI. NIM 181211126. STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PENGELOLA MUSEUM BUKURAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN. SKRIPSI. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Jurusan Dakwah dan Komunikasi. Fakultas Ushuluddin dan Dakwah. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Strategi Komunikasi pemasaran merupakan strategi yang dilakukan dengan menyampaikan pesan kepada para konsumen dengan bantuan berbagai media dan dapat dikatakan sebagai upaya memperkuat loyalitas konsumen terhadap produk yang dimiliki. Objek wisata Museum Bukuran dikelola oleh Unit Pelaksana Teknis (UPT) Balai Pelestarian Situs Manusia Purba Sangiran. Museum Bukuran merupakan satu dari lima museum klaster yang ada di Kawasan Sangiran. Di Museum Bukuran jumlah pengunjung masih perlu dioptimalkan dikarenakan penyebaran informasi kurang efektif dan perlu ditingkatkan. Selain itu kurangnya minat wisatawan untuk mengunjungi Museum Bukuran karena kurangnya promosi dari pengelola museum dan lokasinya yang berada di tengah perdesaan. Oleh karena itu, berakibat pada jumlah pengunjung yang belum optimal sehingga berpengaruh pula terhadap kegiatan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Museum Bukuran untuk meningkatkan jumlah wisatawan dengan menggunakan teori strategi komunikasi pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan jenis pertanyaan terbuka dimana informan bebas memberikan informasi secara mendalam. Bentuk pertanyaan disajikan dengan pedoman wawancara dengan pemilihan informan menggunakan *simple random sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah Kunjungan menggunakan seluruh elemen strategi yaitu Periklanan dilakukan dengan publikasi di media sosial, menjalin hubungan dengan pers, dan melakukan kegiatan atau event. Berikutnya Penjualan Personal, dilakukan dengan memberikan pelayanan kepada Kunjungan, tiket, serta sebagai pusat informasi dan bantuan. Lalu Pemasaran Langsung dilakukan dengan memasarkan Museum Bukuran melalui media yang dimiliki. Selanjutnya periklanan dalam bentuk online, yakni melakukan promosi menggunakan media internet dan offline, dilakukan dengan memasang baliho. Yang terakhir Promosi Penjualan, yaitu dengan mengirim atau menerima respon dari calon pengunjung dengan berbagai media seperti telepon, e-mail, perpesanan media sosial dan promosi kesekolah – sekolah, seperti pameran keliling. Untuk kedepannya pengelola terus melakukan upaya dalam meningkatkan penyusunan strategi komunikasi pemasaran dalam mengelola objek wisata Museum Bukuran.

Kata kunci: strategi, komunikasi pemasaran, wisata, Museum Bukuran.

ABSTRACT

OKTAVIANA LINTANG ASRI. NIM 181211126. MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF BUKURAN MUSEUM MANAGERS IN INCREASING THE NUMBER OF TOURIST VISITS. THESIS. Islamic Communication and Broadcasting Study Program. Department of Da'wah and Communication. Faculty of Ushuluddin and Da'wah. Raden Mas Said State Islamic University, Surakarta.

Marketing communication strategy is a strategy carried out by conveying messages to consumers with the help of various media and can be said to be an effort to strengthen consumer loyalty towards the products they own. The Bukuran Museum tourist attraction is managed by the Technical Implementation Unit (UPT) of the Sangiran Early Human Site Preservation Center. Bukuran Museum is one of five cluster museums in the Sangiran area. At Bukuran Museum the number of visitors still needs to be optimized because the dissemination of information is less effective and needs to be improved. Apart from that, there is a lack of tourist interest in visiting the Bukuran Museum due to the lack of promotion from the museum management and its location in the middle of a rural area. Therefore, this results in the number of visitors not being optimal, which also affects promotional activities. This research aims to determine the marketing communication strategy of the Bukuran Museum to increase the number of tourists using the marketing communication strategy theory proposed by Kotler.

The method used in this research is descriptive qualitative, with data collection techniques of observation, documentation, and interviews with open-ended questions where informants are free to provide in-depth information. The form of questions is presented using an interview guide with the selection of informants using *simple random sampling*.

The results of this research show that the marketing communication strategy to increase the number of visits uses all strategic elements, namely advertising by publishing on social media, establishing relationships with the press, and holding activities or events. Next, Personal Sales is carried out by providing services for visits, ticketing, as well as serving as an information and assistance center. Then Direct Marketing is carried out by marketing the Bukuran Museum through owned media. Furthermore, online advertising, namely carrying out promotions using internet and offline media, is carried out by putting up billboards. Lastly, Sales Promotion, namely by sending or receiving responses from potential visitors using various media such as telephone, e-mail, social media messaging and school promotions. – schools, such as traveling exhibitions. In the future, the management will continue to make efforts to improve the preparation of marketing communication strategies in managing the Bukuran Museum tourist attraction.

Keywords: strategy, marketing communications, tourism, Bukuran Museum.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Objek Wisata Museum Bukuran Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Sosial, kepada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, UIN Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Toto Suharto, S.Ag., M.Ag selaku Rektor UIN Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. H. Kholillurrohman, M.Siselaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta.
3. Joni Rusdiana, S.Sos., *M.I.Kom.* selaku Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
4. Dr. Sarbini, M. Ag. selaku Dosen pembimbing yang telah membimbing dalam proses penyusunan skripsi dari awal penelitian sampai dengan selesainya penelitian ini.
5. Eny Susilowati, S.Sos., M.Si selaku Penguji Utama yang telah bersedia untuk meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan mengoreksi kekurangan skripsi ini sehingga menjadi lebih baik.
6. Drs. H. Muh. Saidun, M.Ag selaku Penguji I, yang telah mau meluangkan waktu, tenaga, dan fikiran untuk dapat memeberikan kritik dan saran untuk perbaikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kedua orang tua yang telah memberikan sarana, dukungan, pengarahan, dan do'anya selama menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ushuluddin dan Dakwah yang telah memberikan bekal ilmu kepada peneliti selama kuliah.

9. Staf Fakultas Ushuluddin dan Dakwah yang telah memberikan pelayanan yang terbaik.
10. Muhammad Mujibur Rohman selaku Pemimpin Museum Klatster Bukuran yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian.
11. Teman-teman KPI angkatan 2018 UIN Raden Mas Said Surakarta yang selalu memberikan semangat, motivasi dan membantu dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini.

Dan untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas semua bantuannya dalam menyusun atau menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan untuk keikhlasan yang telah diberikan.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Surakarta, 7 September 2023

Penulis

Oktaviana Lintang Asri

18.12.11.126

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING

Error! Bookmark not defined.

HALAMAN PENGESAHAN

Error! Bookmark not defined.

SURAT PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II	11
A. Kajian Teori.....	11
1.Komunikasi.....	11
1.Strategi	16
3.Strategi Komunikasi Pemasaran	17
4.Wisatawan	20
B. Kajian Pustaka	22
C. Kerangka Berpikir.....	24
BAB III	27
A. Jenis Penelitian.....	27

B. Subjek Penelitian.....	28
C. Waktu dan Tempat Penelitian.....	29
D. Sumber Data	30
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Teknik Keabsahan Data.....	33
G. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV	36
A. Gambaran Umum.....	36
1.Profil Museum	36
2.Sejarah Lokasi	37
3.Visi dan Misi Museum Bukuran.....	40
4.Pengelola Museum Bukuran.....	41
5.Struktur Organisasi Pengelola	42
B. Sajian Data.....	43
1.Promosi Internet.....	43
2.Public Relation.....	47
3.Penjualan Personal	51
4.Periklanan.....	54
5.Promosi Penjualan	57
C. Analisis Hasil Penelitian.....	59
1.Public relations	61
2.Promosi	66
3.Penjualan Personal	70
4.Periklanan.....	72
5.Promosi Penjualan	73
BAB V	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Pengunjung Museum Bukuran Tahun 2023	8
Tabel 2 Pengunjung Museum Bukuran Januari – Juli Tahun 2023	60
Bagan 1 Kerangka Berpikir.....	25
Bagan 2 Struktur Organisasi Pengelola Museum	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Museum Bukuran	6
Gambar 2 Museum Bukuran	38
Gambar 3 Pemberitaan Media tentang Museum Bukuran	44
Gambar 4 Media Sosial Museum Bukuran	45
Gambar 5 Event Kirab Fosil Museum Bukuran	48
Gambar 6 Interior ruang pameran dan akar klasifikasi makhluk hidup untuk media pembelajaran anak	52
Gambar 7 Interior ruang pameran dan akar klasifikasi makhluk hidup untuk media pembelajaran anak	53
Gambar 8 Replika Manusia Purba dan Depot Video yang Dilengkapi Dengan LCD dan Headset	54
Gambar 9 poster museum bukuran	55
Gambar 10 Baliho Peta Museum-museum Manusia Purba Sangiran.....	56
Gambar 11 Baliho Peta Museum-museum Manusia Purba Sangiran.....	56
Gambar 12 Promosi Ke Sekolah	58
Gambar 13 Promosi Bioskop Keliling	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi Komunikasi pemasaran merupakan strategi yang dilakukan dengan menyampaikan pesan kepada para konsumen dengan bantuan berbagai media dan dapat dikatakan sebagai upaya memperkuat loyalitas konsumen terhadap produk yang dimiliki, sedangkan menurut Kennedy dan Soemanagara bahwa komunikasi pemasaran yaitu kegiatan pemasaran yang menggunakan teknik-teknik komunikasi yang berfungsi memberikan informasi kepada orang banyak agar tujuan perusahaan tercapai dan terjadi peningkatan pendapatan atas penggunaan jasa atau pembeli produk yang ditawarkan. (Kusniadji 2016)

Komunikasi pemasaran menurut Kotler dan Keller (2009:172) merupakan sarana suatu perusahaan untuk berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk dan merek yang dijual. Komunikasi pemasaran merupakan gambaran dari perusahaan dan merknya untuk membangun hubungan dengan konsumen yang akan menikmati produk atau jasa. Dalam upaya meningkatkan kegiatan promosi serta penyebaran informasi kepada masyarakat yaitu dengan menggunakan teori strategi komunikasi pemasaran menurut Kotler, antara lain: periklanan, promosi penjualan, personal selling, marketing online , humas.

Pemanfaatan media promosi digital yang harus digunakan secara maksimal, komunikasi pemasaran juga menjadi faktor yang sangat berpengaruh atas keberhasilan suatu perusahaan. Membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan lebih dari sekadar mengembangkan fasilitas, menetapkan harga dan menyediakan produk bagi pelanggan. Perusahaan juga harus mengkomunikasikan proposisi nilai mereka kepada pelanggan dan apa yang mereka komunikasikan tidak boleh dibiarkan begitu saja. Segala bentuk komunikasi harus direncanakan dan dipadukan ke dalam strategi komunikasi pemasaran. Selain dianggap penting dalam membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan, strategi komunikasi pemasaran yang baik adalah elemen penting yang dapat menguntungkan. (Yelvita, 2022)

Pariwisata merupakan salah satu bidang yang menjadi andalan dalam sektor perekonomian karena dapat berpengaruh pada pembangunan nasional yang dapat meningkatkan devisa negara. Perkembangan tempat pariwisata saat ini sangat menjanjikan karena dapat menambah pemasukan suatu daerah. Bahkan, saat ini sudah didukung dengan penerapan otonomi daerah sebagai langkah awal untuk mengembangkan dan mengelola sumber daya yang dimiliki dengan tujuan dapat membangun perekonomian daerah setempat. Oleh karena itu, beberapa daerah berlomba-lomba memanfaatkan sumber daya yang memiliki potensi untuk meningkatkan perekonomian. (*Sektor Pariwisata Jadi Andalan Devisa Terbesar Negara*, n.d.)

Pariwisata secara umum dibagi menjadi dua jenis : wisata alam dan wisata buatan. Wisata alam mengacu pada tempat wisata dari berbagai fenomena

fisik di permukaan bumi, seperti air terjun, pegunungan, dan lain sebagainya, sedangkan wisata buatan mengacu pada tempat wisata yang dihasilkan oleh aktivitas manusia, seperti museum, danau, dan lain sebagainya (Pendit, 1999). Pariwisata mengacu pada kegiatan perjalanan sementara seseorang dari tempat tinggalnya semula ke suatu daerah tujuan, bukan untuk tujuan menetap atau mencari nafkah, melainkan hanya untuk memuaskan rasa ingin tahu, waktu senggang atau liburan. (Meyers, 2009)

Terdapat banyak aset pariwisata di Provinsi Jawa Tengah, antara lain aset wisata alam, aset wisata buatan. Salah satu aset wisata buatan (*man-made resources*) adalah situs Sangiran yang merupakan kawasan situs prasejarah. Potensi atau daya tarik Sangiran yang besar terletak pada kandungan fosil hewan dan manusia purba serta alat-alat batu dan dokumentasi *stratigrafi* yang tidak terputus sejak dua juta tahun lalu, memberikan sejumlah besar data dan lingkungan alam purba untuk memahami evolusi fisik manusia. (Widianto, 2011:10)

Kabupaten Sragen adalah Kabupaten Provinsi Jawa Tengah. Ibukotanya berada di Sragen, sekitar 30 kilometer sebelah timur Surakarta. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Grobogan di utara, Kabupaten Ngawi (Jawa Timur) di timur, Kabupaten Karanganyar di selatan, dan Kabupaten Boyolali di barat. Daerah ini dikenal dengan nama “Bumi Sukowati” yang merupakan nama yang digunakan sejak masa pemerintahan Kerajaan Surakarta (Kasunanan). Wisata yang ada di daerah Sragen antara lain: Pemandian Air Panas Bayanan, Gunung Kemukus, Kedaulatan Rakyat Kartika, Edupark Gemolong, Waduk

Kedung Ombo, Taman Ndayu, Kedung Grujug, Kolam Renang Doeng Cuo.
(Kabupaten Sragen, n.d.)

Situs manusia purba di Sangiran juga memberikan manfaat ekonomi dan pendidikan bagi masyarakat setempat. Museum Sangiran merupakan museum kegiatan ilmiah yang aktif dan semarak. Segala potensi akademik yang dipamerkan Museum Sangiran dilengkapi dengan fasilitas museum yang modern sehingga masyarakat dapat memperoleh informasi ilmu pengetahuan dan budaya sebanyak-banyaknya. Seperti situs *paleoantropologi* lainnya, kondisi alam liar di Sangiran tidak dapat dilalui, gersang dan tidak berbicara kepada masyarakat luas tentang evolusi manusia, budaya, dan lingkungan. Oleh karena itu, agar informasi situs Sangiran tersampaikan kepada masyarakat, maka didirikan pusat informasi yang representatif, jelas, komprehensif dan modern di kawasan situs Sangiran. Dalam perkembangannya, museum di situs Sangiran tersebar dalam 4 klaster yaitu Klaster Krikilan, Klaster Dayu, Klaster Bukuran dan Klaster Ngebung. Keempat Klaster museum tersebut tutup setiap hari senin dan buka setiap hari Selasa sampai Minggu, pukul 08.00-16.00 WIB. (Widianto, 2014)

Pertama, Museum Sangiran Klaster Ngebung terletak kurang lebih 3 km di sebelah utara Museum Sangiran. Situs ngebung memiliki nilai historis yang tinggi karna di sanalah dilakukan penelitian secara sistematis untuk pertama kalinya. Di klaster ini ditampilkan para peneliti dalam upaya mengeksplorasi potensi Situs Sangiran. Kegiatan tokoh-tokoh seperti raden Saleh, J.C Van Es, Eugene Dubois, G.H.R Von Koenigswald disajikan dengan informasi secara

visual maupun digital yang interaktif. Kedua, Museum Klaster Manyarejo, Klaster ini berada di Desa Manyarejo, Kecamatan Plupuh, Kabupaten Sragen. Klaster ini didirikan sebagai bentuk apresiasi terhadap peneliti dari berbagai disiplin ilmu dan juga masyarakat Sangiran yang telah melakukan penelitian. Pada klaster ini terdapat bangunan museum yang menampilkan audio visual yang berisi ungkapan warga Sangiran sebagai penemu-penemu fosil. Sejak kedatangan Von Koenigswald pada tahun 1934, masyarakat banyak dilibatkan untuk mengumpulkan fosil-fosil sehingga menciptakan hubungan harmonis antara peneliti dan warga masyarakat sekitar. Ketiga, Museum Klaster Dayu, Klaster Dayu berada di Desa Dayu, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar. Klaster ini dikenal sebagai situs yang penting karena terdapat banyak jejak kehidupan masa lampau seperti fosil fauna, manusia beserta budayanya, serta rekaman perubahan lingkungan Situs Sangiran. Keberadaan stratigrafi Dayu yang cukup lengkap mampu menggambarkan evolusi lingkungan sejak Sangiran berupa rawa hingga menjadi daratan. Terdapat pula ruang diorama serta ruang pameran yang menyajikan berbagai fosil dan bukti penemuan perkakas Homo Erectus tipe arkaik. Dan keempat, yaitu Museum Bukuran, Museum Sangiran Klaster Bukuran berada di Desa Bukuran, Kecamatan Kalijambe, Kabupaten Sragen. Museum ini memiliki tema Evolusi Manusia dan Lingkungan. Pada bagian pertama disajikan keanekaragaman makhluk hidup di atas bumi saat ini. Salah satu koleksi yang dipamerkan pada bagian ini adalah diorama rekonstruksi tiga tipe Homo Erectus yang pernah hidup di Jawa. Sedangkan di ruang bawah Museum Klaster Bukuran terdapat peninggalan fosil

manusia purba yang berasal di Situs Sangiran maupun fosil manusia purba dari situs Paleoantropologi di seluruh dunia. (*Menelisik Situs Purbakala Sangiran, Warisan Budaya Dunia Di Tanah Nusantara*, n.d.)

Klaster Bukuran Berada di Desa Bukuran, Kecamatan Kalijambe, Kabupaten Sragen, Klaster Bukuran merupakan situs yang kaya akan fosil manusia. Sebagian besar temuan sisa-sisa manusia purba jenis *Homo Erectus* dari Sangiran telah ditemukan di situs ini. Hal inilah yang memungkinkan situs Bukuran berkembang menjadi pusat informasi tentang evolusi manusia purba. Museum Klaster Bukuran memuat teori evolusi dan pengaruhnya. Semua materi tersebut disajikan secara trendy dan atraktif melalui grafis dan visual yang interaktif. (*Museum Kluster Bukuran*, n.d.)



Gambar 1 Museum Bukuran

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Museum adalah alat yang efektif untuk membantu dalam penelitian atau proses pembelajaran karena museum memberikan bukti nyata yang dapat kita akses langsung, sehingga membantu kita memahami persepsi kita tentang bentuk gambar masa Purbakala. Namun sebenarnya masyarakat kurang tertarik untuk mengunjungi museum saat ini karena banyak mall dan pusat hiburan yang didirikan untuk memberikan hiburan bagi masyarakat. Dengan demikian keberadaan museum akan tersisihkan bahkan masyarakat akan malas dan tidak berminat mengunjungi museum, begitu pula dengan museum Bukuran. Banyak orang yang tidak mengetahui keberadaan dan peran museum. Untuk itu, diperlukan upaya untuk mempromosikan objek wisata Museum Purbakala Bukuran kepada masyarakat luas. (Mei, 2012)

Dari hasil observasi, jumlah pengunjung yang masih perlu dioptimalkan dikarenakan penyebaran informasi kurang efektif dan perlu ditingkatkan. Selain itu kurangnya minat wisatawan untuk mengunjungi Museum Bukuran karena kurangnya promosi dari pengelola museum dan lokasinya yang berada di tengah perdesaan. Oleh karena itu, berakibat pada jumlah pengunjung yang belum optimal sehingga berpengaruh pula terhadap kegiatan promosi.

Sedangkan dalam penelitian ini perlunya strategi komunikasi pemasaran yaitu karena penyebaran Informasi yang kurang efektif yang akibatnya jumlah pengunjung yang belum optimal dan mempengaruhi kegiatan promosi sehingga dalam meningkatkan kegiatan promosi untuk meningkatkan wisatawan maka dirasa penting untuk diterapkannya strategi komunikasi pemasaran sebagai upaya kegiatan promosi dan penjualan untuk meningkatkan wisatawan agar

berkunjung ke objek wisata Museum Bukuran mulai dari anak-anak sampai dewasa.

Tabel 1 Data Pengunjung Museum Bukuran Tahun 2023

Sumber : BPSMP Museum Sangiran, Klaster Bukuran

NO	Pengunjung	Jan	Feb	Mar
1	Dewasa	27	24	32
2	Anak-anak	16	12	20
3	Asing	2	1	0

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pertengahan tahun 2022, jumlah pengunjung Museum Bukuran untuk kategori dewasa menurun dan naik kembali, untuk kategori anak-anak menurun dan naik kembali, dan untuk wisatawan turis cenderung turun, karena Museum ini masih memiliki kekurangan dalam menarik perhatian para wisatawan. Dan Kurangnya cara pengelola museum Bukuran dalam mempromosikan.

Berdasarkan yang telah diuraikan diatas, peneliti merasa pentingnya strategi komunikasi Pengelola untuk mempromosikan objek wisata Museum Bukuran kepada khalayak umum guna menarik wisatawan. Terkait hal tersebut peneliti mengambil tentang **“Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Objek Wisata Museum Bukuran Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan”**.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi Masalah dari latar belakang di atas dapat ditemukan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurang efektifnya komunikasi pemasaran sehingga berpengaruh terhadap kegiatan promosi objek wisata Museum Bukuran.
2. Terdapat kendala kurang maksimalnya pengelola dalam meningkatkan jumlah pengunjung di Museum Bukuran terutama melalui media sosial.
3. Potensi yang dimiliki objek wisata Museum Bukuran sangat baik namun masih perlu ditingkatkan dalam pengelolaan terkait promosi objek wisata Museum Bukuran kepada masyarakat.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas untuk menghindari terjadinya pembahasan yang terlalu luas maka penulis perlu memberi batasan terhadap permasalahan. Penelitian ini hanya dibatasi pada strategi komunikasi pemasaran pengelola museum bukuran dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan tersebut maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah: Bagaimana Strategi Komunikasi pemasaran yang dilakukan Pengelola Museum Bukuran dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Museum Bukuran?

E. Tujuan Penelitian

Telah diketahui tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi Pemasaran yang dilakukan Pengelola Museum Bukuran dalam meningkatkan jumlah wisatawan di Museum Bukuran.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Akademik

- a. Bagi peneliti sebagai pengembangan ilmu pengetahuan tentang kajian komunikasi terutama dalam konsep Public Relation dan komunikasi pemasaran.
- b. Bagi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam atau Ilmu komunikasi konsentrasi Public Relation penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan pengembangan penelitian selanjutnya.

2. Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi Pengelola Museum Bukuran dalam melakukan komunikasi pemasaran agar mampu meningkatkan minat jumlah wisatawan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan ide kreatif untuk lebih meningkatkan potensi wisata khususnya di Museum Bukuran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting dalam kehidupan sehari-hari karena tanpanya tidak akan ada interaksi antar manusia. Komunikasi adalah proses penyampaian gagasan dan pemahaman antar individu atau antara organisasi dengan individu. (Shimp, 2003)

Komunikasi mengacu pada segala sesuatu yang melibatkan dua orang atau lebih yang berinteraksi satu sama lain. Komunikasi tersebut akan terjadi jika suatu sumber memfasilitasi tanggapan kepada penerima melalui pesan, berupa tanda atau simbol, verbal atau non-verbal, tanpa terlebih dahulu interaksi dari kedua pihak yang dikomunikasikan. Melalui komunikasi, manusia dapat saling mengenal, baik yang sudah mengenal maupun yang belum mengenal. (Mulyana, 2005)

Komunikasi adalah suatu proses dimana satu pihak menyampaikan pesan kepada pihak lain berupa pesan, ide, gagasan, dan lain-lain, dan kedua pihak akan saling mempengaruhi atau membujuk, dan komunikasi dapat mengungkapkan kebutuhan individu maupun kelompok. Setiap komunikasi pasti memiliki efek

pada satu atau lebih orang yang terlihat dalam proses komunikasi.
(Hermawan, 2012)

b. Tujuan Komunikasi

Tujuan mempelajari komunikasi terbagi menjadi aspek umum dan aspek khusus. Aspek umum untuk memperoleh pemahaman tentang ilmu yang terkait dengan proses komunikasi, melalui pemahaman ini ilmuwan dan perilaku komunikasi diharapkan dapat berkomunikasi dengan baik, dan selalu mengalami perubahan dan kemajuan dalam komunikasi. Aspek khusus menuntun manusia mengubah sikap, mengubah pendapat atau pandangan, mengubah perilaku, dan mengubah masyarakat. (Suryanto, 2015)

Dalam kehidupan sehari-hari manusia pasti melakukan interaksi sosial dengan masyarakat, oleh karena itu manusia disebut sebagai makhluk sosial, dan interaksi sosial tidak terlepas dari ketergantungan manusia dalam memberi dan menerima informasi. Pada titik inilah ilmu komunikasi menentukan momentumnya, tujuan komunikasi itu sendiri yaitu :

- 1) Mengetahui informasi satu sama lain. Seorang komunikator yang baik menjelaskan sebanyak mungkin kepada komunikan agar mereka dapat memahami maksudnya.

- 2) Memahami orang lain. Intinya sebagai komunikator harus memahami keinginan orang atas apa yang mereka inginkan, dan tidak menginginkan kemauannya.
- 3) Komunikator harus dapat menerima gagasan orang lain dengan cara persuasif bukan memaksa, dan membuat gagasannya sendiri diterima oleh orang lain.
- 4) Memotivasi orang lain untuk melakukan sesuatu dengan mendorong orang lain untuk melakukan sesuatu dengan cara yang baik. (Suryanto, 2015)

Komunikasi dapat secara sederhana diringkas sebagai tujuan untuk mengharapkan pemahaman, dukungan, gagasan, dan tindakan. Dalam setiap komunikasi, komunikator harus menanyakan dengan jelas tujuannya.

c. Fungsi Komunikasi

Komunikasi tidak hanya berkaitan dengan masalah pertukaran berita dan pesan, tetapi juga dengan aktivitas individu dan kelompok yang berkaitan dengan pertukaran data, fakta, dan ide. Dalam pengertian ini, ada beberapa fungsi yang melekat pada proses komunikasi (Effendy, 2006) yaitu:

- 1) Informasi yang diperlukan untuk dipahami dan ditanggapi dengan jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain untuk mengambil keputusan yang tepat.

- 2) Sosialisasi, yaitu penyediaan pengetahuan yang memungkinkan orang bertindak sebagai masyarakat yang efektif, sehingga sadar akan fungsi sosialnya dan mampu berpartisipasi aktif dalam masyarakat.
- 3) Motivasi, memberikan setiap masyarakat tujuan jangka pendek atau jangka panjang yang mendorong orang untuk membuat pilihan dan mengejar keinginannya.
- 4) Debat dan diskusi, memberikan kesempatan untuk bertukar pendapat atau fakta, kemungkinan mencapai kesepakatan tentang berbagai masalah atau menyelesaikan perbedaan pendapat, dan menghadirkan bukti-bukti yang relevan.
- 5) Pendidikan, pengalihan ilmu dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan karakter, dan pembentukan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan dalam segala bidang kehidupan.
- 6) Memajukan kehidupan, bertujuan melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan budaya, memperluas wawasan, menumbuhkan imajinasi, mendorong kebutuhan kreativitas dan estetika.
- 7) Hiburan, penyebarluasan sinyal, simbol, teater, tari, seni, sastra, olahraga, musik, hiburan, komunikasi kelompok dan suara individu.
- 8) Integrasi tersedia untuk kelompok dan individu. Memiliki kesempatan untuk memperoleh pesan yang Anda butuhkan untuk

saling mengenal, memahami dan menghormati pandangan dan keinginan orang lain. (Suryanto, 2015)

d. Unsur Komunikasi

Dalam komunikasi tentu ada proses yang berlangsung antara komunikator dan komunikan. Dalam proses komunikasi dapat dipahami sebagai pertukaran informasi atau pesan dari pengirim sebagai komunikator kepada penerima atau komunikan. (Abidin, 2015)

Cara untuk mengirim dan menerima pesan-pesan ini dengan benar adalah dengan menyusun strategi komunikasi. Seperti yang diketahui, komunikasi di sini adalah proses dimana seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain untuk menginformasikan atau mengubah pendapat, perilaku, sikap, baik secara lisan maupun tidak langsung melalui media.

Effendi (2001) menjelaskan bahwa unsur-unsur komunikasi dapat dirinci menjadi komunikator, yaitu orang yang menyampaikan pesan. Encoding atau penyediaan, yaitu pengalihan pikiran dalam bentuk lambang. message, yaitu pesan yang disampaikan oleh komunikator. Media adalah saluran komunikasi untuk tempat berlalunya pesan. Decoding atau pengawasandian ialah proses dimana komunikan menentukan arti dari simbol-simbol yang dikomunikasikan kepadanya oleh komunikator. Receiver adalah

komunikasikan yang menerima pesan dari komunikator. Response atau tanggapan, ialah seperangkat komunikasi kepada komunikan setelah pesan diterima. Feedback atau Umpan Balik, ialah reaksi komunikan jika tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator. Noise atau gangguan yang tidak terduga dalam jalannya komunikasi yang disebabkan oleh komunikan yang menerima pesan lain dari yang disampaikan kepadanya oleh komunikator.

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Kata “strategi” berasal dari akar kata Yunani *strategos*, yang secara harfiah berarti “seni umum”, yang kemudian menjadi kata sifat strategi, yang berarti “keterampilan militer”, yang kemudian disesuaikan lagi dengan lingkungan bisnis modern. Arti dari kata *strategos* adalah:

- 1) Keputusan untuk mengambil tindakan dan menanggung segala akibatnya dalam jangka panjang.
- 2) Tentukan seberapa rentan posisi kita relatif terhadap pesaing kita (ilmu perang dan bisnis).
- 3) Memanfaatkan sumber daya yang terbatas dan menyebarluaskan informasi tentang kemungkinan penyadapan oleh pesaing.

- 4) Penggunaan fasilitas komunikasi untuk penyebaran informasi yang menguntungkan berdasarkan analisis geografis dan topografis.
- 5) Penemuan titik-titik kesamaan dan perbedaan penggunaan sumber daya dalam pasar informasi

3. Strategi Komunikasi Pemasaran

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 akademisi komunikasi pemasaran yaitu semua elemen-elemen promosi dari marketing mix yang melibatkan komunikasi antarorganisasi dan target audience pada segala bentuknya yang ditujukan untuk performance pemasaran.

Komunikasi Pemasaran menurut Nickels (1984:7 dalam Suryanto, 2015: 521) adalah pertukaran informasi dua arah dan persuasi yang menunjang proses pemasaran agar berfungsi secara lebih efektif dan efisien.

Sarana untuk menginformasikan, membujuk, mengingatkan konsumen tentang produk yang dijual oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung disebut komunikasi pemasaran (Philip

Kotler & Kevin Lane Keller 2009). Bentuk-bentuk komunikasi pemasaran terdiri atas dua hal penting yaitu:

- 1) Periklanan yaitu promosi barang, jasa ataupun suatu gagasan dalam bentuk non personal oleh suatu organisasi atau seponsor tertentu.
- 2) Promosi, apabila kegiatan promosi dilakukan dengan baik maka suatu program pemasaran perusahaan sukses dilakukan.

Komunikasi pemasaran meliputi tiga tujuan utama yaitu, untuk menyebarkan informasi (komunikasi informatif), mempengaruhi untuk melakukan pembelian atau menarik konsumen (komunikasi persuasif), dan mengingatkan khalayak untuk melakukan pembelian (komunikasi mengingatkan kembali). (Suryanto, 2015: 525).

Kegiatan komunikasi pemasaran agar terlaksana dengan baik, maka diperlukan elemen-elemen pendukung dalam strategi komunikasi pemasaran. (Kotler 2004 dalam Suryanto, 2015: 525) mendefinisikannya sebagai berikut:

- 1) Public Relation merupakan berbagai program untuk mempromosikan dan atau melindungi citra perusahaan atau produk individualnya. Karakteristiknya: Sangat terpercaya dan bisa meraih orang yang menghindari tenaga penjualan dan periklanan.
- 2) Personal selling, suatu kegiatan dimana pihak instansi atau perusahaan bertatap muka maupun berinteraksi langsung dengan

calon pembeli untuk melakukan kegiatan penjualan, bertanya jawab dengan pembeli maupun melakukan persentasi.

Karakteristiknya:

- a) Melibatkan interaksi pribadi.
 - b) Memungkinkan pengembangan hubungan erat.
 - c) Perangkat promosi yang sangat mahal.
- 3) Promosi penjualan, kegiatan jangka pendek untuk mempengaruhi dan membujuk masyarakat agar tertarik untuk mencoba dan membeli suatu produk atau jasa.

Karakteristiknya:

- a) Menggunakan berbagai cara pendekatan.
- b) Menarik perhatian pelanggan dan cepat memberikan penghargaan atas respons konsumen.

Dalam melaksanakan promosi penjualan, terdapat langkah-langkah yang dilakukan pertama, menentukan tujuan. Kedua, menyeleksi alat-alat. ketiga, menyusun program. Keempat, melakukan penguji pendahuluan atas program. Kelima, melaksanakan dan mengendalikan program dan terakhir mengevaluasi hasil.

- 4) Online marketing (pemasaran online). Diutarakan oleh Kotler (2001: 256) merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan atau instansi melakukan kegiatan pemasaran, berinteraksi dengan konsumen melalui media online dan elektronik.

5) Periklanan, suatu kegiatan promosi barang atau jasa melalui suatu gagasan atau ide dan disajikan dalam bentuk nonpersonal oleh suatu instansi atau pihak sponsor.

Karakteristiknya:

- a) Dapat mengulang pesan berkali-kali.
- b) Bersifat impersonal, dan komunikasi satu arah.
- c) Dapat sangat mahal untuk beberapa jenis media.

Bentuk-bentuk iklan terdiri dari beberapa bentuk yaitu iklan informatif, iklan persuasif, iklan pengingat dan iklan penguat. Respon yang diberikan oleh penerima komunikasi meliputi:

- a) Afek kognitif untuk membentuk kesadaran tertentu.
- b) Efek Afeksi memberikan pengaruh untuk melakukan sesuatu.
- c) Efek konatif atau perilaku, membentuk audiens untuk perilaku selanjutnya.

4. Wisatawan

Menurut Undang-Undang Kepariwisata Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009, wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Istilah wisatawan umumnya diambil untuk menyebut seseorang yang mengunjungi objek wisata. Ada dua jenis pengunjung, yaitu:

- 1) Wisatawan mancanegara (*International Tourists*) adalah orang yang melakukan perjalanan ke luar negeri dan wisatawan di dalam negeri.

- 2) Wisatawan domestik (dalam negeri) adalah penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan sekurang-kurangnya 24 jam atau semalam di wilayah Indonesia di luar tempat tinggalnya, kecuali untuk kegiatan mencari nafkah di tempat yang dikunjungi (Pendit, 1994)

Karakteristik wisatawan dapat dibedakan menurut jenis kelamin dan umur yaitu terbagi menjadi anak-anak, remaja, dewasa, paruh baya dan lanjut usia. Faktor utama yang mempengaruhi perjalanan wisata adalah:

- 1) Profil Wisatawan (*Tourist Profile*) Profil wisatawan dapat dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu:
 - a) Karakteristik sosial ekonomi wisatawan(*Socio-economic characteristic*) , meliputi usia, pendidikan dan tingkat pendapatan.
 - b) Karakteristik perilaku (*behavioural Characteristic*), meliputi motivasi, sikap dan keinginan wisatawan.
- 2) Pengetahuan perjalanan (*travel awareness*), meliputi informasi tentang daerah tujuan wisata serta ketersediaan fasilitas dan pelayanan.
- 3) Karakteristik (*tirip features*), meliputi jarak, waktu tinggal di tempat tujuan, biaya dan waktu tempuh Sumber daya dan karakteristik tempat tujuan (*resources and characteristic of destinataon*), termasuk jenis

atraksi, akomodasi, ketersediaan dan kualitas fasilitas pelayanan, kondisi dan lingkungan, dll.

B. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan dan acuan dalam penelitian dan juga digunakan sebagai tolak ukur bagi peneliti dalam upaya memperoleh kerangka berpikir. Selain itu, juga untuk menghindari kesamaan dengan penelitian ini. Berikut adalah penelitian terdahulu yang peneliti jadikan acuan.

1. Jurnal dari Fauziah Sam Abede Pareno (2017) mahasiswa Universitas Dr. Soetomo Surabaya yang berjudul "Komunikasi Pemasaran Destinasi Cagar Budaya di Kabupaten Lumajang", Vol. 1 sampai 2. Dalam jurnal ini menerapkan beberapa dasar teori antara lain penjualan, periklanan, promosi, pemasaran langsung, publisitas, sponsorship, point of sale and merchandising, mulut kemulut, Edagang dan identitas perusahaan. Dan terdapat persamaan bahwa penelitian dilakukan sebagai upaya dalam menarik wisatawan.

Namun, karakteristik objek wisata yang berbeda walaupun sama-sama menggunakan strategi komunikasi persamaan sebagai landasan teori, namun dalam jurnal tersebut menggunakan Burhan Bungin sebagai dasar penelitian. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan analisis teori menurut Kotler yaitu periklanan, promosi, penjualan personal, humas dan penjualan internet.

2. Penelitian Sari Nurnaini H (2009), Universitas Sebelas Maret Surakarta Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Politik . Judul penelitian Komunikasi Pemasaran Wisata (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Aktivitas Komunikasi Pemasaran Wisata “Taman Pintar” Yogyakarta Dalam Membidik Wisatawan Domestik). Dalam penelitian ini, pengelolaan Taman Pintar meenerapkan bauran komunikasi pemasaran meliputi iklan, promosi, pemasaran langsung, penjualan personal, humas dan publisitas.

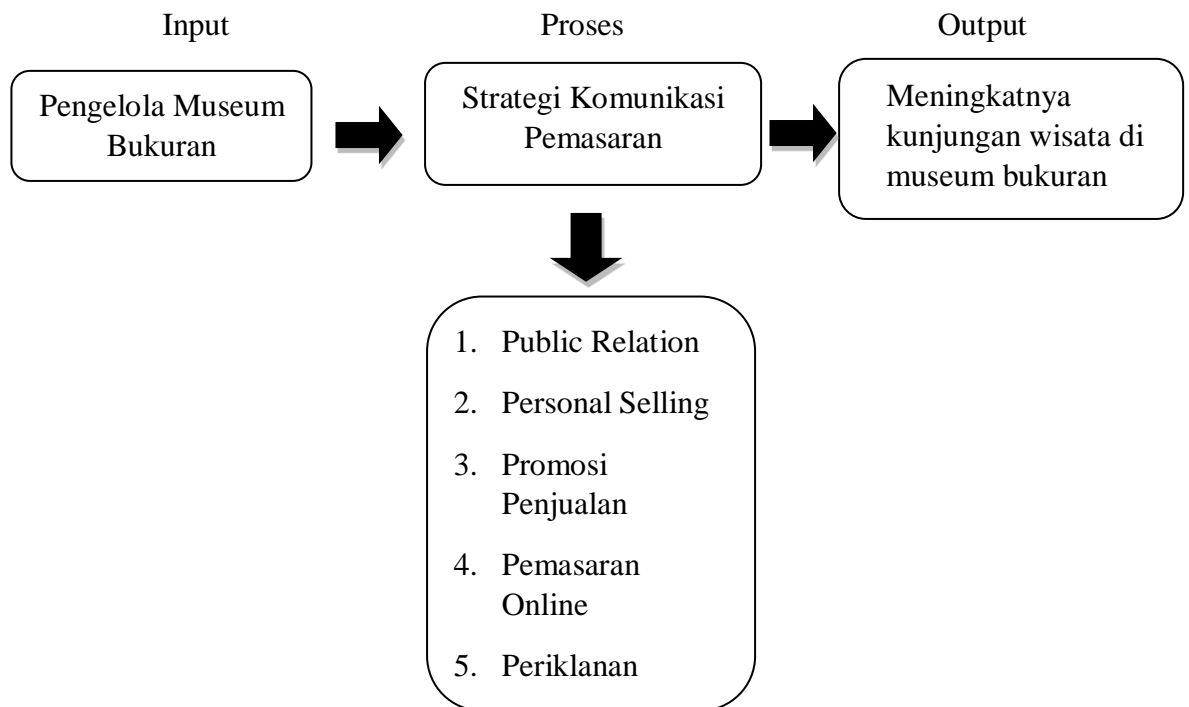
Persamaan dalam penelitian Sari dengan penelitian ini sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif, selain itu dalam penelitian Sari Nurnaini sama-sama menemukan permasalahan pada kegiatan promosi. Tujuan penelitian dari Sari yaitu untuk mengetahui aktivitas komunikasi pemasaran di objek wisata Taman Pintar Yogyakarta dimana objek wisata Taman Pintar sebagai objek baru dan belum dikenal masyarakat perlu diterapkannya suatu strategi. sedangkan permasalahan yang ada di objek wisata Museum Bukuran yaitu kurangnya penyebaran informasi yang berakibat terhadap kegiatan promosi yang perlu ditingkatkan.

3. Penelitian Saroh Ganik Haryati (2015), program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan judul Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran Pemerintah Desa Dalam Menarik Wisatawan (Studi Kualitatif di Obyek Wisata Umbul Ponggok, Klaten, Jawa Tengah). Persamaan penelitian Saroh Ganik

dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitiannya menggunakan analisis teori dalam mempromosikan objek wisata dalam menarik wisatawan. Perbedaan penelitian Saroh Ganik dengan penelitian ini yaitu tujuan penelitian Saroh Ganik di Objek wisata umbul Ponggok karena ingin mengetahui strategi bauran komunikasi pemasaran objek wisata Ponggok yang sedang booming dan memiliki wahana baru diving dan snorkling agar wisatawan tertarik berkunjung. Sedangkan dalam penelitian ini bagaimana strategi komunikasi pengelola museum bukuran sebagai upaya dalam mengefektifkan kegiatan promosi agar banyak wisatawan yang datang ke objek wisata museum bukuran..

C. Kerangka Berpikir

Penyusunan kerangka berpikir dalam penelitian ini menjelaskan mengenai proses berfikir peneliti dalam rangka mengadakan penelitian tentang strategi komunikasi pengelola museum bukuran dalam menarik wisatawan. Dengan adanya strategi komunikasi yang dilakukan oleh pengelola museum bukuran mampu menarik minat wisatawan dan meningkatkan jumlah pengunjung.



Bagan 1 Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini, yang menjadi input yaitu objek wisata Museum Bukuran yang merupakan objek wisata desa yang berada di Kecamatan Kalijambe, Sragen. Objek wisata Museum Bukuran dikelola oleh BPSMP (Balai Pelestarian Situs Manusia Purba). Pengelolaan objek wisata Museum Bukuran dalam upaya meningkatkan kegiatan promosi serta penyebaran informasi kepada masyarakat yaitu dengan menggunakan teori strategi komunikasi pemasaran menurut Kotler yang selanjutnya disebut dengan Proses, dengan menggunakan analisis teori (1) periklanan, melalui kegiatan ini masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai objek wisata Museum Bukuran sehingga tertarik untuk berkunjung. (2) promosi penjualan, dengan promosi penjualan yang dilakukan oleh pengelola mampu menarik wisatawan untuk berkunjung sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan

wisatawan di Museum Bukuran. (3) personal selling, personal selling atau penjualan personal dilakukan sebagai upaya dalam mengoptimalkan penyebaran tiket secara merata. (4) marketing online , di era globalisasi dan perkembangan media yang semakin canggih sosial media menjadi salah satu media informasi dan promosi yang tepat untuk memperkenalkan objek wisata Museum Bukuran kepada masyarakat.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini bisa diklarifikasi sebagai penelitian dengan memakai metode pendekatan kualitatif. Yang dimaksudkan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersumber pada kenyataan yang digunakan guna mempelajari obyek alamiah, pada tahap ini peneliti sebagai instrument kunci, menggunakan triangulasi (gabungan) sebagai teknik pengumpulan data, analisis, serta bersifat induktif kualitatif, serta hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi(Sugiyono, 2015). Menurut Moleong penelitian kualitatif ialah suatu penelitian yang mempunyai tujuan guna memahami fenomena apa yang sudah dialami subyek dari penelitian dengan cara deskripsi melalui bentuk kata- kata serta bahasa dengan memanfaatkan bermacam metode ilmiah (2013).

Penelitian ini juga digolongkan menjadi sebagai penelitian deskriptif. Menurut Naawi serta Martini metode deskriptif ialah proses dalam pemecahan masalah yang diteliti ataupun diselidiki, dengan menggambarkan ataupun mendeskripsikan kondisi dari objek penelitian, dengan bersumber pada fakta- fakta yang muncul serta sebagaimana adanya. Metode deskriptif terpusat pada fakta- fakta yang telah terjadi semestinya(1994).

Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena peneliti ingin mendeskripsikan dari Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Pengelola Museum Bukuran dengan kata-kata tertulis serta dengan cara mendeskripsikan hasil wawancara terhadap subjek penelitian. Selain mendeskripsikan hasil wawancara, peneliti juga mendeskripsikan dokumen yang didapat oleh peneliti, dan juga hasil observasi yang sudah dilakukan peneliti.

B. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Pengelola Museum Bukuran yang terlibat dalam kegiatan komunikasi pemasaran Museum Bukuran. Kemudian yang menjadi objek dari penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Guna menentukan informan yang sesuai dengan penelitian ini, peneliti memilih informan sesuai dengan kebutuhan data atau sesuai dengan bidangnya, antara lain:

1. Pimpinan Museum Sangiran Guna mengetahui data mengenai kegiatan promosi objek wisata Museum Bukuran yang dilakukan oleh Pimpinan Museum Sangiran

2. Pengelola Museum Bukuran

Guna mendapatkan data tambahan mengenai operasional kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola objek wisata Museum Bukuran.

3. Pengunjung

Guna mengetahui data mengenai hasil kegiatan kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola objek wisata Museum Bukuran.

Selain itu penelitian ini menggunakan teknik sampel guna menentukan sumber data pada pengunjung wisata yang diwawancarai dan dilakukan dengan purposive. Menurut Sugiono (Sugiyono, 2015) purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel sumber data melalui suatu pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut berdasarkan kebutuhan dari peneliti guna mendapatkan suatu data yang sesuai. Data wawancara pengunjung objek wisata Museum Bukuran akan dipertimbangkan dan disesuaikan dengan kebutuhan peneliti.

C. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Tempat Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan sebagai tempat penelitian ini adalah Museum Bukurang yang berada di Desa Bukuran,kecamatan Kalijambe Kabupaten Sragen, Jawa Tengah.

2. Waktu Penelitian

Penulis akan melaksanakan penelitian hingga data yang penulis butuhkan benar-benar lengkap dengan subjek penelitian Pengelola Museum Bukuran dan wisatawan objek wisata Museum Bukuran. Berikut merupakan tabel timeline penelitian yang dilaksanakan dari bulan Oktober 2022 hingga September 2023.

D. Sumber Data

Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan data sekunder. Berikut penjelasannya :

1. Data Primer Merupakan data yang didapatkan oleh peneliti secara langsung dari sumbernya dan akan diolah oleh lembaga yang bersangkutan (Ruslan, 2013:138).

Data primer pada penelitian ini adalah hasil wawancara dari informan yang sudah disesuaikan dengan penelitian ini. Selain itu data primer ini juga diperoleh melalui observasi pada kegiatan promosi yang dilakukan Pengelola Museum Bukuran.

2. Data Sekunder Data yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara atau media, dan dapat dimanfaatkan dalam penelitian (Ruslan, 2013:138).

Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari dokumentasi atau catatan oleh Pengelola Museum Bukuran dan berita melalui media yang mendukung informasi dari penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data :

1. Metode observasi

Suatu metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap obyek penelitian yang dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung (Riyanto, 2001, dalam Tanzeh Ahmed, 2009:58). Observasi adalah kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera (Arikunto, 2002, dalam Gunawan Imam, 2014: 143).

Selain menggunakan metode wawancara, dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan metode observasi dimana melalui metode ini peneliti mengamati aktivitas yang dilakukan Pengelola Museum Bukuran terkait dengan kegiatan komunikasi pemasaran di objek wisata Museum Bukuran. Sehingga pengumpulan data selain diperoleh melalui wawancara mendalam juga diperkuat dengan observasi yang diamati.

2. Metode wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik (Kartono, 1980, dalam Gunawan Imam, 2014:160).

Dalam pemilihan subjek wawancara peneliti menggunakan teknik *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk di pilih menjadi anggota sampel. Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan jenis teknik *simple random sampling* yang merupakan pengambilan anggota sample (anggota) yang sederhana dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memerhatikan strata yang ada didalam populasi itu.

Bentuk penelitian yang digunakan peneliti yaitu pertanyaan terbuka, dimana pertanyaan yang diajukan kepada informan dengan jawaban yang bersifat luas dan memberikan kebebasan terhadap informan untuk memberikan informasi yang luas dan mendalam (Stewart, Cash, 2008 dalam Herdiansyah Haris, 2015: 101). Selain itu peneliti juga akan menggunakan interview guide sebagai pedoman wawancara dalam proses wawancara dengan informan.

Untuk memenuhi kebutuhan informasi dalam penelitian ini, maka peneliti akan mewawancarai beberapa informan yaitu Kepala Unit Museum Bukuran, disini Kepala Unit museum Bukuran menjadi penanggung jawab terhadap objek wisata Museum Bukuran karena objek wisata Museum Bukuran dikelola oleh Pengelola Museum Bukuran selaku koordinator pengelola operasional di lapangan objek wisata Museum Bukuran, wawancara dengan

Pengelola Museum Bukuran selaku pelaksana operasional lapangan seperti penjualan tiket dan kegiatan promosi perwakilan dari anggota paguyuban masyarakat. Informan dipilih melalui teknik purposive sampling yaitu memilih informan dengan posisi terbaik dengan tujuan tertentu (Ardial, 2014: 347).

3. Metode dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, maupun elektronik. Salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian sosial untuk menelusuri data historis disebut dengan teknik dokumentasi (Bungin, 2008, dalam Gunawan Imam 2014:177).

Disini peneliti menggunakan dokumentasi berupa foto, audio, video, catatan atau dokumen sebagai aspek pendukung penelitian serta dokumentasi yang berkaitan dengan objek wisata Museum Bukuran.

F. Teknik Keabsahan Data

Guna memperoleh keabsahan data dibutuhkan teknik pemeriksaan. Dalam penelitian ini untuk memperoleh keabsahan data memakai triangulasi. Menurut Moleong (Moleong, 2013) triangulasi merupakan teknik keabsahan data yang melibatkan sesuatu yang lain. Data lain ataupun pengamatan lain digunakan buat pengecekan ataupun sebagai

pembandingan terhadap data tersebut. Manfaat dari data lain tersebut digunakan membantu kurangi kesalahan dalam pengumpulan informasi.

Dalam penelitian ini memakai triangulasi sumber. Triangulasi sumber ialah metode untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari beberapa sumber (Sugiyono, 2015). Triangulasi sumber didapat dengan cara menyamakan data dari hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan dengan apa yang dilakukan orang didepan umum serta secara individu, membandingkan apa yang dikatan orang- orang mengenai situasi penelitian dengan yang dilakukan sepanjang waktu, serta membandingkan membandingkan pandangan kondisi rakyat biasa dengan orang berpendidikan, serta membandingkan hasil dari wawancara dengan dokumen yang berkaitan (Moleong, 2013).

G. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah metode yang sangat berarti dalam penelitian. Engan teknik analisis informasi akan menuntaskan permasalahan dalam penelitian. Menurut Bogman serta Bikle dalam (Moleong, 2013) analisis data ialah teknik yang dilakukan menggunakan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, membagi menjadi satuan yang bisa dikelola, memadukannya, mencari serta memastikan pola, menciptakan yang berarti serta yang dipelajari, serta memutuskan suatu yang bisa di informasikan kepada orang lain. Menurut Miles serta Huberman dalam (Sugiyono,

2015) analisis data dilakukan disaat pengumpulan data berlangsung, ada pula komponen dalam teknik analisis data ialah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Merangkum, memilih hal- hal yang poko, fokus pada hal- hal yang berarti, mencari tema serta pola berikutnya data yang sudah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, sehingga mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data berikutnya serta mencari data yang masih dibutuhkan.

2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan wujud penjelasan pendek, bagan, hubungan antarkategori, flowchart, serta sejenisnya sehingga peneliti akan lebih gampang memahami data- data yang sudah direduksi.

3. Menarik Kesimpulan dan Verivikasi

Kesimpulan ialah penemuan baru yang sebelumnya belum pernah ada, penemuan ini berbentuk deskripsi ataupun gambaran pada suatu obyek yang sebelumnya masih transparan sehingga sesudah diteliti jadi lebih jelas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum

1. Profil Museum

a. Sejarah Museum Sangiran

Situs manusia purba Sangiran merupakan salah satu Warisan Dunia yang ditetapkan UNESCO pada tanggal 6 Desember 1996. Situs ini ada di Propinsi Jawa tengah yang meliputi dua kabupaten yaitu Kabupaten Sragen dan Kabupaten Karanganyar. Luas Situs Sangiran yang diakui oleh UNESCO adalah 56 km sebagai Daerah Cagar Budaya.

Pada tahun 1977 di Situs Sangiran didirikan sebuah museum dengan nama Museum Prasejarah Sangiran. Sebelum Museum Prasejarah Sangiran berdiri, semua fosil ditempatkan di rumah Kepala Desa Krikilan kala itu yang bernama Toto Marsono. Karena rumah Toto Marsono sudah tidak muat, maka didirikanlah sebuah Museum Prasejarah Sangiran. Museum ini didirikan dengan tema “Apresiasi Sejarah Peradaban Manusia”.

Awal dikenalnya Sangiran oleh dunia adalah dengan kedatangan para peneliti asing yang pada masa itu Indonesia masih dijajah Belanda. Eugene Dubois pernah datang meneliti di Sangiran tapi hasilnya tidak sesuai dengan harapan dan kemudian dia memutuskan memindahkan lokasi penelitiannya. Pada tahun 1891, Dubois menemukan fosil

Pithecanthropus erectus di Trinil Ngawi. Peneliti yang datang meneliti di Sangiran adalah von Koenigswald yang menemukan fosil Homo erectus serta berbagai fosil binatang.

Dari berbagai penelitian, disimpulkan bahwa persebaran Homo erectus di Jawa berada di daerah Trinil, Sambungmacan, Mojokerto dan Ngandong. Manusia purba telah punah yang diperkirakan karena hujan meteorit, letusan gunung berapi dan perubahan lingkungan yang drastis.

b. Kontak dan Alamat Museum Bukuran

Alamat : Desa Bukuran, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah
Hari operasional : Selasa – Minggu (Senin libur untuk pemeliharaan)
Tiket masuk : Gratis
Telepon : (0271) 6811495/ 6811432

2. Sejarah Lokasi

Sangiran dalam hal koleksi dan nilai penting evolusi memerlukan media dan ruang untuk penyebarluasan informasinya. Atas dasar hal ini, pada awalnya dibangunlah Museum Sangiran di Krikilan sebagai pusat kunjungan (*visitor center*), yang kemudian dilengkapi dan dikembangkan lebih lanjut dengan pembangunan empat klaster museum, salah satunya Museum Manusia Purba Klaster Bukuran. Museum-museum klaster ini diresmikan pada tanggal 19 Oktober 2014 oleh Wakil Presiden Boediono dan mulai difungsikan sejak diresmikan. Mulai saat itu, seluruh museum yang berada dalam pengelolaan Balai Pelestarian Situs Manusia Purba

Sangiran telah dibuka untuk umum. Masyarakat mulai berdatangan dan berkunjung ke setiap museum, termasuk ke Museum Manusia Purba Klaster Bukuran.



Gambar 2 Museum Bukuran

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Museum Manusia Purba Sangiran Klaster Bukuran berada di Desa Bukuran, Kecamatan Kalijambe, Kabupaten Sragen. Tema dari bukuran adalah Evolusi Manusia. Hal ini tidak lepas dari kenyataan bahwa Bukuran menjadi lokasi penting di situs sangiran karena potensinya akan temuan sisa-sisa manusia purba relatif besar. Hal – hal berkaitan dengan evolusi disajikan di museum ini. Konsp dan faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap species disajikan secara ilmiah. Bukti-bukti berupa temuan tengkorak dari situs *paleoanthropology* dunia ditampilkan sebagai gambaran mengenai posisi situs sangiran dalam peta evolusi manusia di dunia keanekaragaman hayati ini kemudian diprdalam lagi dengan penjelasan ilmiah klasifikasi makhluk hidup serta informasi

mengenai aspek-aspek mengapa kehidupan sekarang sangat beragam. Dasar-dasar teori evolusi telah dipaparkan pada bagian awal museum sangiran klaster bukurun. Diorama rekonstruksi tiga tipe *homo erectus* yang pernah hidup di Jawa merupakan ujung dari informasi yang disajikan di lantai atas museum.

Lantai bawah museum klaster bukurun menjabarkan bukti-bukti peninggalan fosil manusia purba yang pernah ditemukan. Tidak hanya fosil yang berasal dari situs sangiran saja, melainkan fosil-fosil *paleoanthropology* yang ditemukan diseluruh dunia. Sekitar 12 cetakan fosil tengkorak manusia disajikan agar pengunjung dapat mengenali dan membandingkan tahap-tahap perkembangan fisik manusia.

Teori evolusi sendiri hingga saat ini masih terus berubah dan berkembang. Berbagai macam pendekatan dari berbagai disiplin ilmu terus dilakukan para ahli. Tidak hanya kehidupan pada masa *homo erectus* yang masih menyisakan perdebatan hangat. Namun kehidupan manusia modern ini pun juga menarik untuk dikaji.

Setelah kepunahan *homo erectus*, penghunian kepulauan nusantara selanjutnya diwarnai sejarah yang sangat panjang. Kedatangan para Austronesia membawa kehidupan baru yang mengubah secara signifikan kebudayaan dan peradaban manusia menuju kehidupan yang modern. Terhadap evolusi kognisi dari memanfaatkan alam, kemudian berlanjut ke tahap budidaya alam seperti bercocok tanam dan domestikasi fauna,

serta mengembangkan teknologi modern dalam industri merupakan perkembangan evolusi kognisi yang menjadi bagian dari evolusi fisik manusia.

Teori evolusi yang dikemukakan Darwin dan juga tokoh-tokoh sebelumnya terus mengalami perubahan dan pengembangan. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan upaya manusia untuk menemukan jati dirinya. Untuk saat ini kita semua adalah bagian dari evolusi. Sesuai dengan prinsip evolusi “ berubah dalam perubahan (*mutatione in mutationem*)”

Disuatu daerah Jawa Tengah, situs Sangiran mampu memberikan kontribusi pada dunia untuk memberikan pemahaman-pemahaman tentang bagaimana kehidupan *homo erectus*, spesies manusia modern saat ini.

3. Visi dan Misi Museum Bukuran

Visi dan misi dari Museum Bukuran mengikuti visi dan misi organisasi Museum dan Cagar Budaya, Direktorat Jenderal Kebudayaan, Kemdikbudristek. Museum Bukuran merupakan satu dari 18 Museum di bawah naungan UPT Museum dan Cagar Budaya.

Visi Museum dan Cagar Budaya yaitu “*Menjadi ruang jelajah warisan budaya dan sejarah yang bersifat kolaboratif dan mendorong daya cipta, perubahan sosial serta pembangunan karakter yang berbudaya*”.

Adapun Misi Museum dan Cagar Budaya yaitu:

- a. Mewujudkan pengelolaan koleksi, cagar budaya, dan bangunan bersejarah yang berkelanjutan,
- b. Melaksanakan upaya pelayanan dan pelibatan masyarakat secara terpadu,
- c. Mengedepankan transformasi pengembangan wawasan melalui praktek edukasi yang inovatif dan pembangunan komunitas,
- d. Menjalin kepercayaan kuat antara para pemangku kepentingan yang berbasis kemitraan,
- e. Mewujudkan ruang ekspresi dan interaksi budaya yang inklusif dan mudah diakses,
- f. Mewujudkan tata kelola kelembagaan dan pengelolaan sumber daya manusia yang tangkas dan berorientasi kepada dampak yang berkelanjutan.

4. Pengelola Museum Bukuran

Situs Sangiran beserta semua kandungan arkeologis yang ada di dalamnya merupakan cagar budaya yang penting untuk dijaga dan dilestarikan. Pelestarian Situs Sangiran penting dilakukan agar semua nilai penting yang terkandung di dalamnya dapat terus dipelajari, dimanfaatkan, dan diwariskan kepada generasi yang akan datang.

Saat ini pengelolaan museum bukuran beserta museum mayarejo dan Ngebung dilakukan oleh salah satu UPT Kemendikbudristek, yaitu Museum dan Cagar Budaya, bekerja sama dengan Pemerintah Kabupaten Sragen.

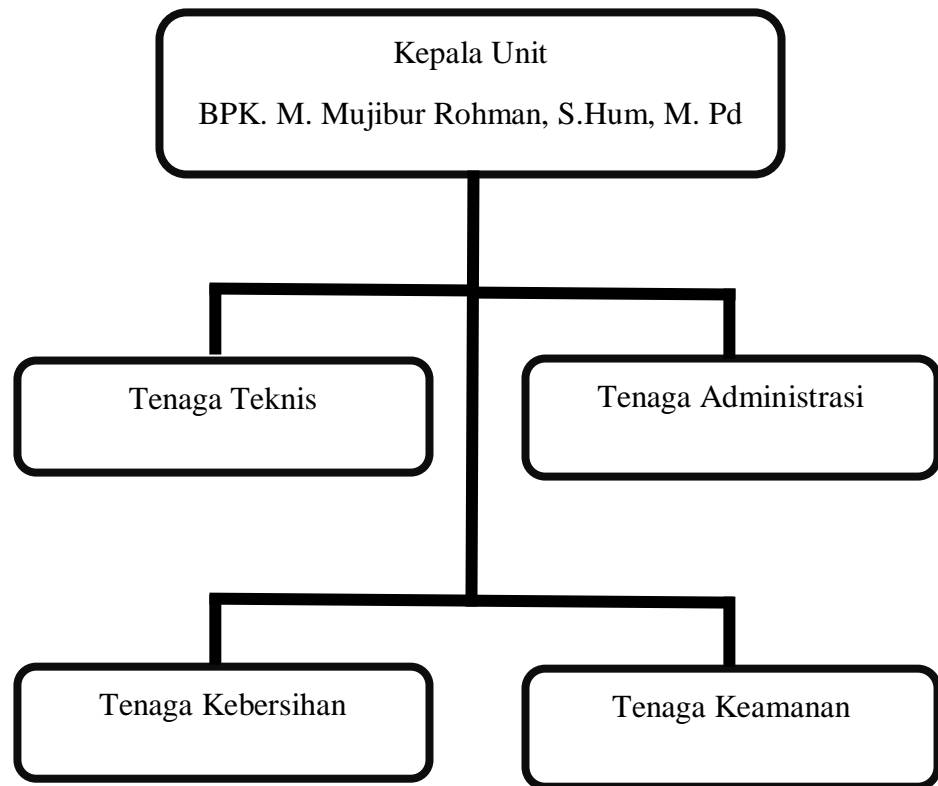
Upaya pelestarian Museum Bukuran terus dilakukan dengan berbagai cara, yaitu dengan kegiatan sarasehan, sosialisasi, dan pemberian imbalan bagi anggota masyarakat yang menemukan fosil dan menyerahkan fosil temuannya kepada Pengelola Museum.

Upaya tersebut terus intensif dilakukan untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya fosil bagi ilmu pengetahuan. Selain itu ada juga kegiatan penelitian yang masih terus dilakukan, pameran keliling di beberapa kota setiap tahun, bioskop keliling, pembuatan buku/jurnal, konservasi fosil, dan lain-lain. Kegiatan-kegiatan tersebut sudah dianggarkan setiap tahunnya, sehingga saat ini dapat menekan penjualan gelap dan aktivitas pencarian fosil yang dilakukan masyarakat.

Segala kegiatan Pengelola Museum sejalan dengan Visi kemendikbud, yaitu “Terbentuknya Insan serta Ekosistem Pendidikan dan Kebudayaan yang Berkarakter dengan Berlandaskan Gotong Royong”. Dengan misi:

- a. Meningkatkan Akses Pendidikan yang merata
- b. Meningkatkan Kualitas dan Relevansi Pendidikan untuk Mendukung Daya Saing Bangsa
- c. Melestarikan dan Mengembangkan Kebudayaan dan Kebahasaan
Memperkuat Tata Kelola Pembangunan Pendidikan dan Kebudayaan

5. Struktur Organisasi Pengelola



Bagan 2 Struktur Organisasi Pengelola Museum

Sumber : Pengelola Museum Bukuran

B. Sajian Data

Berikut adalah sajian data Museum Bukuran dalam upaya meningkatkan kegiatan promosi serta penyebaran informasi kepada masyarakat yaitu dengan menggunakan teori strategi komunikasi pemasaran menurut Kotler dengan menggunakan analisis teori, antara lain :

1. Promosi Internet

Dalam sebuah pemberitaan portal Kemendikbud.co.id diberitakan bahwa jumlah pengunjung Museum Bukuran masih dibawah museum -

museum yang lebih dahulu terbangun. Namun, pengelola Museum Bukuran terus berupaya dalam menarik wisatawan.



Gambar 3 Pemberitaan Media tentang Museum Bukuran

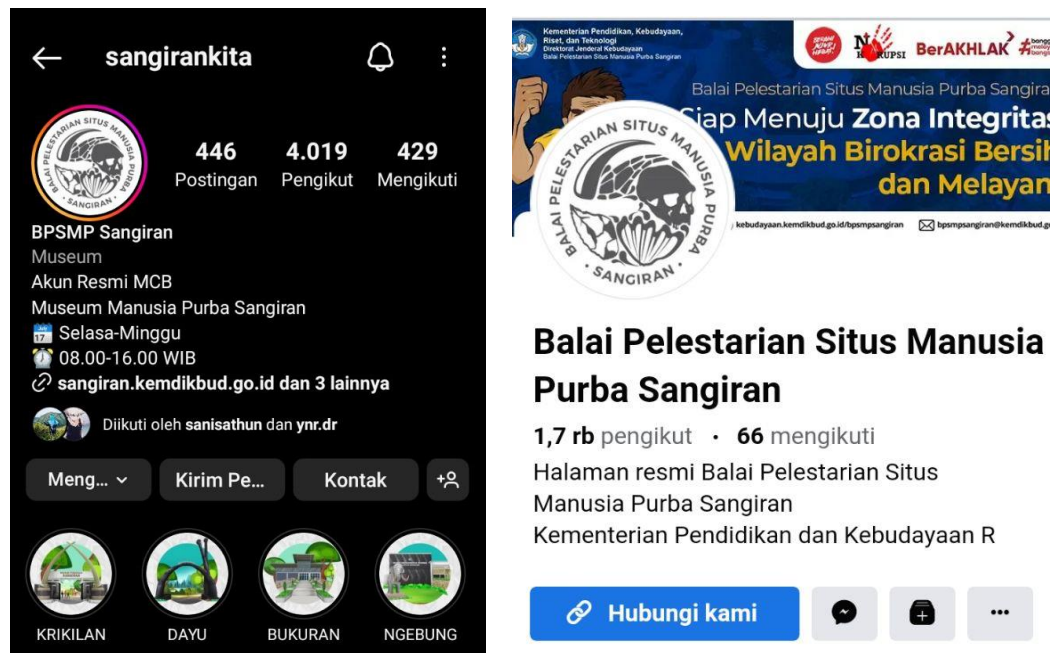
Sumber : Kemendikbud.co.id

Dari data yang diperoleh peneliti, pada awal dibukanya Objek Wisata Museum Bukuran pada tahun 2014, jumlah wisatawan yang berkunjung masih terbilang rendah. Namun seiring berjalannya waktu dari tahun 2014 hingga saat ini, jumlah pengunjung sudah mengalami peningkatan. Sayangnya menurut data observasi jumlah pengunjung Museum Bukuran masih dirasa kurang optimal jika dibandingkan museum lain yang sudah terlebih dahulu berdiri. Seperti yang diungkapkan oleh Kepala Unit Museum Bukuran Bapak Muhammad Mujibur Rohman berikut ini:

“Kalau dibandingkan dari awal dibangun hingga saat ini pengunjung sudah bertambah, dan saat ini kami masih

melakukan upaya untuk menarik pengunjung sebanyak-banyaknya." (Hasilwawancara dengan Bapak Muhammad Mujibur Rohman tanggal 27 Juni 2023)".

Untuk itu, pengelola objek wisata Museum Bukuran dalam pengelolaan Museum Bukuran, langkah awal yang dilakukan pengelola setelah dibangun dan diresmikannya objek wisata Museum Bukuran dengan melakukan pemasaran internet dengan membuat akun media sosial. Saat ini media sosial yang dimiliki Museum Bukuran Instagram, Youtube, dan Facebook.



Gambar 4 Media Sosial Museum Bukuran

Sumber : Media Sosial Museum Bukuran

Media sosial Museum Bukuran masih menjadi satu dengan Klaster – Klaster lain. Media Sosial tersebut dibuat oleh pengelola Museum bertujuan sebagai media pemasaran dalam memperkenalkan Museum Bukuran kepada masyarakat. Melalui media sosial *Facebook, Youtube*

dan *Instagram* ini pengelola meng *upload* fasilitas yang ada di Museum Bukuran dan Klaster – Klaster lain serta kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak pengelola. Dalam penjelasannya Pimpinan Museum Sangiran Bapak Ahmad Mahendra mengatakan.

“media sosial sangat penting untuk promosi museum. Atas dasar inilah BPSMP Sangiran juga memiliki akun media sosial sebagai sarana penyebarluasan informasi dan promosi tentang museum-museum (museum Krikilan, Bukuran, Dayu, Manyarejo, dan Ngebung) yang ada di Kawasan Sangiran. konten media sosial yang dimiliki BPSMP Sangiran berisi di antaranya berisi informasi koleksi museum, event budaya yang dilaksanakan maupun kegiatan-kegiatan di Museum. Adapun akun resmi media sosial BPSMP Sangiran adalah @sangirankita (Instagram), sangirankita (Youtube dan facebook).” (wawancara dengan pemimpin museum Bapak Ahmad Mahendra sangiran pada tanggal 27 Juni 2023).

Dengan adanya media sosial ini masyarakat dan wisatawan dapat mengetahui tentang Museum Bukuran serta dapat meningkatkan jumlah kunjungan di Museum Bukuran. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Muhammad Mujibur Rohman.

"Memang ada pemasaran melalui internet, dan memang dengan adanya pemasaran melalui Facebook dan Instagram itu jumlah pengunjung mengalami kenaikan dan melalui media sosial itu juga kami juga mendapat masukan tentang Museum Bukuran."(Hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Mujibur Rohman pada tanggal 27 Juni 2023).

Dari awal dibuatnya media sosial *Facebook* dan *Instagram* sudah mempunyai banyak pengikut terutama pada media sosial *Instagram* dengan jumlah pengikut sebanyak 4.224 dan *Facebook* sebanyak 1,7ribu.

2. Public Relation

Selain kegiatan pemasaran melalui internet, Pengelola Museum juga menyelenggarakan *event* tahunan di objek wisata Museum Bukuran yang disebut dengan *event* Kirab Fossil. Dahulu

sebelum dijadikan sebagai objek wisata karena Keunikan Sangiran dalam hal koleksi dan nilai penting evolusi memerlukan media dan ruang untuk penyebarluasan informasinya. Atas dasar hal ini, pada awalnya dibangunlah Museum Sangiran di Krikilan sebagai pusat kunjungan (*visitor center*), yang kemudian dilengkapi dan dikembangkan lebih lanjut dengan pembangunan empat klaster museum, salah satunya Museum Manusia Purba Klaster Bukuran. Museum Bukuran menjadi lokasi penting di Situs Sangiran karena potensi desa ini akan temuan sisa-sisa manusia purba relatif besar. Sebagian besar temuan sisa-sisa manusia purba jenis *Homo erectus* dari Sangiran ditemukan di daerah ini. Kehadiran Museum Klaster Bukuran dapat menambah variasi informasi tentang Sangiran secara khusus dan evolusi manusia secara umum sehingga masyarakat mulai berdatangan ke Museum Klaster Bukuran. Kirab Fossil ditujukan untuk menyuarakan kepada dunia akan pentingnya mencintai dan melestarikan fosil Sebagai bukti kehidupan masa lalu, yang juga merupakan wujud kontribusi nyata dan peran aktif masyarakat yang tinggal di lingkungan Situs Sangiran.





Gambar 5 Event Kirab Fossil Museum Bukuran

Sumber : Instagram SangiranKita

Dalam serangkaian *event* tersebut terdapat beberapa kegiatan dan berlangsung hingga satu bulan kedepan. Alhasil banyak wisatawan yang datang untug menyaksikan *event* tersebut. Kirab fosil tersebut

merupakan salah satu rangkaian dari kegiatan Festival Seni Budaya Krajan Sangiran yang mengambil tema “Krajan Keker” yang akan berlangsung selama satu bulan ke depan. Dalam acara tersebut, masyarakat Desa Manyarejo melakukan penyerahan temuan fosil kepada Balai Pelestarian Situs Manusia Purba Sangiran. Acara serah terima temuan fosil yang dilakukan di Museum Manusia Purba Klaster Bukuran ini diikuti oleh beberapa elemen masyarakat, yaitu Perkumpulan Brayat Krajan Sangiran, siswa-siswi SDN 1 Manyarejo, ISI Surakarta, dan masyarakat.

Acara kirab sendiri dimulai dari Rumah Joglo pusat kegiatan seni budaya masyarakat Manyarejo dan salah satu lokasi penemuan fosil di Manyarejo. Setelah sampai di Museum Manusia Purba Klaster Bukuran, peserta kirab fosil langsung bergabung dengan pegawai BPSMP Sangiran untuk bersama-sama mengikuti upacara peringatan Hari Pahlawan Ke-77. Setelah upacara selesai, acara dilanjutkan dengan penyerahan secara simbolis fosil temuan masyarakat kepada Sangiran. Dalam penyerahan fosil tersebut, masyarakat Manyarejo diwakili oleh Paimin sebagai Kepala Dusun Manyarejo sekaligus pengurus Perkumpulan Brayat Krajan Sangiran.

Adapun fosil penyerahan masyarakat Manyarejo tersebut diterima oleh Iskandar Mulia Siregar, S.Si, selaku Kepala BPSMP Sangiran. Kirab fosil ditujukan untuk menyuarakan kepada dunia akan pentingnya mencintai dan melestarikan fosil sebagai bukti kehidupan masa lalu, yang

juga merupakan warisan untuk generasi yang akan datang. Selain itu, kirab fosil merupakan wujud kontribusi nyata dan peran aktif masyarakat yang tinggal di lingkungan Situs Sangiran. Acara penyerahan fosil diakhiri dengan pementasan seni pertunjukan berupa Tari Rempeg Balung Buto dan Tari Buto Gejug dari ISI Surakarta.

Event ini terselenggara dengan baik atas kerjasama dari pengelola Museum Bukuran dengan masyarakat setempat yang mendukung penuh diselenggarakan *event* tersebut di Museum Bukuran. Sebelum diselenggarakan *event* tersebut Pengelola Museum Bukuran mengadakan rapat dengan Paimin sebagai Kepala Dusun dan masyarakat. Dijelaskan oleh Bapak Muhammad Mujibur Rohman.

“Dalam penyelenggaraan *event* itu semua terlibat dalam mengisi acara, dalam satu bulan kedepan kirab fosil diisi semua masyarakat dan sekolah-sekolah, instansi. Acara penyerahan fosil diakhiri dengan pementasan seni pertunjukan berupa Tari Rempeg Balung Buto dan Tari Buto Gejug dari ISI Surakarta.”. (Wawancara dengan Bapak Muhammad Mujibur Rohman pada tanggal 27 Juni 2023).

Dalam rapat tersebut, bertujuan untuk membahas persiapan *event* agar terorganisir, paguyuban masyarakat serta instansi-instansi terkait terbagi akan tugas-tugasnya. Pengelola Museum Bukuran mengadakan rapat dengan Paimin sebagai Kepala Dusun dan beberapa perwakilan masyarakat. Sebagai objek wisata, Pengelola Museum Bukuran juga terbantu dengan banyaknya pers yang datang untuk meliput kegiatan

tersebut dan meliputi informasi terbaru terkait Museum Bukuran membuat masyarakat mengetahui tentang Museum Bukuran.

Dalam menarik wisatawan kegiatan yang dilakukan bukan hanya melalui serangkaian kegiatan Kirab Fosil saja melainkan juga melalui kegiatan promosi yang dilakukan dengan Bioskop Keliling, Sosialisasi permuseuman kepada sekolah (guru dan siswa) di kawasan Sangiran.

3. Penjualan Personal

Kegiatan penjualan langsung secara bertatap muka merupakan kegiatan yang sangat menunjang pada proses jual beli tiket di Museum Bukuran. Melalui kegiatan ini selain demi mendapatkan keuntungan dari penjualan tiket juga dapat mengenal wisatawan lebih dekat. Untuk retribusinya dikenai biaya Rp 8.000 per orang untuk wisatawan lokal sedangkan untuk wisatawan asing dikenai biaya Rp 15.000 per orang nya.

Dalam proses penjualan *personal* yang dilakukan oleh pengelola Museum Bukuran tersebut, hasil pendapatan retribusi di Museum Bukuran dimasukkan ke pusat terlebih dahulu dan nantinya akan dikembalikan lagi ke masing – masing museum untuk program/operasional museum. Seperti yang dijelaskan oleh Kepala Unit Museum Bukuran Bapak Muhammad Mujibur Rohman.

“Untuk tiket di bagi presentasinya kalau ada pembagian tiket retribusinya itu dimasukkan dulu ke pusat dulu lalu nantinya akan di kembalikan ke masing – masing museum untuk entah itu program/operasional museum. Jadi tidak langsung ketika

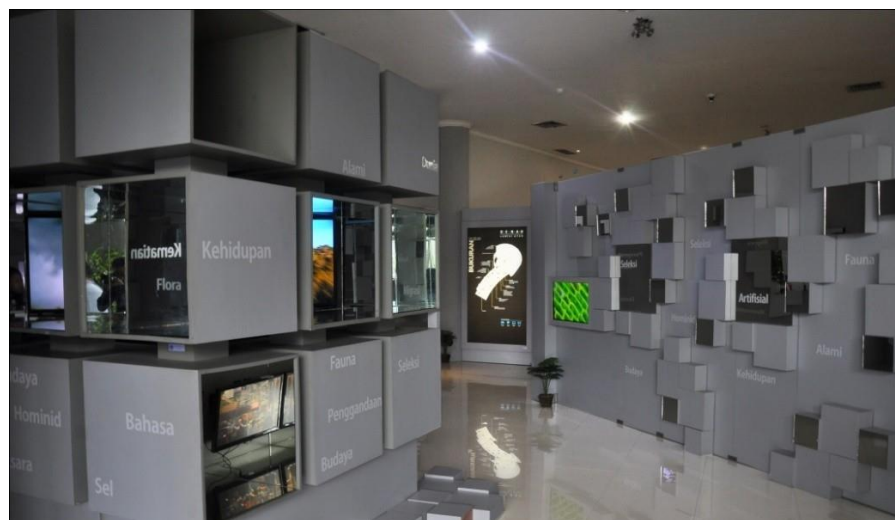
kita menerima uang tiket langsung dibagi langsung digunakan tidak, tapi di setorkan ke kas negara dulu barulah nanti di tahun depan itu ada anggaran yang misalkan untuk bujukan berapa begitu.”

Pengelola terus berupaya memberikan pelayanan yang terbaik untuk wisatawan salah satunya dengan menyuguhkan *interior* yang unik dari bangunan museum klaster bujukan ini. Suhu ruangan di museum ini cukup segar dan tata letaknya agak berjauhan sehingga bisa menikmati tiap benda yang di *display* di ruang pameran. Beberapa diantaranya juga dibuat dengan tema menarik bagi anak-anak dengan rangkaian gambar dengan bentuk binatang yang sesuai untuk anak usia dini.



Gambar 6 Interior ruang pameran dan akar klasifikasi makhluk hidup untuk media pembelajaran anak

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 7 Interior ruang pameran dan akar klasifikasi makhluk hidup untuk media pembelajaran anak

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Museum ini juga menampilkan rekam jejak kepunahan di Sangiran. Semua temuan fosil *vertebrata* di wilayah Bukuran adalah milik hewan-hewan yang sudah punah. Contohnya yaitu kerbau purba yang tanduknya sangat panjang dan juga banteng purba yang ukuran tubuhnya jauh lebih besar dari kerbau yang ada saat ini.

Di sudut lain, ada patung manusia purba yang dibuat semirip mungkin dari ukuran, tekstur & warna kulit, dan juga bulu-bulunya. Di depot video evolusi disana tersedia 4 depot lengkap dengan *monitor* & *headset* yang akan menjelaskan rangkaian kejadian evolusi. Depot evolusi 1 bercerita tentang terbentuknya planet Bumi. Depot evolusi 2 bercerita tentang kelahiran *organisme* pertama. Sedangkan depot evolusi 3 akan memperlihatkan tentang kerajaan dunia satwa.





Gambar 8 Replika Manusia Purba dan Depot Video yang Dilengkapi Dengan LCD dan Headset

Sumber : Dokumentasi Pribadi

4. Periklanan

Periklanan merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran untuk menciptakan daya tarik serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Periklanan yang utama dari Umbul Susuhan yaitu dengan media sosial, dimana bisa memanfaatkan kemajuan zaman dengan mudahnya seseorang melihat dan tertarik untuk mengunjungi merupakan periklanan secara tidak langsung yang telah dilakukan.

Pengelola Museum mulai aktif menggunakan Instagram dimana sebelumnya Instagram tersebut sangat pasif dan sedikit mengunggah postingannya.

“Untuk periklanan kita masih seperti biasa kita jalani tapi lebih mulai aktif lagi di instagram dan facebook”
(wawancara dengan Bapak Muhammad Mujibur Rohman,
27 Juni 2023

Selain mengunggah kegiatan wisatawan dan informasi tentang fasilitas – fasilitas yang disediakan di dalam onjek wisatanya, melalui Instagram Museum Sangiran juga mengunggah ulang foto wisatawan yang berfoto di museum kluster sangiran itu.



Gambar 9 poster museum bukuran

Sumber : instagram @sangirankita

Dokumentasi media sosial instagram museum bukuran
Selain menggunakan media online, pengelola Umbul Sigedang Kapilaler Klaten juga menggunakan media offline. Media offline yang digunakan pada saat ini adalah baliho. Baliho tersebut berisikan

petunjuk arah menuju lokasi Umbul Sigedang Kapilaler Klaten. Tujuan pengelola menggunakan media ini adalah sebagai petunjuk arah56 wisatawan yang hendak berkunjung serta media ini mempermudah bagi masyarakat



Gambar 10 Baliho Peta Museum-museum Manusia Purba Sangiran

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 11 Baliho Peta Museum-museum Manusia Purba Sangiran

Sumber : Dokumentasi Pribadi

5. Promosi Penjualan

Pengelola Museum Bukuran melakukan beberapa hal yang dimaksudkan untuk meningkatkan jumlah pengunjungnya. Beberapa hal tersebut yaitu dengan mengirim atau menerima respon dari calon pengunjung dengan berbagai media seperti telepon, e-mail, perpesanan media sosial dan promosi kesekolah – sekolah, seperti pameran keliling.

Pengelola Museum Bukuran sering melakukan promosi melalui sambungan telepon. Setelah melakukan promosi kesekolah - sekolah, biasanya pengelola museum akan meminta nomor telepon. Setelah beberapa saat, pihak Museum menelpon calon wisata untuk melakukan follow up terkait promosi yang sebelumnya telah di lakukan.

“Kalau telfon kita juga sering. Ketika kunjungan promosi kesekolah atau instansi itukan kita minta nomor telfon. Biasanya kita followup lewat telfon.” (Wawancara dengan Bapak Muhammad Mujibur Rohman, 27 juni 2023).

Pengelola Museum juga menjalin komunikasi dengan follower di jejaring sosial Instagram guna melakukan promosi secara langsung. Beberapa calon pengunjung menghubungi pihak Museum Bukuran melalui fitur Dirrect Message (DM) untuk bertanya mengenai jam operasional. Beberapa juga ada yang mengirimkan swafoto di area Museum Bukuran dan meminta untuk diposting ulang di akun Instagram Ndayu Park.

“Banyak pengunjung tanya apakah sudah buka atau belum. Terkait harga tiket masuk. Ada juga beberapayang mengirim DM meminta memposting fotonya di akun media

sosial Musum Sangiran.” (Wawancara dengan Muhammad Mujibur Rohman, 27 Juni 2023).

Mengenai promosi Kesekolah – sekolah, Museum Bukuran mengaku bahwa itu adalah sebuah rutinitas. Biasanya, pihak Museum dan Cagar Budaya menunjuk satu sekolah tujuan, kemudian dilakukan survey apakah sekolah tersebut representative sebagai lokasi atau tidak.

“Itu rutinitas kami, brosur, serta media promosi ke sekolah-sekolah atau instansi. Pertimbangan sekolah yang dituju biasanya sekolah-sekolah yang daerahnya ada tinggalan cagar budaya, termasuk tinggalan prasejarah. Hal ini untuk mengintegrasikan pengetahuan prasejarah yang diajarkan di sekolah dengan pengetahuan prasejarah yang dibawa pihak Sangiran sehingga ada sinkronisasi dan hubungan timbal balik pengetahuan antara museum dan sekolah” (Wawancara dengan kepala unit museum bukuran, Muhammad Mujibur Rohman , 27 jini 2023).



Gambar 12 Promosi Ke Sekolah

Sumber : Pengelola Museum Bukuran

Selain melalui DM Instagram dan promosi ke sekolah, Pengelola Museum Bukuran melakukan pemasaran langsung dengan pameran keliling (Bioskop Keliling). Bioskop Keliling (Bioling) merupakan salah satu kegiatan penyebarluasan informasi tentang Situs Sangiran,

Klaster Bukuran, Klaster Dayu, Klaster Mayarejo, Klaster Ngebung. Kegiatan ini dilakukan dengan hadir di tengah masyarakat dan memutar film pelestarian kepada masyarakat. Film telah menjadi media kreatif untuk penyampaian informasi pelestarian yang menghibur dan cukup disukai masyarakat.

“ Selain promosi kesekolah itu tadi kita juga melakukan Bioskop keliling mbak, dan baru – baru ini kami melakukan bioling di Desa Mlandingan, salah satu desa di dalam Situs Sangiran. Antusias masyarakat Desa Mlandingan sangat besar. Mereka memberikan berbagai bantuan untuk kelancaran kegiatan Bioling ini.” (Wawancara dengan Muhammad Mujibur Rohman, 27 Juni 2023)



Gambar 13 Promosi Bioskop Keliling

Sumber : Pengelola Museum Bukuiran

C. Analisis Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil deskripsi dan sajian data yang telah dijabarkan oleh peneliti diatas dapat diketahui bahwasanya Museum Buukuran merupakan situs yang kaya akan fosil manusia. Berdiri dari tahun 2014

sampai tahun sekarang Museum Bukuran] terus meningkatkan kualitas fasilitas dan pelayanannya demi kepuasan pengunjung.

Di Museum Bukuran karena penyebaran informasi kurang efektif dan perlu ditingkatkan. Selain itu kurangnya minat wisatawan untuk mengunjungi Museum Bukuran karena kurangnya promosi dari pengelola museum dan lokasinya yang berada di tengah perdesaan. Oleh karena itu, berakibat pada jumlah pengunjung yang belum optimal sehingga berpengaruh pula terhadap kegiatan promosi. Setelah Pengelola melakukan berbagai upaya untuk mengenalkan museum bukuran, museum bukuran mulai mengalami peningkatan pengunjung, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2 Pengunjung Museum Bukuran Januari – Juli Tahun 2023

Sumber : Pengelola Museum Bukuran

NO	Pengunjung	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Dewasa	30	32	36	26	47	55	68
2	Anak-anak	27	25	33	20	38	42	46
3	Asing	3	2	0	0	0	2	3

Dari data diatas dapat dilihat bahwasanya Museum Bukuran mengalami peningkatan jumlah pengunjung setiap bulannya. Pada bulan April 2023 Museum Bukuran mengalami penurunan jumlah pengunjung dikarenakan

bulan Ramadhan. Kelonjakan pengunjung terjadi pada bulan Mei 2022. Bertepatan dengan perayaan lebaran Idul Fitri, Museum Bukuran juga melaksanakan Event seperti Kirab fosil, Pameran Temporer.

Kemudian peneliti melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi terkait strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan oleh Museum Bukuran dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Hasil dari kegiatan tersebut peneliti mendapatkan beberapa temuan yang sesuai dengan teori Philip Kotler & Kevin Lane Keller sebagai berikut:

1. Public relations

Public Relation merupakan berbagai kegiatan promosi dalam suatu program dan sebagai upaya untuk membangun citra suatu instansi (Hermawan, 2012:153). Untuk itu, kegiatan kehumasan sangat penting dalam kegiatan komunikasi pemasaran oleh pengelola Museum Bukuran. Kegiatan kehumasan yang telah dilakukan oleh pengelola Museum Bukuran antara lain:

a. Kegiatan komunikasi internal dan eksternal

Dalam melaksanakan komunikasi internal dan komunikasi eksternal Pengelola Museum Bukuran telah melaksanakan kegiatan tersebut dengan baik. Komunikasi internal yang dilaksanakan misalnya Pengelola Museum Bukuran sebagai penanggungjawab utama Museum Bukuran mengadakan rapat dengan beberapa perwakilan dari masyarakat dalam mengambil keputusan terkait

dengan pengembangan Museum Bukuran serta kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan Pengelola dengan masyarakat setempat.

Selain itu pengelola museum juga berkomunikasi baik dengan Pemerintah Kabupaten Sragen untuk memberikan laporan yang dibutuhkan Pemerintah Kabupaten terkait dengan Museum Bukuran. Dengan adanya kegiatan seperti ini akan lebih mempererat hubungan antar Pengelola dengan masyarakat ataupun dengan Pemerintah Kabupaten dalam rangka pengelolaan Museum Bukuran menjadi lebih baik.

Sedangkan kegiatan eksternal yang dilakukan oleh pihak pengelola yaitu berkomunikasi dengan pengunjung misalnya mensosialisasikan kepada pengunjung terkait dengan peraturan-peraturan yang ada di Museum Bukuran, memberikan informasi secara jelas kepada wisatawan apabila ada yang membutuhkan informasi terkait dengan Museum Bukuran yaitu dapat secara langsung menanyakan kepadapengelola yang ada di lapangan.

Komunikasi eksternal yang terjalin antara pihak pengelola dengan pengunjung merupakan kegiatan yang positif. Pentingnya komunikasi eksteenal bagi pengelola yaitu terjadinya interaksi antara pengelola dengan pengunjung secara langsung dapat mengetahui apa saja pendapat dan masukan yang diberikan pengunjung terkait dengan fasilitas ataupun manajemen pengelolaan Museum Bukuran. Dengan

begitu pengelola dapat membenahi apa yang menjadi masukan pengunjung untuk meningkatkan kepuasan pengunjung yang datang ke Museum Bukuran.

Sedangkan manfaat komunikasi eksternal bagi pengunjung bahwa melalui komunikasi secara langsung pengunjung dapat menanyakan apa yang ingin diketahui tentang Museum Bukuran, dapat mendapatkan informasi-informasi terkait kegiatan Museum Bukuran selain itu pengunjung dapat mengetahui apa saja peraturan-peraturan yang diterapkan Museum Bukuran sehingga pengunjung dapat mematuhi dengan baik. Untuk itu, komunikasi eksternal merupakan komunikasi yang sangat efektif dan saling mendukung satu sama lain antara pengelola dengan pengunjung.

b. Menjalin hubungan pers

Maksud dari menjalin hubungan pers disini yaitu memberikan informasi yang sejelas-jelasnya dan benar kepada pihak pers yang membutuhkan informasi terkait dalam meliput pemberitaan Museum Bukuran. Seringnya wartawan yang datang ke Museum Bukuran untuk mencari berita, mengharuskan Pemerintah Desa dan pengelola bertemu untuk memberikan informasi yang jelas kepada wartawan sehingga terjalin hubungan baik antara Pengelola dengan pihak pers.

Hal ini dinilai positif, karena dengan adanya pers yang datang untuk memberitakan Museum Bukuran terkait dengan pengelolaan ataupun kegiatan yang diselenggarakan maka dapat menjadi acuan

Pengelola Museum untuk terus menjadikan Museum Bukuran dikenal oleh masyarakat luas.

Beberapa media yang pernah meliput pemberitaan tentang Museum Bukuran antara lain Kemuseum.org dengan judul berita "Museum Sangiran Klater Bukuran" dalam sebuah portal berita *online* Kemuseum.org tersebut menyajikan berita terkait dengan salah satu destinasi wisata, Museum Bukuran merupakan situs yang lebih menonjolkan koleksi tentang fosil Homo erectus dan pengetahuan seputar Evolusi. Hal tersebut dikarenakan daerah Bukuran memiliki potensi temuan fosil terkait Homo Erectus yang relatif paling banyak, sehingga situs ini berkembang menjadi museum untuk mempelajari evolusi manusia.

Selain Kemuseum.org portal berita *online* yang juga pernah memberitakan tentang Museum Bukuran yaitu Tribunnews.com dengan judul berita " Museum Bukuran, Tempat Wisata Edukatif di Sragen untuk Belajar Kehidupan Manusia Purba" dalam pemberitaan tersebut menjelaskan tentang menariknya museum bukuran yang dikonsep dengan sangat unik dan menarik, bahkan mampu menampilkan spot foto instagramabel tanpa mengurangi sisi edukatifnya, hal tersebut membuat para pengunjung tak mudah bosan sewaktu menjelajah museum bukuran, museum bukuran juga sudah dilengkapi dengan berbagai fasilitas penunjang seperti toilet, mushola, lahan parkir yang luas dan masih banyak lagi.

Tidak hanya portal berita *online kemuseum.org* dan *tribunnews.com* terdapat juga portal *online* daerah yaitu *sragenkab.go.id* dengan judul berita "Museum Manusia Purba Sangiran Klaster Bukuran" dalam berita tersebut dideskripsikan bahwa museum bukuran memiliki 2 lantai dimana di lantai pertama menampilkan adalah Evolusi Manusia. Seangkan di lantai kedua menampilkan bukti-bukti peninggalan fosil manusia purba (replika) yang pernah ditemukan. Dengan adanya liputan dari berbagai media portal *online* maupun cetak yang cukup dikenal oleh masyarakat, Pengelola merasa terbantu dengan adanya pers yang meliput pemberitaan positif tentang Museum Bukuran untuk lebih dikenal masyarakat luas.

c. Menyelenggarakan acara khusus

Sebagai upaya dalam mengenalkan Museum Bukuran kepada masyarakat, Pengelola Museum bersama masyarakat menyelenggarakan *event* khusus yaitu Kirab Fosil. Melalui *event* ini juga sebagai membangun citra Museum Bukuran sebagai wisata desa dengan menyuguhkan keindahan alamnya sertakental akan budaya dan tradisi yang dimiliki Museum Bukuran. Sehingga kegiatan ini merupakan kegiatan yang sangat efektif dalam memperkenalkan Museum Bukuran kepada wisatawan.

Acara yang berlangsung selama satu bulan kedepan. Dalam acara tersebut, masyarakat Desa Manyarejo melakukan penyerahan temuan fosil kepada Balai Pelestarian Situs Manusia Purba Sangiran. kirab fosil merupakan wujud kontribusi nyata dan peran aktif masyarakat yang tinggal di lingkungan Situs Sangiran. Acara penyerahan fosil diakhiri dengan pementasan seni pertunjukan berupa Tari Rempeg Balung Buto dan Tari Buto Gejrug dari ISI Surakarta. Acara ini juga sebagai satu kegiatan untuk memperkenalkan Museum Bukuran.

2. Promosi

Tujuan dari promosi yaitu untuk menarik atau merangsang audiens agar membeli suatu produk atau jasa (Hermawan, 2012 : 128). Pengelola dalam melaksanakan kegiatan promosi terhadap Museum Bukuran cukup efektif. Kegiatan promosi di Museum Bukuran terbagi menjadi dua yaitu:

a. Promosi langsung

Dalam kegiatan promosi secara langsung ini, pengelola mengenalkan sekilas tentang museum bukuran. Berbagai upaya juga telah dilakukan pengelola dalam melaksanakan kegiatan promosi sebaik-baiknya. pengelola juga menyediakan berbagai fasilitas yang ada di museum bukuran yang dapat dinikmati oleh wisatawan. seperti spot foto yang menarik, taman- taman untuk foto, musolah dan toilet.

Penyediaan spot foto dan fasilitas yang ada ini merupakan kegiatan yang cukup efektif, Museum Klaster Bukuran berisi tentang teori-teori evolusi dan faktor-faktor yang mempengaruhi. Semua materi tersebut disajikan secara populer dan menarik melalui visual grafis yang interaktif. Pada bagian awal disajikan berbagai macam keberagaman *species* yang ada di muka bumi, bagaimana adaptasi suatu *species* makhluk hidup itu bekerja dan proses seleksi alam.

b. Promosi dengan media internet

Salah satu kegiatan yang sangat mendukung dalam kegiatan promosi yaitu promosi pemasaran melalui media internet. Menurut Hermawan Agus 2012: 207 pemasaran internet merupakan pemasaran yang menggunakan teknologi internet sebagai saluran penyampaian isi pesan kepada banyak orang secara bersamaan dan seketika dalam suatukurun waktu tertentu. Manfaat internet sebagai media promosi pemasaran yaitu:

1) Biaya relatif murah

Jika dibandingkan dengan pemasaran melalui media lainnya, promosi pemasaran internet tidak membutuhkan biaya yang begitu mahal. Selain itu pemasaran melalui internet dapat menjangkau audiens lebih luas. Begitu pula dengan yang dilakukan oleh pengelola Mueum Bukuran alasan pengelola

melaksanakan pemasaran melalui internet yaitu karena terbatasnya biaya dalam kegiatan pemasaran.

Kegiatan pemasaran jika dilaksanakan secara langsung juga harus membutuhkan sumber daya manusia yang banyak sedangkan SDM yang ada di Museum Bukuran masih terbilang terbatas. Sehingga pengelola lebih memilih pemasaran internet dalam melaksanakan kegiatan pemasaran terkait dengan Museum Bukuran. Seperti mengunggah foto-foto di media sosial karena pemasaran internet aksesnya lebih cepat, mudah, murah dan banyak orang yang mengetahui tentang Museum Bukuran.

Kecepatan kegiatan promosi melalui media internet sangat bermanfaat bagi pengelola untuk memperkenalkan Museum Bukuran kepada wisatawan. Keuntungan menggunakan media internet dengan sedikit biaya bisa menjangkau wisatawan luas. Didukung pula dengan banyaknya pengguna media internet dari anakmuda hingga orang tua. Namun, selain kemudahan terdapat juga kekurangan dalam menggunakan media internet misalnya saja bagi masyarakat awam terutama orang tua yang kurang memahami internet tidak bisa mengetahui kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola Museum Bukuran.

2) Muatan informasi lebih besar

Manfaat dengan menggunakannya pemasaran internet yaitu tersedianya jumlah informasi yang besar, fleksibel, keterukuran dan keterjangkauan.

Penggunaan media sosial sebagai kegiatan promosi pemasaran internet oleh pengelola museum bukurun dirasa sangat efektif. Keterbatasan sumber daya yang ada di Museum bukurun pengelola memutuskan untuk menggunakan media sosial *Facebook*, *instagram* dan *youtube* sebagai kegiatan promosi. Dimana melalui media sosial ini pengelola dapat memperkenalkan Museum Bukuran kepada Wisatawan di berbagai daerah dan dengan jangkauan waktu yang relatif cepat.

Sasaran yang dituju pengelola dalam mempromosikan Museum Bukuran melalui media sosial yang utama menyasar pada anak muda dan remaja, mengingat bahwa di era milenial seperti saat ini anak muda dan remaja tidak terlepas dari media sosial *Facebook*, *Instagram* dan *Youtube*. Terlebih lagi penggunaan media sosial bagi remaja banyak meng *update* referensi-referensi destinasi wisata sehingga dengan sasaran pemuda akan lebih mudah dalam melaksanakan kegiatan promosi melalui media sosial.

Selain menyasar kepada remaja, penggunaan mediasosial sebagai media promosi internet juga menyasarkepada orang tua,

karena tidak sedikit pula di era modern ini orang tua memiliki akun media sosial, objek wisata Museum Bukuran merupakan salah satu destinasi wisata yang cocok untuk keluarga. Promosi yang dilakukan pengelola melalui internet dapat memberikan informasi bahwa Museum Bukuran dapat dijadikan destinasi wisata keluarga bagi orang tua yang ingin mengajak anak dan keluarganya untuk berwisata di Museum Bukuran.

3. Penjualan Personal

Menurut Nickels William dalam Hermawan Agus, 2012:107 mendefinisikan penjualan personal adalah bentuk interaksi antar individu secara bertatap muka untuk menciptakan dan memperbaiki serta mempertahankan pertukaran yang saling menguntungkan.

Kegiatan penjualan personal yang telah dilakukan oleh pengelola Museum Bukuran fungsinya sebagai berikut:

- a. Menetapkan sasaran, yaitu menentukan pelanggan yang akan dituju.

Dalam menetapkan sasaran, objek wisata Museum Bukuran lebih membidik wisatawan pelajar dan keluarga mulai dari anak-anak hingga dewasa. Dengan dengan fasilitas yang cukup memadai yang dimiliki objek wisata Museum Bukuran.

Dalam mencari sasaran penjualan tiket di objek wisata Museum Bukuran, Pengelola melakukan penjualan di satu loket. Penjualan tiket masuk tersebut sudah bisa menikmati Museum Bukuran dan fasilitas yang ada di objek wisata Museum Bukuran.

Selain itu sosialisasi ke sekolah-sekolah juga merupakan mencari sasaran. Dengan itu Pengelola Museum Bukuran memperkenalkan objek wisata Museum Bukuran kepada pelajar. Sehingga pelajar tersebut ingin mengetahui lebih banyak mengenai objek wisata Museum Bukuran dan untuk guru bisa menjadikan objek wisata Museum Bukuran sebagai tempat untuk mata pelajaran sejarah

Terkait dengan hal itu semua, guna meningkatkan hubungan baik pengelola objek wisata Museum Bukuran dengan calon pengunjung maupun pengunjung serta guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata museum bukuran.

b. Pelayanan Kepada Pengunjung

Dengan melakukan penjualan langsung bertatap muka dengan pengunjung pengelola dapat memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pengunjung, memberi arahan kepada pengunjung yang membutuhkan informasi karena ada petugas yang terus mengawasi di area objek wisata Museum Bukuran.

4. Periklanan

Pentingnya iklan dalam suatu pemasaran yaitu agar produk atau jasa mampu dijangkau oleh calon pembeli atau pengunjung yang tersebar secara luas. Iklan adalah segala bentuk yang disajikan dalam promosi nonpersonal dari segala ide, barang atau jasa, yang dilakukan oleh suatu perusahaan (Hermawan, 2012:72).

Dalam menciptakan efektivitas komunikasi, selain kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka metode komunikasi akan turut mempengaruhi penyampaiannya pesan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam menciptakan komunikasi yang efektif, pemilihan media dalam periklanan memiliki peran penting dalam pemasaran. Periklanan yaitu suatu media komunikasi pemasaran yang menjadi bagian penting dari masyarakat dengan sistem ekonomi manusia. Iklan dalam kehidupan masyarakat mengalami evolusi dalam sistem komunikasi vital, terutama dalam dunia perbisnisan. Iklan merupakan sebuah cara yang dilakukan dalam strategi untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat melalui berbagai cara guna menarik atau mempengaruhi khalayak untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Pihak pengelola menggunakan strategi komunikasi pemasaran dengan iklan.

Pengelola Museum Bukuran menggunakan dua jenis iklan yakni secara online dan juga offline. Dalam strategi pemasaran iklan online, Museum Bukuran juga mulai aktif kembali menggunakan media sosial

sebagai media periklanan mereka Museum Bukuran mulai aktif menggunakan Instagram dimana sebelumnya Instagramnya sangat pasif dan sedikit mengunggah postingannya. Hidup kembalinya akun Instagram ini terjadi karena adanya pembatasan sosial, sehingga Museum Bukuran memanfaatkan media daring untuk melakukan promosi. Kemudian untuk strategi pemasaran iklan offline pengelola menggunakan baliho untuk mengarahkan jalan ke lokasi Museum Bukuran. Baliho tersebut dipasang selain untuk mempermudah pengunjung menuju lokasi namun juga digunakan sebagai bentuk mempromosikan kepada masyarakat guna memperkenalkan tempat wisata air tersebut.

5. Promosi Penjualan

Menurut Kotler promosi penjualan, kegiatan jangka pendek dengan mempengaruhi dan membujuk masyarakat agar tertarik untuk mencoba dan membeli suatu produk atau jasa. Dalam melaksanakan promosi penjualan, terdapat langkah-langkah yang dilakukan, pertama menentukan tujuan, kedua menyeleksi alat-alat, ketiga menyusun program, keempat melakukan pengujian pendahuluan atas program, kelima melaksanakan dan mengendalikan program dan terakhir mengevaluasi hasil (Suryanto, 2015:525).

Promosi penjualan yang dilakukan pengelola Museum Bukuran bisa dilakukan secara rutin. Promosi penjualan sangat berarti terutama ketika pengelola Museum Bukuran tidak melakukan pemasangan iklan maupun publisitas penting di media massa. Promosi penjualan yang dilakukan

Pengelola Museum Bukuran yaitu melakukan sambungan telepon, mengirimkan surat elektronik atau e-mail, dan melakukan perpesanan melalui media sosial dan promosi ke sekolah – sekolah, seperti pameran keliling.

Promosi ke sekolah – sekolah Biasanya, pihak Museum dan Cagar Budaya menunjuk satu sekolah tujuan, kemudian dilakukan survey apakah sekolah tersebut representative sebagai lokasi atau tidak.

Penggunaan telepon oleh Pengelola Museum Bukuran biasanya saat ingin melakukan follow up pasca dilakukan presentasi kepada target. Biasanya saat melakukan kunjungan promosi ke sekolah atau instansi, Pengelola meminta nomor telepon dari target-target tersebut untuk dilakukan follow up.

Pengelola menggunakan e-mail untuk mengirim pesan. Selain e-mail, secara daring Pengelola juga sering mengecek dan merespon direct message (DM) Instagram. Untuk di DM, biasanya pengunjung memberikan hasil swafoto dan meminta untuk di-posting ulang di akun Instagram .

Dari paparan di atas, Pengelola cukup baik dalam menggunakan media-media di atas untuk melakukan Promosi Penjualan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya tentang hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa pengelola Museum Bukuran melakukan strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan kunjungan di Museum Bukuran yaitu dengan kegiatan Periklanan, Penjualan personal (PersonalSelling), Promosi penjualan, Pemasaran Online (Online marketing) dan Hubungan masyarakat.

Dari elemen yang digunakan tersebut yang paling sering digunakan yaitu periklanan melalui media sosial. Instagram merupakan media sosial yang paling sering digunakan. Alasan pihak pengelola sering menggunakan media sosial tersebut adalah lebih cepat untuk memberikan informasi terbaru serta biaya yang dikeluarkan tidak terlalu banyak.

Promosi yang dilakukan tersebut dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Jumlah pengunjung meningkat pada saat Lebaran Idul Fitri dan Libur Sekolah berlangsung. Mengingat semakin ketatnya kompetisi pemasaran di media sosial, serta kurang optimal postingan yang di upload konten di Instagram. Hal tersebut terlihat dari interaksi di dalam konten yang naik turun pengunjungnya. Jadi aktivitas promosi yang dilakukan lewat media sosial Instagram ini perlu dimaksimalkan kembali potensinya. Pengelola Museum Bukuran dalam kesimpulannya akan berupaya dalam

melakukan kegiatan komunikasi pemasaran secara maksimal supaya masyarakat tertarik untuk berkunjung ke Museum Bukuran.

B. Saran

1. Bagi Museum Bukuran

- a. Pengelola Museum Bukuran diharapkan mampu meningkatkan kegiatan promosi internet salah satu melalui media sosial secara baik agar kunjungan wisatawan meningkat salah satunya pengunjung diluar Sragen.
- b. UPT Museum Bukuran sebagai pengelola objek wisata Museum Bukuran diharapkan dapat menjalin kerjasama lebih dengan media atau pers guna mempromosikan wista tersebut.

2. Praktis

- a. Peneliti selanjutnya dapat meningkatkan ketelitian dalam kelengkapan penelitian.
- b. Peneliti selanjutnya dapat menggali lebih dalam mengenai museum bukuran dari segi komunikasi atau bidang yang lain.
- c. Peneliti selanjutnya dapat menjadikan penelitan ini sebagai bahan rujukan tanpa meluapkan nilai keaslian

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi (Filosofi Konsep dan Aplikasi)* (Bandung.pdf (p. 155). CV Pustaka Setia.
- Effendy, O. U. (2001). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- H, S. N. (2009). *Komunikasi Pemasaran Wisata (Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Aktivitas Komunikasi Pemasaran Wsata “Taman Pintar” Yogyakarta dalam Membidik Wisatawan Domestik)*.
- Haryati, S. G. (2015). *Komunikasi Pemasaran Wisata (Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Aktivitas Komunikasi Pemasaran Wsata “Taman Pintar” Yogyakarta dalam Membidik Wisatawan Domestik)*.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran* (Adi Maulana (ed.)). Erlangga.
- Kabupaten Sragen. (n.d.).
https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Kabupaten_Sragen
- Karyawan, R. (2020). *Strategi komunikasi pengelola café sawah dalam meningkatkan religiusitas karyawan*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (13th ed). Erlangga.
- Kusniadji, S., & Tarumanagara, U. (n.d.). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam*

Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). 83–98.

Mei, D. (2012). *Promosi Pariwisata Dan Tingkat Kunjungan Wisatawan Di Museum Purbakala Sangiran Kabupaten Sragen.* 1–72.

Menelisik Situs Purbakala Sangiran, Warisan Budaya Dunia di Tanah Nusantara.

(n.d.). Kemendikbud. <https://ditsmp.kemdikbud.go.id/menelisik-situs-purbakala-sangiran-warisan-budaya-dunia-di-tanah-nusantara/>

Meyers, K. (2009). *Pengertian Pariwisata.* PT. Gramedia Pustaka Utama.

Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (L. J. Moleong (Ed.)). PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, D. (2005). *Komunikasi Efektif: Suatu Pendekatan Lintas Budaya* (edisi 1). REMAJA ROSDAKARYA.

Museum Kluster Bukuran. (n.d.). Jatengprov.
<https://visitjawatengah.jatengprov.go.id/id/regency/kabupaten-sragen/destinasi-wisata/museum-klaster-bukuran>

Nawawi, H., & Martini, M. (1994). *Penelitian terapan* (cet 1). Gajah Mada University Press, 1994.

Pendit. (1999). *Penampakan Pariwisata Alam dan Pariwisata Buatan.* LP3ES.

Pendit, N. S. (1994). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar.* Pradnya Paramita.

Sektor Pariwisata Jadi Andalan Devisa Terbesar Negara. (n.d.). Antaranews.

<https://www.antaranews.com/berita/212959/sektor-pariwisata-jadi-andalan-devisa-terbesar-negara>

Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Ed 5). Erlangga.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cet. 21). Alfabeta, 2015.

Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (cetakan 1). Pustaka Setia.

Widianto, H. dkk. (2011). *Rencana Induk Pelestarian Kawasan Situs Sangiran. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Jenderal Kebudayaan, Balai Pelestarian Situs Manusia Purba Sangiran.*

Widianto, H. dkk. (2014). *Sangiran Menjawab Dunia* (B. P. M. P. Sangiran (Ed.)).

Yelvita, F. S. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN NDAYU PARK UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN DI ERA NEW NORMAL. *γ787*, 8.5.2017, 2003–2005.

LAMPIRAN

Hasil Wawancara Dengan Pimpinan Museum Sangiran

Hari/Tanggal : Selasa, 27 Juni 2023

Waktu wawancara : 10.00 WIB

Lokasi wawancara :

Nama Responden : Ahmad Mahendra, M.Tr.A.P.

Jabatan : Pimpinan Museum Sangiran

1. Bagaimana sejarah dari objek wisata Museum Bukuran?

Jawaban: : Keunikan Sangiran dalam hal koleksi dan nilai penting evolusi memerlukan media dan ruang untuk penyebarluasan informasinya. Atas dasar hal ini, pada awalnya dibangunlah Museum Sangiran di Krikilan sebagai pusat kunjungan (*visitor center*), yang kemudian dilengkapi dan dikembangkan lebih lanjut dengan pembangunan empat klaster museum, salah satunya Museum Manusia Purba Klaster Bukuran. Museum-museum klaster ini diresmikan pada tanggal 19 Oktober 2014 oleh Wakil Presiden Boediono dan mulai difungsikan sejak diresmikan. Mulai saat itu, seluruh museum yang berada dalam pengelolaan Balai Pelestarian Situs Manusia Purba Sangiran telah dibuka untuk umum. Masyarakat mulai berdatangan dan berkunjung ke setiap museum, termasuk ke Museum Manusia Purba Klaster Bukuran.

Secara administratif Museum Klaster Bukuran berada di Desa Bukuran, Kecamatan Kalijambe, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah. Desa Bukuran menjadi lokasi penting di Situs Sangiran karena potensi desa ini akan temuan sisa-sisa manusia purba relatif besar. Sebagian besar temuan sisa-sisa manusia purba jenis *Homo erectus* dari Sangiran ditemukan di daerah ini. Kehadiran Museum Klaster

Bukuran dapat menambah variasi informasi tentang Sangiran secara khusus dan evolusi manusia secara umum sehingga masyarakat mulai berdatangan ke Museum Klaster Bukuran.

2. Nah untuk pengelolaannya sendiri bagaimana Bu?

Jawaban: Pengelolaan Museum Klaster Bukuran di bawah Unit Pelaksana Teknis (UPT) Balai Pelestarian Situs Manusia Purba Sangiran. Museum Bukuran merupakan satu dari lima museum klaster yang ada di Kawasan Sangiran. Secara anggaran dan kegiatan, pengelolaan museum ini tersinkronisasi dengan tugas dan fungsi UPT BPSMP Sangiran.

3. Bagaimana upaya Pemerintah Desa dalam mengenalkan objek wisata Museum Bukuran kepada masyarakat?

Jawaban: sampai saat ini kami masih mengupayakan agar Museum Bukuran pengunjungnya semakin banyak. Yang sudah dilakukan juga banyak seperti mengenalkan Museum Bukuran melalui event, Sosialisasi pelestarian Cagar Budaya dan pengembangan Museum, Pameran keliling di berbagai lokasi/kota, Bioling (Bioskop keliling) Sangiran, SMS (Sangiran Masuk Sekolah), Jelajah Sangiran, Sinau Museum, Pembuatan film tentang Museum Klaster, Pembuatan dan penyebarluasan leaflet dan booklet Museum, Pembuatan dan penyebarluasan informasi melalui katalog koleksi Museum Bukuran

4. Lalu dengan adanya media sosial yang digunakan pengelola dalam mempromosikan Museum Bukuran apakah efektif?

Jawaban: Iya melalui promosi pemasaran internet dengan mengunggah foto-foto di media sosial sangat efektif sekali, karena pemasaran internet aksesnya lebih cepat, mudah, murah dan banyak orang yang tau.

5. Bentuk promosi yang bagaimana yang dapat diterapkan Pengelola dalam menarik wisatawan?

Jawaban: Bentuk periklanan diwujudkan dalam berbagai kegiatan pameran dan sosialisasi, serta menggunakan baliho pada titik-titik wilayah yang banyak dilewati oleh publik.

6. Setelah dilakukannya promosi tersebut, apakah terjadi peningkatan pengunjung?

Jawaban: ada kalau dibanding dari dulu sampai sekarang jumlah pengunjungnya

meningkat semakin kesini dengan promosi yang sudah dilakukan. Tapi ya memang masih perlu ditingkatkan lagi masih diupayakan pengunjung semakin banyak.

7. Dalam menjalin komunikasi dengan pihak internal atau eksternal yang dilakukan Pemerintah Desa seperti apa bu?

Jawaban: kegiatan internalnya tentu tentu kita mengadakan rapat sebulan sekali dengan Pengelola Semua Kepala Unit Museum dan perwakilan Masyarakat, dalam megambil keputusan. Karena kan mereka juga berperan terhadap Museum Bukuran. Untuk eksternalnya ya itu apabila pengunjung ada yang butuh informasi silahkan datang ke sini.

8. Dalam penyelenggaraan *event* tahunan yang diselenggarakan oleh pemerintah desa, apakah sebagai upaya dalam menarik wisatawan?

Jawaban: Event yang dilaksanakan sebenarnya merupakan bagian pendukung dari kegiatan pelestarian yaitu perlindungan, pengembangan dan pemanfaatan Situs Sangiran. Dimana perlindungan adalah tindakan dalam rangka melindungi situs dan museum; pengembangan dilaksanakan dalam tujuan mengembangkan potensi situs dan museum;serta pemanfaatan dilaksanakan dalam rangka memberikan informasi edukatif, informatif, dan menghibur bagi pengunjung serta masyarakat luas. Pada muaranya adalah mengajak untuk turut melestarikan bersama sebagai warisan budaya kebanggaan bangsa Indonesia

Hasil Wawancara dengan Pimpinan Unit Museum Bukuran

Hari/Tanggal : Selasa, 27 Juni 2023

Waktu wawancara : 09.30 WIB

Lokasi wawancara : Di Kantor Pengelola Museum Bukuran

Nama Responden : Muhammad Mujibur Rohman

Jabatan : Koordinator BUMDes Tirta Siningko.

1. Bagaimana pengelola dalam melaksanakan pemasaran melalui mediasosial terkait dengan objek wisata Museum Bukuran kepada masyarakat?

Jawaban: Memang ada promosi pemasaran melalui internet, dan memang dengan adanya pemasaran melalui facebook dan instagram itu jumlah pengunjung mengalami kenaikan dan melalui media sosial itu juga kami juga mendapat masukan tentang Museum Bukuran.

2. Efektifkah dalam melakukan pemasaran *online* kepada masyarakat?

Jawaban: o efektif sekali mbak jelas itu sekarang apalagi banyak yang menggunakan media sosial. Jadi itu yang menjalankan ya dari kelompok paguyuban karangtaruna.

3. Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat pengelola dalam melaksanakan pemasaran *online* kepada masyarakat atau wisatawan?

Jawaban: pendukungnya saat ini banyak yang menggunakan media sosial terlebih anak muda sehingga lebih mudah dalam melakukan promosi. Keterbatasannya. Pengelolaan media sosial ini memang masih perlu ditingkatkan.

4. Bagaimana tempat wisata ini diperkenalkan di khalayak luas agar lebih dikenal dan Media apa saja yang digunakan dalam komunikasi pemasaran museum sangiran?

Jawaban: Penyebarluasan informasi sekaligus komunikasi pemasaran Museum bukuran dilakukan melalui berbagai program publik museum (point 3 di atas) serta melalui media cetak dan elektronik. Media cetak berupa buku, jurnal, katalog koleksi, leaflet dan booklet museum, sedangkan media elektronik melalui televisi, SMS broadcasting, dan media sosial (instagram, Youtube, dan Facebook).

5. Bagaimana pihak museum menyikapi tentang perkembangan media sosial sebagai sarana promosi?

Jawaban: media sosial sangat penting untuk promosi museum. Atas dasar inilah BPSMP Sangiran juga memiliki akun media sosial sebagai sarana penyebarluasan informasi dan promosi tentang Sangiran, termasuk museum-museum (museum Krikilan, Bukuran, Dayu, Manyarejo, dan Ngebung) yang ada di Kawasan Sangiran. konten media sosial yang dimiliki BPSMP Sangiran berisi di antaranya berisi informasi koleksi museum, event budaya yang dilaksanakan maupun kegiatan-kegiatan di Museum. Adapun akun resmi media sosial BPSMP Sangiran adalah @sangirankita (Instagram), sangirankita (Youtube dan facebook).

6. Penyelenggaraan event apa saja yang digunakan oleh museum bukuran?

Jawaban: beberapa event tentang Cagar Budaya pernah diselenggarakan di Bukuran, yaitu Sosialisasi permuseuman kepada sekolah (guru dan siswa) di kawasan Sangiran, Bioskop keliling (pemutaran film tentang Sangiran), Kirab fosil

Informan : Pengunjung Museum Bukuran

Nama : Evi (ibu rumah tangga)

Asal : Sumber Lawang

Waktu : Sabtu, 1 Juli 2023

1. Dari mana anda mengetahui Museum Bukuran?

Jawaban : Saya mengetahui Museum Bukuran ini dari tetangga dan saya kesini diajak.

2. Apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi Museum Bukuran?

Jawaban: Tempatnya yang bagus dan cocok untuk menambah pengetahuan tentang masa purbakala.

3. Apakah anda sering berkunjung ke Museum Bukuran?

Jawaban : Enggak sering mbak, Cuma beberapa kali kesini

4. Bagaimana pendapat anda tentang Museum Bukuran?

Jawaban : Tempatnya lumayan enak dan banyak pembelajaran tentang masa purbakala.

5. Apakah anda merasa tertarik untuk datang kembali untuk mengunjungi Museum Bukuran?

Jawaban : Tertarik mbak.

Informan : Pengunjung Museum Bukuran

Nama : Yunita (swasta)

Asal : Boyolali

Waktu : Sabtu, 1 Juli 2023

1. Dari mana anda mengetahui Museum Bukuran?

Jawaban : Dari Media Sosial Mbak

2. Apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi Museum Bukuran?

Jawaban: yang saya lihat dari medsos tempatnya yang bagus dan isi yang didalamnya juga menarik.

3. Apakah anda sering berkunjung ke Museum Bukuran?

Jawaban : Tidak mbak ini pertama kalinya saya kesini

4. Bagaimana pendapat anda tentang Museum Bukuran?

Jawaban : Tempatnya bagus dan isi didalamnya juga menarik kita jadi bisa mengetahui banyak tentang masa purbakala

5. Apakah anda merasa tertarik untuk datang kembali untuk mengunjungi Museum Bukuran?

Jawaban : Iya Tertarik mbak.

Informan : Pengunjung Museum Bukuran

Nama : Yani

Asal : Tanon

Waktu : Sabtu, 1 Juli 2023

1. Dari mana anda mengetahui Museum Bukuran?

Jawaban : Saudara saya mbak

2. Apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi Museum Bukuran?

Jawaban: Tempatnya yang bagus dan isi sejarah tentang masa purbakala

3. Apakah anda sering berkunjung ke Museum Bukuran?

Jawaban : Tidak mbak ini pertama kali, ini aja di ajak saudara saya.

4. Bagaimana pendapat anda tentang Museum Bukuran?

Jawaban : Tempatnya bagus, lahan parkirnya juga luas dan kita jadi bisa tau sejarah masa purbakala

5. Apakah anda merasa tertarik untuk datang kembali untuk mengunjungi Museum Bukuran?

Jawaban : Iya Tertarik mbak.

Surat Ijin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
Jl. Pandawa Pucangan Kartasura Sukoharjo Telp. (0271) 781516 Fax. (0271) 782774
Homepage : www.iain-surakarta.ac.id E-mail: fud.uin@iain-surakarta.ac.id

Nomor : B- 1388/In.20/F.I/PP.01.1/04/2023 Surakarta, 02 Mei 2023
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.

Kepala Museum Sangiran

Kebanyakan II, Krikilan, Kec. Kalijambe, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah 57275

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Islah., M. Ag
NIP : 19730522 200312 1 001
Pangkat : Pembina/(IV/a)
Jabatan : Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
UIN Raden Mas Said Surakarta

Memohon izin penelitian bagi mahasiswa kami:

Nama : Oktaviana Lintang Asri
NIM : 181211126
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Waktu Penelitian : 04 Mei - 30 Juni 2023
Lokasi : Balai Pelestarian Situs Manusia Purba (BPSMP)
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Bukuran Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan.

Demikian surat ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan,

Dr. Islah., M. Ag
NIP. 19730522 200312 1 001

Surat Balasan Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

MUSEUM DAN CAGAR BUDAYA

Jalan Medan Merdeka Barat No. 12, Jakarta Pusat 10110
Telepon (021) 3868172 Laman www.museumnasional.or.id
Email museum.cagarbudaya@kemdikbud.go.id

Nomor : 4002/F7.1/HM.00.03/2023

23 Juni 2023

Hal : Surat Balasan Permohonan Ijin Penelitian a.n. Oktaviana Lintang Asri

Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Dengan hormat, menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, nomor : B-1388/In.20/F.I/PP.01.1/04/2023, tanggal 02 Mei 2023, hal: **Permohonan Ijin Penelitian**, dengan ini kami memberikan izin kepada :

Nama : Oktaviana Lintang Asri
NIM : 181211126
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

untuk melakukan kegiatan Penelitian dengan judul "Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Bukuran dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan", yang akan dilaksanakan pada tanggal 04 Mei s.d. 30 Juni 2023. Setelah menyelesaikan kegiatan penelitian kami mohon untuk dapat menyampaikan 1 (satu) *copy* laporan hasil penelitian sebagai arsip di perpustakaan. Untuk koordinasi lebih lanjut dimohon menghubungi narahubung Sdr. Muhammad Mujibur Rohman (0852-2642-9336).

Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Pt. Kepala Museum dan Cagar Budaya,



Ahmad Mahendra, M.Tr.A.P.
NIP 196910261998021001



Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh SSrE

DOKUMENTASI
PROSES PENELITIAN



Wawancara dengan Bapak Muhammad Mujibur Rohman Pimpinan Pengelola
Unit Museum Bukuran

Sumber: Doc. Primer (27 Juni 2023)



Wawancara dengan Ibu Yani Prngunjung Museum Bukuran

Sumber: Doc. Primer (1 Juli 2023)



Wawancara dengan Mbak Yunita Prngunjung Museum Bukuran

Sumber: Doc. Primer (1 Juli 2023)



Wawancara dengan Ibu Evi Prngunjung Museum Bukuran

Sumber: Doc. Primer (1 Juli 2023)

Museum Bukuran



