

**AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS UNTUK MENINGKATKAN  
DAYA TARIK WISATA, PENDIDIKAN DAN BUDAYA  
DI MUSEUM BENTENG VREDEBURG  
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



**Disusun Oleh :**

**Effid Laksana Putra  
NIM. 10402244019**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN  
JURUSAN PENDIDIKAN ADMINISTRASI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2015**

## PERSETUJUAN

### AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA, PENDIDIKAN DAN BUDAYA DI MUSEUM BENTENG VREDEBURG DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

## SKRIPSI

Oleh:  
Effid Laksana Putra  
NIM. 10402244019

Telah disetujui dan disahkan Pada Tanggal 28 Oktober 2014

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran  
Jurusan Pendidikan Administrasi  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui

Dosen Pembimbing,



Purwanto, M.M., M.Pd.  
NIP. 19570403 198303 1 005

## LEMBAR PENGESAHAN

### TUGAS AKHIR

#### AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA, PENDIDIKAN DAN BUDAYA DI MUSEUM BENTENG VREDEBURG DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

EFFID LAKSANA PUTRA / NIM : 10402244019

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi  
Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

Pada Tanggal 19 Desember 2014 dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
Guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan



Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Rosidah, M.Si.	Ketua Penguji		19 Januari 2015
Purwanto, M.M., M.Pd.	Sekretaris Penguji		13 Januari 2015
Dr. Suranto, M.Pd., M.Si.	Penguji Utama		13 Januari 2015

Yogyakarta, Januari 2015  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



Dr. Sugiharsono, M.Si.  
NIP. 19550328 198303 1 002

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : EFFID LAKSANA PUTRA  
NIM : 10402244019  
Program Studi : Pendidikan Administrasi Perkantoran  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* UNTUK  
MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA,  
PENDIDIKAN DAN BUDAYA DI MUSEUM  
BENTENG VREDEBURG DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA

Menyatakan bahwa karya ilmiah ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis diterbitkan orang lain, kecuali acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 28 Oktober 2014

Yang menyatakan,



-  
Effid Laksana Putra  
NIM 10402244019

## MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari satu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, hanya kepada Tuhan kamu berharap”

(Q.S. Al Insyirah: 6-8)

“Hidup Tak Mengenal Siaran Tunda”

(Bapak (Kange) H. Suyadi Kyai Suntoro)

“Cinta, Cipta, Cita Adalah Per-IMAN-an Yang Tak Sanggup Di Jawab Dengan Angka-Angka Apapun”

(Effid L Putra)

## PERSEMBAHAN



Terima kasih YA ALLAH,  
Engkau limpahkan kesabaran, ketabahan, dan kemudahan bagiku untuk menjalani  
rangkaian kehidupan ini dan Engkau jadikan siang dan malam sebagai pintu  
pembelajaran buat ku.

### **Kupersembahkan karyaku ini untuk:**

Ayah tercinta terimakasih atas motivasi dan dorongan semangatmu selama ini, terimakasih telah mengajari bagaimana berjuang untuk hidup dan arti dari sebuah kehidupan hingga akhirnya ananda bisa sampai saat ini dan mampu melewati semua.

Ibu tersayang terima kasih atas segala lantunan do'a yang kau panjatkan setiap hari, engkau adalah semangatku, engkau pahlawanku. Kasih sayangmu tiada henti. Kupersembahkan karya ini untuk ayah dan ibu, tetaplah selalu tersenyum karena senyummu adalah kedamaian bagiku.

**Almamaterku (Universitas Negeri Yogyakarta)**

**AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS UNTUK MENINGKATKAN  
DAYA TARIK WISATA, PENDIDIKAN DAN BUDAYA  
DI MUSEUM BENTENG VREDEBURG DIY**

**Oleh:  
Effid Laksana Putra  
NIM. 10402244019**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas *public relations* untuk meningkatkan daya tarik wisata, pendidikan dan budaya di Museum Benteng Vredeburg DIY.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Informan penelitian terdiri dari informan kunci yaitu koordinator humas dan pemasaran Museum Benteng Vredeburg DIY dan informan pendukung yaitu personil koordinator humas dan kurator. Teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan melalui beberapa tahap dengan langkah-langkah adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian aktivitas *public relations* di Museum Benteng Vredeburg DIY untuk meningkatkan daya tarik wisata pendidikan dan budaya sebagai berikut: (1) Meningkatkan kerjasama; (2) Mengoptimalkan media sosial; (3) Seminar dan pameran museum; (4) Memperbaiki sarana prasarana dan fasilitas;(5) Membangun citra museum sebagai sumber belajar. Kendala yang sering dihadapi yaitu kekurangan pemandu saat ramai pengunjung, sehingga humas ikut memandu pengunjung yang datang. Evaluasi program humas dilakukan secara efektif. Hal ini terlihat dari beberapa saran yang disampaikan oleh pihak museum dandari masyarakat untuk perbaikan pelayanan Museum Benteng Vredeburg DIY.

***Kata kunci: Aktivitas, Public Relations***

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga Tugas Akhir Skripsi ini dapat terselesaikan. Tugas Akhir Skripsi ini yang berjudul “Aktivitas *Public Relations* untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata, Pendidikan dan Budaya di Museum Benteng Vredeburg DIY” merupakan bentuk karya tulis wajib disusun oleh mahasiswa guna memenuhi sebagian syarat penyelesaian studi pada Program Strata 1 Universitas Negeri Yogyakarta, untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S. Pd).

Penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini banyak mendapat pengarahan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan dan ketulusan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd, MA. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta, yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan izin guna melakukan penelitian.
3. Bapak Joko Kumoro, M.Si., Ketua Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran yang memberikan kemudahan administrasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Purwanto, M.M., M.Pd, Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
5. Bapak Dr. Suranto, M.Pd, M.Si., Dosen Narasumber skripsi yang telah memberikan banyak masukan demi perbaikan skripsi ini.
6. Bapak Sutirman, M.Pd. Dosen dan Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan masukan, motivasi dan selalu memberikan solusi.

7. Bapak dan Ibu Dosen jurusan Pendidikan Administrasi, yang telah begitu banyak membagikan ilmunya.
8. Pegawai Museum Benteng Vredeburg DIY yang telah terbuka membimbing dan mengarahkan penelitian ini.
9. Kedua orang tua, Ayah Ibuku yang selalu mendoakan, membimbing, memotivasi dan memberikan dukungannya selama ini.
10. Keluarga besarku yang selalu memberikan semangat.
11. Wahyu Hidayat, S.Pd terimakasih sudah mengarahkan dan membantu menyusun tugas akhir.
12. Keluarga Besar ADP 2010 Terima kasih atas semua nasehat, semangat dan kebersamaan kita selama ini.
13. Keluarga Besar Romantick Ponorogo terimakasih atas dukungannya semoga sukses raih mimpi kalian.
14. Keluarga Besar Kontrakan Reog Mudu Saren YK, kalian menjadi semangatku terimakasih saudaraku.
15. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang juga telah memberikan semangat serta bantuan selama penyusunan tugas akhir skripsi ini.

Dalam penulisan tugas akhir skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu saran serta kritik selalu diharapkan demi perbaikan lebih lanjut.

Yogyakarta, 28 Oktober 2014

Penulis,

Effid Laksana Putra

NIM. 10402244019

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK .....</b>	vii
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	viii
<b>DAFTAR ISI.....</b>	xi
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah .....	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	8
A. Deskripsi Teori .....	8
1. Pengertian Aktivitas .....	8
2. <i>Public Relations</i> .....	9
a. Pengertian <i>Public Relations</i> .....	9
b. Fungsi <i>Public Relations</i> .....	11
c. Tujuan <i>Public Relations</i> .....	12
d. Tugas <i>Public Relations</i> .....	13
e. Proses Kegiatan <i>Public Relations</i> .....	15
f. Sasaran <i>Public Relations</i> .....	16
g. Media <i>Public Relations</i> .....	17
3. Strategi <i>Public Relations</i> .....	18
4. Pariwisata .....	20
a. Pengertian Pariwisata .....	20
b. Ciri-ciri Pariwisata .....	21
c. Tujuan Pariwisata .....	22
d. Tujuan Pengembangan Pariwisata.....	23
5. Museum .....	24
a. Pengertian Museum .....	24
b. Fungsi Museum .....	25
c. Pengguna Museum .....	26
B. Hasil Penelitian yang Relevan .....	27
C. Kerangka Pikir.....	29
D. Pertanyaan Penelitian .....	32

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	33
A. Desain Penelitian .....	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	33
C. Informan Penelitian .....	33
D. Teknik Pengumpulan Data .....	34
E. Teknik Analisis Data .....	35
F. Teknik Keabsahan Data.....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	39
A. Hasil Penelitian.....	39
1. Deskripsi Tempat Penelitian.....	39
a. Sejarah Berdirinya Museum Benteng Vredeburg.....	39
b. Visi dan Misi .....	51
c. Data Pengunjung .....	52
2. Deskripsi Data Penelitian .....	54
a. Meningkatkan Kerjasama.....	54
b. Mengoptimalkan Media Sosial.....	58
c. Seminar dan Pameran Museum .....	63
d. Memperbaiki Sarana Prasarana dan Fasilitas .....	65
e. Citra Museum Sebagai Sumber Belajar .....	69
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	94
A. Kesimpulan.....	94
B. Saran .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	96
<b>LAMPIRAN.....</b>	98

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar	Halaman
1. Alur Kerangka Pikir Penelitian.....	31
2. Data Pengunjung .....	53

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran	Halaman
1. Pedoman Observasi .....	93
2. Pedoman Wawancara .....	95
3. Bagan Struktur Organisasi.....	97
4. Transkip Hasil Wawancara .....	98
5. Dokumentasi.....	111

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

*Public Relations* atau Hubungan Masyarakat (Humas) memiliki peran dan fungsi yang penting dalam pengembangan organisasi. Peran tersebut menuntut organisasi untuk membangun hubungan baik dengan public, sehingga diperlukan humas yang menangani masalah tersebut agar organisasi atau lembaga tidak mengecewakan publik. Humas mempunyai tugas menciptakan, memelihara, meningkatkan dan memperbaiki citra organisasi atau lembaga di mata publik. Guna memenuhi tanggung jawab sosial, organisasi atau lembaga melayani kepentingan publik dalam kebutuhan, keinginan, dan kepentingan. Humas selalu berusaha menjaga keharmonisan hubungan dengan publik baik internal maupun eksternal. Hubungan tersebut merupakan hubungan yang saling menguntungkan untuk kedua belah pihak.

Kota Yogyakarta di kenal sebagai kota wisata, pelajar dan budaya. Kota Yogyakarta juga pernah menjadi pusat pemerintahan sementara Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) pada masa perjuangan bangsa Indonesia meraih kemerdekaan. Benteng Vredeburg adalah salah satu monumen yang menjadi saksi bagaimana perjuangan kemerdekaan pernah dilakukan oleh rakyat Indonesia di Yogyakarta. Bekas benteng Belanda ini kemudian mengalami peralihan fungsi menjadi Pusat

Informasi dan Pengembangan Budaya, kemudian didirikanlah Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta. Pemugaran Benteng Vredeburg menjadi museum bukan untuk menunjukkan kemegahan bangunan Belanda pada masa kolonial, melainkan mengingatkan dan menumbuhkan rasa nasionalisme dan patriotisme pada masyarakat dengan menampilkan pameran peristiwa-peristiwa perjuangan yang pernah terjadi di Yogyakarta.

Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta merupakan museum khusus sejarah perjuangan Bangsa Indonesia, kekhususan ini juga berhubungan dengan Yogyakarta yang andil dalam pembentukan NKRI. Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta terletak di Jalan Jendral Ahmad Yani 6 Yogyakarta. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 48/OT.001/MKP/2003 tanggal 5 Desember 2003, Museum Benteng Verdeburg Yogyakarta memiliki tugas melaksanakan pengumpulan, perawatan, pengawetan, penelitian, penyajian, penerbitan hasil penelitian dan memberikan bimbingan edukatif kultural mengenai benda dan sejarah Perjuangan Bangsa Indonesia.

Sekarang museum mengalami tuntutan baru, bahkan suatu museum tidak hanya menyandang citra sebagai tempat pengumpulan benda-benda kuno, tetapi juga harus sebagai sumber informasi dibidang pendidikan, budaya dan rekreasi. Kesan sebagai tempat penyimpanan benda-benda kuno menyebabkan museum dianggap hanya sebagai tempat yang

dianggap kurang penting bagi kehidupan dan perkembangan bangsa, padahal museum mempunyai arti filosofis tinggi bagi kehidupan bernegara. Merubah citra museum dibutuhkan strategi dan pengelolaan yang baik terhadap museum. Strategi-strategi tersebut diharapkan mampu merubah citra museum sebagai pusat pendidikan, budaya dan wisata yang layak dikunjungi sehingga pengunjung mendapatkan manfaat setelah berkunjung ke museum.

Berdasarkan observasi tanggal 23 April 2014 diperoleh informasi pengunjung Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta. Data pengunjung terhitung mulai tahun 2006 dengan jumlah kunjungan 103.662 orang, tahun 2007 turun dengan jumlah 52.571 orang, tahun 2008 naik dengan jumlah 83.550 orang, tahun 2009 turun dengan jumlah 56.461, tahun 2010 naik dengan jumlah 187.435 orang, tahun 2011 turun dengan jumlah 68.972, tahun 2012 naik dengan jumlah 240.264, tahun 2013 turun dengan jumlah 163.231. Data tersebut disimpulkan bahwa jumlah pengunjung di Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta tidak stabil setiap tahun. Hal tersebut berkaitan dengan aktivitas humas terutama promosi untuk menarik pengunjung ke museum. Kegiatan promosi yang dilakukan humas kurang maksimal, sehingga masyarakat awam banyak yang kurang berminat untuk mengunjungi museum.

Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta menjadi tanggung jawab langsung Kementerian dan Kebudayaan Deputi Bidang Sejarah dan Purbakala yang bertugas melaksanakan pengumpulan, perawatan,

pengawetan, penelitian, penyajian, penerbitan hasil penelitian dan memberikan bimbingan edukatif kultural mengenai benda dan sejarah perjuangan bangsa Indonesia di wilayah Yogyakarta. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia memberikan wewenang kepada pegawai Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta untuk melakukan pelayanan dan pengelolaan museum. Humas Benteng Vredeburg Yogyakarta harus mampu menyusun strategi-strategi untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Strategi-strategi tersebut diantaranya melakukan komunikasi dengan publik, melakukan pemasaran, dan penyebarluasan informasi potensi wisata Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta. Kegiatan promosi dan pemasaran yang dilakukan humas masih kurang maksimal dan belum tepat sasaran. Sasaran media informasi hendaknya mampu mengenalkan pada masyarakat mengenai Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta dan mempengaruhi masyarakat berkunjung ke museum.

Kelengkapan fasilitas museum masih kurang seperti toilet yang sampai sekarang masih dalam perbaikan, tempat sampah yang masih kurang jumlahnya. Fasilitas tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi kenyamanan pengunjung. Lahan parkir sudah disediakan oleh museum, tetapi lahan parkir tersebut juga merupakan lahan parkir umum pengunjung malioboro. Semakin banyak kendaraan yang parkir terutama kendaraan besar membuat museum tidak terlihat.

Sumber daya manusia merupakan unsur utama dalam melaksanakan aktivitas *publik relations* dan melayani pengunjung museum. Pelayanan museum diantaranya adalah pemandu museum yang bertugas memberikan informasi pada pengunjung mengenai koleksi museum. Faktor-faktor tersebut harus diperhatikan untuk menunjang keberhasilan museum dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

Berdasarkan latar belakang masalah diketahui bahwa museum membutuhkan aktivitas *public relations* yang tepat. maka dilakukan penelitian untuk mengetahui lebih lanjut mengenai “Aktivitas *Public Relations* untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata, Pendidikan dan Budaya di Museum Benteng Vredeburg Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka dapat di identifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Ketidakstabilan jumlah pengunjung Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta.
2. Kurangnya promosi dan pemasaran tentang Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta.
3. Fasilitas pengunjung museum masih kurang.
4. Penggunaan media yang digunakan dalam promosi belum tepat mengenai sasaran.

5. Citra museum mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi museum.

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas dan dengan mempertimbangkan keterbatasan dana, waktu dan tenaga maka penelitian ini dibatasi pada masalah aktivitas *Public Relations* untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata, Pendidikan dan Budaya di Museum Benteng Vredeburg DIY.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah difokuskan pada bagaimana aktivitas Museum Benteng Vredeburg DIY dalam meningkatkan daya tarik wisata, pendidikan dan budaya?

### **E. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui aktivitas Museum Benteng Vredeburg DIY dalam meningkatkan daya tarik wisata, pendidikan dan budaya.

## **F. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan yang telah peneliti kemukakan di atas, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Secara teoritis

Penelitian ini digunakan sebagai sarana untuk menambah ilmu pengetahuan, wawasan dan pengalaman mengenai aktivitas *public relations* di Museum Benteng Vredeburg DIY.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Museum Benteng Vredeburg DIY penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan yang positif dan membangun mengenai pengelolaan museum.
- b. Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang aktivitas *public relations* di Museum Benteng Vredeburg DIY, serta untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan perkuliahan di program studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan bagi mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta pada umumnya serta bagi mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran pada khususnya.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Deskripsi Teori**

##### **1. Pengertian Aktivitas**

Aktivitas adalah suatu kegiatan, peristiwa atau kejadian yang pada umumnya tidak dilakukan secara terus menerus. Penyelenggara kegiatan itu sendiri bisa merupakan badan, instansi pemerintah, organisasi, orang pribadi, lembaga, dll. Biasanya kegiatan dilaksanakan dengan berbagai alasan tertentu, mulai dari sebuah organisasi, kampanye sebuah partai politik, atau bahkan sosialisasi sebuah kebijakan pemerintah. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, "Aktivitas adalah kegiatan, usaha, pekerjaan atau kekuatan dan ketangkasan serta kegairahan". Undang-undang RI NO 15 TH 2006 menyebutkan bahwa:

Aktivitas adalah sekumpulan tindakan penggerahan sumber daya baik yang berupa personel (sumber daya manusia), barang modal termasuk peralatan dan teknologi, dana, atau kombinasi dari beberapa atau kesemua jenis sumber daya tersebut sebagai masukan (input) untuk menghasilkan keluaran (output) dalam bentuk barang/jasa.

Ramlan Surbakti (2010: 4) berpendapat bahwa, "Kegiatan adalah bagian dari program yang dilaksanakan oleh satu atau beberapa satuan kerja sebagai bagian dari pencapaian sasaran terukur pada suatu program".

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut disimpulkan bahwa aktivitas merupakan suatu perilaku yang dikerjakan secara sungguh-

sungguh dan terencana untuk mencapai suatu tujuan. Aktivitas tersebut dilaksanakan dengan berbagai alasan tertentu, mulai dari sebuah organisasi, kampanye sebuah partai politik, atau bahkan sosialisasi sebuah kebijakan pemerintah.

## **2. *Public Relations***

### **a. Pengertian *Public Relations***

Pengertian *public relations* adalah fungsi manajemen yang berusaha membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publik yang menjadi penentu kesuksesan dan kegagalannya. Rosady Ruslan (2013: 6) menyatakan:

*Public relations* merupakan seni (*art*) dan gabungan dari disiplin ilmu manajemen, komunikasi, psikologi, sosial dan marketing untuk membentuk agar perusahaan atau lembaga, gagasan atau ide yang ditawarkan, nama dan produknya menjadi disukai dan dapat dipercaya oleh publik.

Keith Butterick (2012: 7) berpendapat bahwa *public relations* adalah:

Fungsi manajemen unik yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi, memunculkan pemahaman, kerja sama antara organisasi dan publiknya, melibatkan manajemen permasalahan dan isu, membantu manajemen untuk terus menginformasikan dan tanggap terhadap opini publi, mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, melayani sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mencegah kecenderungan negatif, dan menggunakan

penelitian yang sehat dan etika komunikasi sebagai alat utamanya.

Menurut F. Rachmadi (1996: 20) terdapat beberapa kesamaan pokok pikiran yang terkandung dalam pengertian *public relations* yaitu:

- 1) *public relations* merupakan suatu kegiatan yang bertujuan memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling pengertian dan citra yang baik dengan *public/masyarakat*;
- 2) sasaran *public relations* adalah opini publik yang *favourable*, menguntungkan semua pihak;
- 3) *public relations* merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang sangat spesifik dari organisasi/perusahaan.
- 4) *public relations* adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara perubahan/organisasi dengan masyarakat melalui proses komunikasi timbal balik atau dua arah. Hubungan harmonis ini timbul dari adanya *mutual understanding*, *mutual confidence*, dan image yang baik. Ini semua merupakan langkah-langkah yang ditempuh oleh *public relations* untuk mencapai hubungan yang harmonis.

Berdasarkan pendapat tersebut disimpulkan bahwa seorang *public relations* memiliki tugas untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, dan semua bentuk komunikasi yang dibangun merupakan komunikasi yang terencana. Seorang *public relations* harus benar-benar mengerti bagaimana cara membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, baik dalam kelompok publik atau perseorangan.

### **b. Fungsi *Public relations***

Fungsi dan peranan *public relations* berupaya membina hubungan yang harmonis melalui komunikasi dua arah dan melancarkan publikasi antara organisasi dengan publik (khalayak sasaran) atau sebaliknya publik dengan lembaga, agar tercapai opini dan persepsi yang positif dan untuk memperoleh citra yang baik.

Rachmat Kriyantono (2008: 18) menyatakan:

Fungsi atau peranan adalah harapan publik terhadap apa yang seharusnya dilakukan oleh *public relations* sesuai dengan kedudukannya sebagai seorang *public relations*. Jadi, *public relations* dikatakan berfungsi apabila dia mampu melakukan tugas dan kewajibannya dengan baik, berguna atau tidak dalam menunjang tujuan perusahaan dan menjamin kepentingan publik.

Rosady Ruslan (2012: 27) menyatakan fungsi utama humas atau *public relations* adalah sebagai berikut:

- 1) sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili oleh publiknya.
- 2) membina *relationship*, yaitu berupa membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
- 3) peranan *back up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
- 4) membentuk *good image maker*, artinya peranan *public relations* berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

Menurut Onong Uchjana Effendy (1992: 9) fungsi *public relations* sebagai berikut :

- a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.

- b. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik internal dan publik eksternal
- c. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
- d. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.
- e. Operasionalisasi dan organisasi *public relations* adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun publik.

Berdasarkan pendapat yang diuraikan ditarik kesimpulan bahwa fungsi *public relations* adalah penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya, membina relationship yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya, berperan sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi dan menciptakan citra yang baik bagi organisasi atau lembaganya.

### **c. Tujuan *Public Relations***

Suatu organisasi atau perusahaan memiliki tujuan *public relations* yang memberikan pemahaman positif terhadap publik dan membangun kerja sama yang baik mengenai produk yang kita berikan terhadap publik. Tujuan *public relations* menurut Rachmat Kriyantono (2008: 5):

*Public relations* adalah fungsi manajemen dalam melaksanakan kegiatan komunikasi, maka pada dasarnya tujuan *public relations* adalah tujuan-tujuan komunikasi. Dalam realitas praktik *public relations* di perusahaan, tujuan *public relations*

antara lain menciptakan pemahaman publik, membangun citra korporat, membangun opini publik yang *favorable* serta membentuk *goodwill* dan kerja sama.

Silih Agung Wasesa (2005: 70) menyatakan bahwa, “Tujuan *public relations* adalah membangun persepsi publik sehingga sesuai dengan kebijakan manajemen”. Sedangkan Rosady Ruslan (2001: 246) tujuan *public relations* adalah sebagai berikut :

- a. Menumbuh kembangkan citra perusahaan yang positif untuk publik eksternal atau masyarakat dan konsumen.
- b. Mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan.
- c. Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan *public relations*.
- d. Efektif dalam membangun pengenalan merek dan pengetahuan merek.
- e. Mendukung bauran pemasaran.

Berdasarkan beberapa pendapat dapat disimpulkan bahwa tujuan *public relations* adalah membuat publik dan organisasi, lembaga, atau perusahaan saling mengenal baik kebutuhan, kepentingan, harapan maupun budaya masing-masing sehingga mampu meningkatkan citra perusahaan atau lembaga yang bersangkutan dan dapat berjalan secara harmonis.

#### **d. Tugas *Public Relations***

Tugas *public relations* adalah kegiatan yang harus dipersiapkan oleh humas dalam menjalankan program kerja. Menurut F. Rachmadi (1996: 23) dijelaskan beberapa tugas pokok humas adalah:

- 1) menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi/pesan secara lisan, tertulis atau melalui gambar (*visual*) kepada publik, sehingga publik mempunyai pengertian yang hal ikhwal perusahaan atau lembaga, segenap tujuan serta kegiatan yang dilakukan,
- 2) memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum/masyarakat,
- 3) mempelajari dan melakukan analisis reaksi publik terhadap kebijakan perusahaan/lembaga, maupun segala macam pendapat,
- 4) penyelenggaraan hubungan baik dengan masyarakat dan media massa untuk memperoleh penerimaan publik, pendapat umum, dan perubahan sikap.

Menurut Rosady Ruslan (2012: 23) ruang lingkup tugas *public relations* meliputi aktivitas sebagai berikut.

- 1) Membina hubungan kedalam (publik internal), artinya mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan dijalankan oleh organisasi melalui kerjasama dengan publik yang menjadi bagian dari organisasi
- 2) Membina hubungan ke luar (publik eksternal), artinya mampu mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik (masyarakat) yang positif terhadap organisasi yang diwakili.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa peran humas atau *public relations* bersifat dua arah yaitu berorientasi ke dalam dan luar lembaga atau perusahaan dalam membina hubungan baik. Kegiatan yang dilakukan seperti membuat brosur, booklet, kalender, buletin, pameran, dan seminar. Semua itu dilakukan agar menambah hubungan baik dengan pihak internal dan juga pihak eksternal.

### e. Proses Kegiatan *Public Relations*

Proses kegiatan *public relations* merupakan suatu kegiatan yang terus menerus dilakukan sesuai dengan urutan kerja tertentu yaitu mengadakan penelitian, mempersiapkan dan merencanakan tindakan yang akan diambil kemudian melaksanakannya, setelah itu dilaksanakan pemeriksaan terhadap pelaksanaan untuk kemudian menyampaikan saran-saran kepada pimpinan. Menurut F. Rachmadi (1996: 111) menyatakan bahwa, “Kegiatan *public relations* dilakukan melalui proses Penemuan fakta (*factfinding*), Perencanaan (*planning*), Komunikasi (*communication*), Evaluasi (*evaluation*)”.

Menurut Onong Uchjana Effendy (2002: 97) proses humas meliputi tahap-tahap berikut ini:

- 1) penelitian (*Research*): Tahap penelitian merupakan kegiatan mendapatkan data dan fakta yang erat sangkutannya dengan pekerjaan yang akan digarap.
- 2) perencanaan (*Planning*): Dalam tahap perencanaan ini, *public relations officer* melakukan penyusunan daftar masalah. Perencanaan disusun dengan berpijak pada data dan fakta yang diperoleh pada tahap penelitian tadi.
- 3) penggiatan (*Action*): Tahap action dari kegiatan *public relations* merupakan komunikasi sehingga tahap ini sering disebut tahap komunikasi.
- 4) evaluasi (*Evaluation*): Tahap evaluasi merupakan tahap terakhir setelah tahap-tahap penelitian, perencanaan, dan penggiatan. Tujuan utama dari evaluasi ialah untuk mengetahui apakah kegiatan *public relations* benar-benar dilaksanakan menurut rencana berdasarkan hasil penelitian atau tidak.

Mengenai tahapan-tahapan proses *public relations*, pada intinya merupakan penemuan fakta dan perencanaan untuk mengetahui situasi

dan opini publik dengan cara berkomunikasi kemudian mengevaluasinya untuk mengetahui pengaruhnya terhadap publik.

#### **f. Sasaran *Public Relations***

Publik (khalayak) adalah sekelompok orang dari pihak-pihak di dalam (internal) maupun di luar (eksternal), yang berkepentingan dan mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan organisasi. Artinya bahwa kelompok yang harus senantiasa dihubungi dalam rangka pelaksanaan fungsi *public relations*. Penyebaran suatu pesan atau informasi *public relations* tidak dilakukan secara sama kesemua orang seperti halnya pesan-pesan iklan. Langkah-langkah tertentu sengaja dipilih untuk lebih mengefektifkan penerimaan pesan atau informasi dari setiap organisasi atau perusahaan memiliki khalayak khusus sendiri.

Menurut Haris Munandar (2002: 86) ada beberapa alasan pokok mengapa suatu organisasi atau perusahaan harus mengenali atau menetapkan khalayaknya, yakni:

- 1) untuk mengidentifikasi segmen khalayak atau kelompok yang paling tepat untuk dijadikan sasaran suatu program *public relations*.
- 2) untuk menciptakan skala prioritas, sehubungan dengan adanya keterbatasan anggaran dan sumber-sumber daya lainnya.
- 3) untuk memilih media dan teknik *public relations* yang paling sesuai.
- 4) untuk memperoleh pesan-pesan sedemikian rupa agar cepat dan dapat diterima.

*Public relations* harus senantiasa menjalin komunikasi, baik secara internal maupun eksternal dengan khalayaknya. Khalayak antara organisasi yang satu dengan organisasi yang lain belum tentu sama.

#### **g. Media *Public Relations***

Media adalah sarana penghubung yang digunakan oleh humas dalam menyampaikan informasi kepada publik dan sekaligus mampu meningkatkan citra. Menurut F. Rachmadi (1992: 87) menyatakan bahwa, “Media komunikasi yang digunakan oleh humas meliputi media berita (*news media*), media siaran (*broadcast media*), media komunikasi tatap muka atau komunikasi tradisional”.

Haris Munandar (1992: 61) mengelompokkan media humas sebagai berikut:

- 1) *printed material*, merupakan barang cetakan yang juga untuk publikasi humas dalam rangka menyampaikan pesan-pesan, misalnya brosur, *leaflet*, *booklet*, kop surat, kartu nama, kalender, dan lain sebagainya.
- 2) *house Journal*, media internal yang digunakan humas untuk keperluan publikasi yang ditunjukkan oleh kalangan terbatas seperti karyawan, relasi bisnis, pelanggan dan konsumen.
- 3) *special event*, biasnaya berupa pertemuan secara langsung dengan para *audience* melalui tatap muka seperti persentasi, diskusi panel, seminar, pameran, dan lain sebagainya.
- 4) *broadcasting media*, publikasi humas yang disarankan melalui stasiun televisi dan atau radio.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat diketahui bahwa media merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi

pada publik, bisa menggunakan media komunikasi secara langsung maupun secara tidak langsung.

### **3. Strategi *Public Relations***

Strategi merupakan tujuan dasar organisasi, strategi-strategi program dan kebijakan untuk mencapainya, dan metode yang diperlukan untuk memastikan bahwa strategi diimplementasikan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. Strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategos*” dan menunjuk pada keseluruhan peran komando seperti sebuah komando umum militer. Strategi dalam bisnis menentukan lingkup dan arah suatu pengembangan organisasi dan bagaimana dapat mencapai strategi yang kompetitif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia strategi adalah ilmu siasat perang, rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Menurut Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana (2002: 2), “Strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha organisasi”. Sedangkan Rosady Ruslan (2013: 37) menyatakan bahwa, ”Strategi itu pada hakikatnya adalah suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik opersionalnya”.

Pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan kegiatan perencanaan yang didedikasikan untuk misi dan tujuan-tujuan

sebuah organisasi sehingga yang menjadi tujuan organisasi dapat terwujud seiring dengan matangnya strategi dari organisasi tersebut.

*Public relations* membutuhkan perencanaan yang disusun secara baik dan tepat. *Public relations* merupakan bentuk komunikasi yang terencana, baik itu internal maupun eksternal organisasi. Merencanakan strategi *public relations* yang paling mendasar adalah mengenali publik yang mempunyai keterkaitan terhadap perusahaan atau organisasi baik itu berposisi pada internal, maupun eksternal. Menurut Rosady Ruslan (1997: 60) untuk menuju sukses, strategi *public relations* memiliki tujuh langkah yaitu:

- a. Tahap menganalisa situasi dan mengaudit komunikasi.
- b. Merumuskan tujuan dan mendapatkan waktu.
- c. Menentukan publik dan personal yang terlibat.
- d. Anggaran (*budget*).
- e. Program perencanaan.
- f. Evaluasi.
- g. Target yang dicapai.

Menurut Keith Butterick (2012: 153) Strategi *public relations* adalah:

Pendekatan menyeluruh bagi sebuah kampanye atau program dan penjelasan rasional di belakang program taktis dan akan didikte dan ditentukan oleh persoalan yang muncul dari analisis penelitian. Dasar terbangunnya program statis dan memindahkan perusahaan dari posisi yang ada menuju posisi yang diinginkan.

Strategi *public relations* perlu dilakukan penetapan sasaran mana saja yang mestinya merasakan atau mengetahui kegiatan yang disusun oleh *public relations*. Ketidaktepatan sasaran akan mengakibatkan

kerugian, bahkan berkemungkinan memperburuk situasi yang ingin diperbaiki. Melihat sejauh mana keberhasilan strategi yang dilakukan, praktisi *public relations* perlu melakukan evaluasi. Evaluasi adalah proses yang berkelanjutan untuk meninjau semua elemen-elemen pada kegiatan. Evaluasi dapat dilakukan dengan dua cara yaitu saat kegiatan sedang berjalan dan saat kegiatan berakhir. Evaluasi saat kegiatan sedang berlangsung bertujuan apabila terdapat kesalahan pada aspek-aspek tertentu dari kegiatan yang tidak berjalan sesuai rencana, maka dapat dikembalikan agar fokus dan kembali ke rencana semula. Evaluasi akhir dilakukan setelah semua kegiatan telah selesai dan hasil akhir akan dibandingkan terhadap tujuan strategi *public relations*.

#### 4. Pariwisata

##### a. Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan kegiatan yang dilakukan perorangan maupun sekelompok orang untuk melakukan perjalanan ke tempat wisata. Pariwisata berasal dari bahasa *Sansekerta* “pari” yang berarti hal atau banyak melakukan dan kata “wisata” yang berarti perjalanan. Pariwisata adalah perjalanan atau banyak melakukan perjalanan. Pengertian pariwisata menurut Salah Wahab (2003: 143):

Pariwisata merupakan perpindahan sementara organisasi dari bermacam-macam tempat tinggal, iman dan agama, dan yang mempunyai pola hidup yang berbeda, beragam harapan, banya jenis kesukaan dan hal-hal yang tidak disukai, serta motivasi-

motivasi yang tidak dapat dibuat standarnya karena kesemuanya ini adalah ungkapan pikiran dan endapan perasaan serta tingkah laku yang berubah dalam jangka panjang menurut tempat dan waktu.

Hari Karyono (1997: 15) memberikan definisi secara umum dan secara teknis mengenai pariwisata bahwa :

Keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan. Sedangkan definisi secara teknis, bahwa pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri atau negara lain. Kegiatan tersebut dengan menggunakan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah ataupun masyarakat agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan.

Menurut Gamal Suwantoro (1997 : 27) menyatakan bahwa:

Pariwisata berhubungan erat dengan pengertian wisata yaitu sebagai suatu perubahan berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut dan untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang bersifat sementara yang dilakukan perorangan maupun kelompok untuk menikmati perjalanan tersebut dan untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

### **b. Ciri-ciri Pariwisata**

Melakukan perjalanan ditentukan oleh keinginan yang mendorong seseorang untuk bepergian ke daerah yang menjadi tujuan. Melakukan perjalanan wisata adalah hal yang menyenangkan dan

disukai oleh semua orang. Menurut Desky (1996: 6) ciri-ciri pariwisata yaitu sebagai berikut :

- 1) Berupa perjalanan keliling yang kembali lagi ke tempat asal.
- 2) Pelaku perjalanan hanya tinggal untuk sementara waktu.
- 3) Perjalanan tersebut telah direncanakan terlebih dahulu.
- 4) Ada organisasi atau orang yang mengatur perjalanan tersebut.
- 5) Terdapat unsur-unsur produk wisata.
- 6) Ada tujuan yang ingin dicapai dari perjalanan wisata tersebut.
- 7) Biaya perjalanan diperoleh dari negara asal.
- 8) Dilakukan dengan santai.

Sedangkan menurut Oka A. Yoeti (1996: 118), menyatakan ciri-ciri pariwisata sebagai berikut :

- 1) Perjalanan itu dilakukan untuk sementara waktu.
- 2) Perjalanan itu dilakukan dari suatu tempat ke tempat lainnya.
- 3) Perjalanan itu, walaupun apa bentuknya harus selalu dikaitkan dengan pertama-syaan atau rekreasi.
- 4) Orang yang melakukan tersebut tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya dan semata-mata sebagai konsumen di tempat tersebut.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri pariwisata adalah kegiatan terencana dengan bepergian ke suatu tempat dengan tujuan mencari kenyamanan dan mencari suasana baru.

### **c. Tujuan Pariwisata**

Menentukan tujuan adalah langkah awal dari perencanaan agar ketika kegiatan dilaksanakan bisa sesuai dengan apa yang diinginkan. Seseorang melakukan perjalanan pasti memiliki tujuan yang diinginkan. Tujuan berwisata hendaknya mampu membuat seseorang

merasa senang dan memberi makna yang positif. Desky (1999: 8) menyatakan bahwa, “Tujuan pariwisata yaitu keinginan bersantai, keinginan mencari suasana lain, memenuhi rasa ingin tahu, keinginan berpetualang dan keinginan mencari kepuasan”.

Sedangkan menurut Kesrul (2003: 6) tujuan dari pariwisata yaitu:

- 1) Ingin bersantai, bersuka ria, *rileks* (lepas dari rutinitas)
- 2) Ingin mencari suasana baru atau suasana lain
- 3) Memenuhi rasa ingin tahu untuk menambah wawasan
- 4) Ingin berpetualang dan mencari pengalaman baru
- 5) Mencari kepuasan dari yang sudah didapatkan

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa tujuan pariwisata adalah untuk bersantai, mencari suasana baru, memenuhi rasa ingin tahu, ingin berpetualang dan mencari kepuasan ketika berwisata.

#### **d. Tujuan Pengembangan Pariwisata**

Maksud dan tujuan mengembangkan pariwisata diantaranya adalah menambah devisa negara. Pariwisata merupakan sektor penting dalam pembangunan sebuah negara. Menurut Hari Karyono (1997: 92) tujuan mengembangkan pariwisata :

- 1) Memperlancar penerimaan devisa.
- 2) Memperluas dan memeratakan kesempatan berusaha.
- 3) Membuka lapangan kerja baru, terutama bagi masyarakat setempat.
- 4) Mendorong pembangunan daerah.
- 5) Memupuk rasa cinta tanah air dan bangsa.

- 6) Memperkokoh persatuan dan kesatuan nasional.
- 7) Meningkatkan kegiatan ekonomi.
- 8) Memperkenalkan kekayaan alam dan budaya bangsa.

Kesimpulan dari beberapa pendapat adalah bahwa tempat wisata harus bisa memberikan daya tarik bagi wisatawan dalam dan luar negeri . Peran serta pemerintah dan masyarakat sangat berpengaruh terhadap berkembangnya sektor wisata, sehingga bertambahnya devisa negara akan membangun sebuah negara menjadi berkembang dengan baik

## **5. Museum**

### **a. Pengertian Museum**

Museum merupakan tempat penyimpanan benda atau koleksi bersejarah yang harus dirawat untuk memberitahukan pada masyarakat luas mengenai sejarah masa lalu. Benda-benda yang disimpan biasanya merupakan karya seni dan benda-benda yang langka, atau kumpulan benda alam dan artefak arkeologi. Berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No. 19 Tahun 1995 tentang Pemeliharaan dan Pemanfaatan Benda Cagar Budaya di Museum, “Museum adalah lembaga, tempat penyimpanan, perawatan, pengamanan dan pemanfaatan benda-benda bukti materiil hasil budaya manusia serta alam dan lingkungannya guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa”. Menurut Amir Sutaarga (2000: 9) menyatakan museum adalah:

Sebuah lembaga yang bersifat tetap, terbuka untuk umum, melayani masyarakat dan perkembangannya, tidak mencari keuntungan, yang memperoleh, merawat, menghubungkan dan memamerkan barang-barang pembuktian manusia dan lingkungannya, untuk tujuan-tujuan studi, pendidikan dan kesenangan.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa museum merupakan tempat koleksi benda-benda bersejarah yang harus dirawat, dilestarikan dan dipamerkan pada masyarakat tentang keberadaan sejarah masa lalu yang harus dimengerti dan dipelajari.

### **b. Fungsi Museum**

Museum memiliki fungsi menyimpan, merawat dan melestarikan benda-benda bersejarah untuk disampaikan pada masyarakat sehingga berguna untuk pembelajaran bersejarah.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No. 19 Tahun 1995 tentang museum, museum memiliki tugas menyimpan, merawat, mengamankan, dan memanfaatkan koleksi museum berupa benda cagar budaya. Maka museum memiliki dua fungsi besar yaitu:

- 1) Sebagai tempat pelestarian, museum harus melaksanakan kegiatan sebagai berikut:
  - a) Penyimpanan, yang meliputi pengumpulan benda untuk menjadi koleksi, pencatatan koleksi, sistem penomoran dan penataan koleksi.
  - b) Perawatan, yang meliputi kegiatan mencegah dan menanggulangi kerusakan koleksi.
  - c) Pengamanan, yang meliputi kegiatan perlindungan untuk menjaga koleksi dari gangguan atau kerusakan oleh faktor alam dan ulah manusia.

- 2) Sebagai sumber informasi, museum melaksanakan kegiatan pemanfaatan melalui penelitian dan penyajian sebagai berikut:
  - a) Penelitian dilakukan untuk mengembangkan kebudayaan nasional, ilmu pengetahuan dan teknologi.
  - b) Penyajian harus tetap memperhatikan aspek pelestarian dan pengamanannya.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan museum memiliki tugas menyimpan, merawat, mengamankan, dan memanfaatkan koleksi museum berupa benda cagar budaya yang berfungsi sebagai sumber-sumber informasi mengenai sejarah masa lalu.

### **c. Pengguna Museum**

Pengguna museum adalah orang yang melakukan kegiatan dan aktivitas di dalam museum. Pengguna museum merupakan komponen utama berjalannya sebuah museum. Tanpa adanya pengguna museum sama halnya museum tersebut tidak bisa dinikmati. Menurut Pedoman Museum Indonesia yang dikutip Yunus Arbi (1992: 14) terdapat dua kategori pengguna dalam sebuah museum yaitu sebagai berikut :

#### **1) Pengelola**

Pengelola museum adalah petugas yang berada dan melaksanakan tugas museum dan dipimpin oleh seorang kepala museum. Kepala museum membawakan dua bagian yaitu bagian administrasi dan bagian teknis.

#### **a) Bagian administrasi**

Petugas bagian administrasi mengelola ketenagaan, keuangan, surat-menyurat, rumahtangga, pengamanan dan registrasi koleksi.

b) Bagian teknis

Bagian teknis terdiri dari tenaga pengelola koleksi yang bertugas melakukan inventarisasi koleksi museum, tenaga konservasi bertugas melakukan pemeliharaan perawatan koleksi, tenaga preparasi bertugas menyiapkan sarana prasarana serta menata pameran dan tenaga bimbingan dan humas bertugas memberikan informasi dan mempublikasikan koleksi untuk dimanfaatkan oleh masyarakat.

2) Pengunjung

Berdasarkan intensitas kunjungannya dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu :

a) Kelompok orang yang secara rutin berhubungan dengan museum seperti kolektor, seniman, desainer, ilmuwan, mahasiswa dan pelajar.

b) Kelompok orang yang baru mengunjungi museum.

Berdasarkan tujuannya pengunjung dibedakan atas :

a) Pengunjung pelaku studi.

b) Pengunjung bertujuan tertentu.

c) Pengunjung pelaku rekresi.

Berdasarkan pendapat di atas disimpulkan bahwa pengelola dan pengunjung museum merupakan komponen penting dalam aktivitas museum. Tanpa adanya komponen tersebut museum tidak berjalan sesuai tujuannya.

## B. Hasil Penelitian yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Farida Robithoh Widyasti Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta tahun 2013 dengan judul “Strategi Promosi Wisata pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Temanggung”. Hasil penelitian ini diantaranya, diperlukan strategi jangka panjang melalui perbaikan *image* Kabupaten Temanggung dan

strategi jangka pendek dengan pengembangan pemasaran wisata, pengembangan kemitraan dan pemeliharaan obyek wisata. Faktor yang mendukung promosi wisata Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Temanggung diantaranya adanya kerjasama yang baik dengan 14 kabupaten atau kota di Jawa Tengah dan Yogyakarta. Jadwal pameran dan promosi wisata di dalam negeri dan di luar negeri sudah terjadwal. Faktor penghambat diantaranya terbatasnya dana, belum adanya bagian khusus yang menangani promosi wisata dan obyek wisata belum dikelola dengan baik.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Indria Desy Rachmawati Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta tahun 2005 dengan judul “Strategi *Public Relations* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gunungkidul”. Hasil penelitian ini diantaranya, memperbaiki *image* kabupaten Gunungkidul, memperbaiki pola pikir masyarakat sekitar, menjalin hubungan kerjasama yang harmonis dengan para pihak terkait dan memperkenalkan keunggulan pariwisata di Gunungkidul. Adapun faktor pendukung dalam pelaksanaan *public relations* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gunungkidul adalah adanya kerjasama yang baik antara Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gunungkidul dengan pelaku pariwisata dan adanya dukungan dari pegawai atau dari publik internal dengan ikut serta memberikan pelayanan yang baik pada masyarakat. Faktor penghambatnya adalah

terbatasnya tenaga *public relations* yang dimiliki Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gunungkidul.

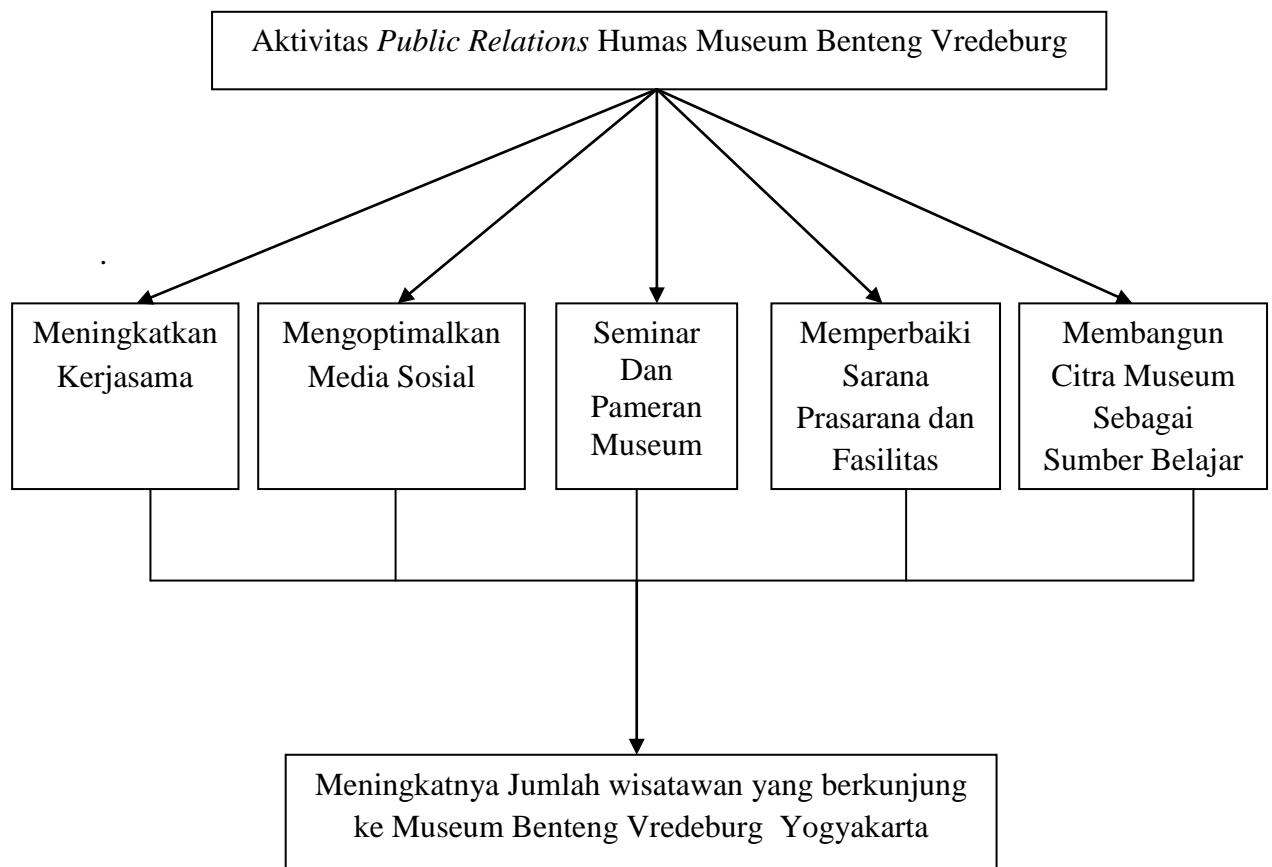
### **C. Kerangka Pikir**

Tempat-tempat wisata semakin berkembang dengan dibuktikan semakin banyaknya tempat-tempat wisata yang bersaing salah satunya adalah Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta. Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta dituntut untuk memberikan informasi yang mendidik dan memberikan dampak positif terhadap pengunjung museum. Sehingga museum dapat berfungsi sebagai pusat pendidikan, budaya dan wisata yang layak dikunjungi sehingga pengunjung mendapatkan manfaat setelah berkunjung ke museum.

Terkait dengan permasalahan museum adalah mengenai aktivitas *public relations* melakukan promosi, pemasaran dan tata kelola dalam meningkatkan kunjungan wisata, pendidikan dan budaya Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta. Pelaksanaan *public relations* Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta menjadi tugas humas dan pengelola museum. Agar aktivitas *public relations* pada Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta dapat terlaksana dengan baik, maka yang perlu dilakukan adalah dengan melakukan promosi menggunakan media informasi misalnya media cetak dan media elektronik. Menjalin kerjasama dengan pihak yang mendukung perkembangan dan pengenalan museum misalnya kerjasama dengan sekolah-sekolah, komunitas dan pers. Sehingga aktivitas *public relations*

tersebut diharapkan mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta.

Berdasarkan penjelasan kerangka pikir singkat, dapat dibuat pada bagan alur berikut :



Gambar 1. Bagan Alur Kerangka Pikir

#### **D. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan alur kerangka pikiran maka dirumuskan pertanyaan penelitian tentang bagaimana aktivitas dan upaya Museum Benteng Vredeburg DIY dalam meningkatkan daya tarik wisata, pendidikan dan budaya?

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif bertujuan untuk menggali fakta tentang aktivitas *public relations* untuk meningkatkan daya tarik wisata, pendidikan dan budaya di Museum Benteng Vredeburg DIY Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia. Data atau informasi yang diperoleh dideskripsikan sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan dan disajikan dalam bentuk kata-kata atau kalimat kemudian ditarik kesimpulan.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta beralamat di Jl. Jenderal A.Yani No.6 Yogyakarta. Penelitian dilakukan mulai bulan Juli sampai bulan September 2014.

#### **C. Informan Penelitian**

Informan penelitian dipilih secara *purposive*. Informan penelitian pada tahap awal dipilih orang yang memiliki *power* dan otoritas pada situasi sosial atau obyek yang diteliti, sehingga dapat memberikan informasi selengkap-lengkapnya serta relevan dengan tujuan penelitian. Adapun informan kunci dalam penelitian ini adalah koordinator humas dan

pemasaran Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta sebagai informan kunci. Personil koordinator humas dan kurator museum sebagai informan pendukung.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Observasi**

Teknik observasi digunakan untuk memperoleh data tentang aktivitas *public relations* dengan cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala-gejala yang tampak pada obyek penelitian. Fokus observasi dilakukan terhadap tiga komponen utama yaitu *space* (ruang tempat), aktor (pelaku), dan aktivitas (kegiatan). Pada penelitian ini dilakukan pengamatan terhadap aktivitas *public relations* untuk meningkatkan daya tarik wisata, pendidikan dan budaya di Museum Benteng Vredeburg DIY Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia.

##### **2. Wawancara**

Teknik wawancara ini digunakan untuk memperoleh data secara mendalam. Pedoman wawancara atau *interview guide* dengan tujuan agar wawancara tidak menyimpang dari permasalahan. Pertanyaan penelitian ditujukan untuk koordinator humas dan pemasaran Museum, Benteng Vredeburg Yogyakarta.

Teknik wawancara memungkinkan responden atau subyek yang diteliti berhadapan muka secara langsung (*face to face*), kemudian menanyakan sesuatu yang telah direncanakan dalam pedoman wawancara kepada responden. Hasilnya dicatat sebagai informasi penting dalam penelitian.

### 3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk digunakan memperoleh data yang telah tersedia dalam bentuk arsip atau buku yang mendukung penelitian dan kemudian dibandingkan dengan wawancara dan observasi. Menggunakan metode dokumentasi bisa melihat dokumen yang sudah ada dalam bentuk arsip atau buku seperti struktur organisasi, sejarah, visi dan misi museum dan informasi-informasi tercatat dalam bentuk lainnya yang berhubungan dengan aktivitas *public relations*.

## E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan melalui beberapa tahap dengan langkah sebagai berikut :

### 1. Reduksi data

Data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak jumlahnya, oleh karena itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok,

menfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti dalam pengumpulan data selanjutnya.

## 2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan rakitan organisasi informasi, gambaran dalam bentuk narasi lengkap yang untuk selanjutnya memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Sajian data disusun berdasarkan pokok-pokok yang terdapat dalam reduksi data dan disajikan dengan menggunakan kalimat dan bahasa peneliti yang merupakan rakitan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis sehingga mudah dipahami. Sajian data dalam penelitian ini selain dalam bentuk narasi kalimat, juga dapat meliputi gambar/skema, jaringan kerja, kaitan kegiatan serta tabel sebagai pendukung narasinya. Semuanya itu dirancang guna merakit informasi secara teratur agar mudah dilihat dan dapat dipahami.

## 3. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat semantara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada awal, didukung oleh bukti-bukti yang *valid* dan konsisten pada

saat ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang *kredibel*. Sehingga dengan kesimpulan ini diharapkan dapat menemukan temuan baru yang sebelumnya belum ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih belum jelas, sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Kesimpulan dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dimulai dari data yang sudah ada atau terkumpul kemudian melakukan pemilihan, penyederhanananaan, menggolongkan data dan membuang data yang tidak perlu. Sehingga daapat ditarik kesimpulan data apa saja yang mau diambil. Setelah itu dilakukan penyajian data dengan cara penyusunan sekumpulan data atau informasi agar lebih mudah dipahami. Selanjutnya menghubungkan dan membandingkan antara teori yang ada dengan hasil praktek di lapangan kemudian mencari hubungan antara satu komponen yang lain sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang diteliti di Museum Benteng Vredeburg DIY.

## **F. Teknik Keabsahan Data**

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik triangulasi sumber. Teknik triangulasi sumber dilakukan dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara antara informan penelitian satu dengan informan penelitian yang lain.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Deskripsi Tempat Penelitian**

###### **a. Sejarah Singkat Berdirinya Museum Benteng Vredeburg**

Museum Benteng Vredeburg adalah sebuah benteng yang terletak di depan Gedung Agung dan istana Kesultanan Yogyakarta. Sekarang benteng ini menjadi sebuah museum. Sejumlah bangunan di dalam benteng ini terdapat diorama mengenai sejarah Indonesia. Benteng ini dibangun sebagai pusat pemerintahan dan pertahanan residen Belanda kala itu. Benteng ini dikelilingi oleh sebuah parit yang sebagian bekas-bekasnya telah direkonstruksi dan dapat dilihat hingga sekarang. Benteng berbentuk persegi ini mempunyai menara pantau (*bastion*) di keempat sudutnya.

Benteng Vredeburg Yogyakarta berdiri terkait erat dengan lahirnya Kasultanan Yogyakarta. Perjanjian Giyanti 13 Februari 1755 yang berhasil menyelesaikan perseteruan antara Susuhunan Pakubuwono III dengan Pangeran Mangkubumi (Sultan Hamengku Buwono I kelak) adalah merupakan hasil politik Belanda yang selalu ingin ikut campur urusan dalam negeri raja-raja Jawa waktu itu. Melihat kemajuan yang sangat pesat akan kraton yang didirikan oleh Sultan Hamengku Buwono I, rasa kekhawatiran pihak Belanda mulai

muncul. Pihak Belanda mengusulkan kepada sultan agar diijinkan membangun sebuah benteng di dekat kraton. Pembangunan tersebut dengan dalih agar Belanda dapat menjaga keamanan kraton dan sekitarnya. Akan tetapi dibalik dalih tersebut maksud Belanda yang sesungguhnya adalah untuk memudahkan dalam mengontrol segala perkembangan yang terjadi di dalam kraton. Letak benteng yang hanya satu jarak tembak meriam dari kraton dan lokasinya yang menghadap ke jalan utama menuju kraton menjadi indikasi bahwa fungsi benteng dapat dimanfaatkan sebagai benteng strategi, intimidasi, penyerangan dan blokade. Berdirinya benteng tersebut dimaksudkan untuk berjaga-jaga apabila sewaktu-waktu Sultan memalingkan muka memusuhi Belanda. Besarnya kekuatan yang tersembunyi dibalik kontrak politik yang dilahirkan dalam setiap perjanjian dengan pihak Belanda seakan-akan menjadi kekuatan yang sulit dilawan oleh setiap pemimpin pribumi pada masa kolonial Belanda, termasuk pula Sri Sultan Hamengku Buwono I. Oleh karena itu permohonan izin Belanda untuk membangun benteng dikabulkan. Terjadi beberapa peristiwa Museum Benteng Vredeburg DIY dari tahun ke tahun diantaranya:

1) Tahun 1760 – 1765

Sebelum dibangun benteng pada lokasinya yang sekarang (Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta), pada tahun 1760 atas permintaan Belanda, Sultan HB I telah membangun sebuah benteng

yang sangat sederhana berbentuk bujur sangkar. Keempat sudutnya dibuat tempat penjagaan yang disebut *seleka* atau *bastion*. Oleh sultan keempat sudut tersebut diberi nama Jayawisesa (sudut barat laut), Jayapurusa (sudut timur laut), Jayaprakosaningprang (sudut barat daya) dan Jayaprayitna (sudut tenggara). Menurut penuturan Nicolas Hartingh, bahwa benteng tersebut keadaannya masih sangat sederhana. Tembok dari tanah yang diperkuat dengan tiang-tiang penyangga dari kayu pohon kelapa dan aren. Bangunan di dalamnya terdiri atas bambu dan kayu dengan atap ilalang. Sewaktu W.H. Van Ossenberg menggantikan kedudukan Nicolas Hartingh, pada tahun 1765 diusulkan kepada sultan agar benteng diperkuat menjadi bangunan yang lebih permanen agar lebih menjamin kemanan. Usul tersebut dikabulkan, selanjutnya pembangunan benteng dikerjakan di bawah pengawasan seorang Belanda ahli ilmu bangunan yang bernama Ir. Frans Haak. Pada awal pembangunan ini (1760) status tanah merupakan milik kasultanan. Tetapi dalam penggunaannya dihibahkan kepada Belanda (VOC) dibawah pengawasan Nicolas Hartingh, gubernur dari Direktur Pantai Utara Jawa di Semarang.

## 2) Tahun 1765 – 1788

Usul Gubernur W.H. Van Ossenberg (pengganti Nicolaas Hartingh) agar bangunan benteng lebih disempurnakan, dilaksanakan tahun 1767. Periode ini merupakan periode

penyempurnaan Benteng yang lebih terarah pada satu bentuk benteng pertahanan. Menurut rencana pembangunan tersebut akan diselesaikan tahun itu juga. Akan tetapi dalam kenyataannya proses pembangunan tersebut berjalan sangat lambat dan baru selesai tahun 1787. Hal ini terjadi karena pada masa tersebut Sultan yang bersedia mengadakan bahan dan tenaga dalam pembangunan benteng, sedang disibukkan dengan pembangunan Kraton Yogyakarta. Setelah selesai bangunan benteng yang telah disempurnakan tersebut diberi nama Rustenburg yang berarti 'Benteng Peristirahatan'. Pada periode ini secara yuridis formal status tanah tetap milik kasultanan tetapi secara *de facto* penguasaan benteng dan tanahnya dipegang oleh Belanda.

### 3) Tahun 1788 – 1799

Periode ini merupakan saat digunakannya benteng secara sempurna oleh Belanda (VOC). Bangkrutnya VOC tahun 1799 menyebabkan penguasaan benteng diambil alih oleh Bataafsche Republic (Pemerintah Belanda). Sehingga secara *de facto* menjadi milik pemerintah kerajaan Belanda. Pada periode ini status tanah benteng secara yuridis formal tetap milik kasultanan, secara *de facto* dikuasai Belanda.

### 4) Tahun 1799 – 1807

Status tanah benteng secara yuridis formal tetap milik kasultanan, tetapi penggunaan benteng secara *de facto* menjadi milik

Bataafsche Republik (Pemerintah Belanda) di bawah Gubernur Van Den Burg. Benteng tetap difungsikan sebagai markas pertahanan.

5) Tahun 1807 – 1811

Pada periode ini benteng diambil alih pengelolaannya oleh Koninkrijk Holland (Kerajaan Belanda). Maka secara yuridis formal status tanah tetap milik kasultanan, tetapi secara *de facto* menjadi milik Pemerintah Kerajaan Belanda di bawah Gubernur Herman Willem Daendels.

6) Tahun 1811 – 1816

Ketika Inggris berkuasa di Indonesia 1811 – 1816, untuk sementara benteng dikuasai Inggris di bawah Letnan Gubernur Thomas Stamford Raffles. Namun dalam waktu singkat Belanda dapat mengambil alih. Secara yuridis formal benteng tetap milik kasultanan.

7) Tahun 1816 – 1942

Pada tahun 1867 di Yogyakarta terjadi gempa bumi yang dahsyat sehingga banyak merobohkan beberapa bangunan besar seperti Gedung Residen (yang dibangun tahun 1824), Tugu Pal Putih, dan Benteng Rustenburg serta bangunan-bangunan yang lain. Bangunan-bangunan tersebut segera dibangun kembali. Benteng Rustenburg segera diadakan pembenahan di beberapa bagian bangunan yang rusak. Setelah selesai bangunan benteng yang

semula bernama Rustenburg diganti menjadi Vredeburg yang berarti 'Benteng Perdamaian'. Nama ini diambil sebagai manifestasi hubungan antara Kasultanan Yogyakarta dengan pihak Belanda yang tidak saling menyerang waktu itu. Bentuk benteng tetap seperti awal mula dibangun, yaitu bujur sangkar. Pada keempat sudutnya dibangun ruang penjagaan yang disebut seleka atau bastion. Pintu gerbang benteng menghadap ke barat dengan dikelilingi oleh parit. Terdapat bangunan-bangunan rumah perwira, asrama prajurit, gudang logistik, gudang mesiu, rumah sakit prajurit dan rumah residen. Benteng Vredeburg ditempati sekitar 500 orang prajurit, termasuk petugas medis dan paramedis. Pada masa pemerintahan Hindia Belanda digunakan sebagai tempat perlindungan para residen yang sedang bertugas di Yogyakarta. Hal itu sangat dimungkinkan karena kantor residen yang berada berseberangan dengan letak Benteng Vredeburg. Sejalan dengan perkembangan politik yang berjadi di Indonesia dari waktu ke waktu, maka terjadi pula perubahan atas status kepemilikan dan fungsi bangunan Benteng Vredeburg. Status tanah benteng tetap milik kasultanan, tetapi secara *de facto* dipegang oleh pemerintah Belanda. Karena kuatnya pengaruh Belanda maka pihak kasultanan tidak dapat berbuat banyak dalam mengatasi masalah penguasaan atas benteng. Sampai akhirnya benteng dikuasai bala Tentara Jepang tahun 1942 setelah Belanda menyerah kepada Jepang

dengan ditandai dengan Perjanjian Kalijati bulan Maret 1942 di Jawa Barat. Tanggal 7 Maret 1942, pemerintah Jepang memberlakukan UU nomor 1 tahun 1942 bahwa kedudukan pimpinan daerah tetap diakui tetapi berada di bawah pengawasan Kooti Zium Kyoku Tjokan (Gubernur Jepang) yang berkantor di Gedung Tjokan Kantai (Gedung Agung). Pusat kekuatan tentara Jepang disamping ditempatkan di Kotabaru juga di pusatkan di Benteng Vredeburg. Tentara Jepang yang bermarkas di Benteng Vredeburg adalah Kempeitei yaitu tentara pilihan yang terkenal keras dan kejam. Benteng Vredeburg juga digunakan sebagai tempat penahanan bagi tawanan orang Belanda maupun Indo Belanda yang ditangkap. Juga kaum politisi Indonesia yang berhasil ditangkap karena mengadakan gerakan menentang Jepang. Guna mencukupi kebutuhan senjata, tentara Jepang mendatangkan persenjataan dari Semarang. Sebelum dibagikan ke pos-pos yang memerlukan terlebih dulu di simpan di Benteng Vredeburg. Gudang mesiu terletak di setiap sudut benteng kecuali di sudut timur laut. Hal itu dengan pertimbangan bahwa di kawasan tersebut keamanan lebih terjamin. Penempatan gudang mesiu di setiap sudut benteng dimaksudkan untuk mempermudah disaat terjadi perang secara mendadak. Penguasaan Jepang atas Benteng Vredeburg berlangsung dari tahun 1942 sampai dengan tahun 1945, ketika proklamasi telah berkumandang dan nasionalisasi bangunan-

bangunan yang dikuasai Jepang mulai dilaksanakan. Selama itu meskipun secara *de facto* dikuasai oleh Jepang tetapi secara yuridis formal status tanah tetap milik kasultanan. Berdasarkan uraian itu dapat dikatakan bahwa pada masa pendudukan Jepang (1942-1945) bangunan benteng Vredeburg difungsikan sebagai markas tentara Kempeitei, gudang mesiu dan rumah tahanan bagi orang Belanda dan Indo Belanda serta kaum politisi RI yang menentang Jepang.

#### 8) 1945-1970

Berita tentang proklamasi kemerdekaan Indonesia disambut dengan perasaan lega oleh seluruh rakyat Yogyakarta. Ditambah dengan keluarnya Pernyataan Sri Sultan Hamengku Buwono IX (Pernyataan 5 September 1945) yang kemudian diikuti oleh Sri Paku Alam VIII yang berisi dukungan atas berdirinya negara baru, Negara Republik Indonesia, maka semangat rakyat semakin berapi-api. Sebagai akibatnya terjadi berbagai aksi spontan seperti pengibaran bendera Merah Putih, perampasan bangunan dan juga pelucutan senjata Jepang. Masih kuatnya pasukan Jepang yang berada di Yogyakarta, menyebabkan terjadinya kontak senjata seperti yang terjadi di Kotabaru Yogyakarta. Melalui aksi perampasan gedung ataupun fasilitas lain milik Jepang, Benteng Vredeburg juga menjadi salah satu sasaran aksi. Setelah benteng dikuasai oleh pihak RI untuk selanjutnya penanganannya diserahkan kepada instansi militer yang kemudian dipergunakan

sebagai asrama dan markas pasukan yang tergabung dalam pasukan dengan kode Staf “Q” dibawah Komandan Letnan Muda I Radio, yang bertugas mengurus perbekalan militer. Oleh karena itu tidak mustahil bila pada periode ini Benteng Vredeburg disamping difungsikan sebagai markas juga sebagai gudang perbekalan termasuk senjata, mesiu, dan sebagainya. Pada tahun 1946 di dalam komplek Benteng Vredeburg didirikan rumah sakit tentara untuk melayani korban pertempuran. Namun dalam perkembangannya rumah sakit tersebut juga melayani tentara beserta keluarganya. Ketika tahun 1946 kondisi politik Indonesia mengalami kerawanan disaat perbedaan persepsi akan arti revolusi yang sedang terjadi. Meletuslah peristiwa yang dikenal dengan “Peristiwa 3 Juli 1946”, yaitu percobaan kudeta yang dipimpin oleh Jenderal Mayor Soedarsono. Karena usaha tersebut gagal maka para tokoh yang terlibat dalam peristiwa tersebut seperti Mohammad Yamin, Tan Malaka dan Soedarsono ditangkap. Sebagai tahanan politik mereka pernah ditempatkan di Benteng Vredeburg. Pada masa Agresi Militer Belanda II (19 Desember 1948) Benteng Vredeburg yang waktu itu dijadikan markas militer RI menjadi sasaran pengeboman pesawat-pesawat Belanda. Kantor Tentara Keamanan Rakyat yang berada di dalamnya hancur. Setelah menguasai lapangan terbang Maguwo, tentara Belanda yang tergabung dalam Brigade T pimpinan Kolonel Van Langen berhasil menguasai kota

Yogyakarta, termasuk Benteng Vredeburg. Selanjutnya Benteng Vredeburg dipergunakan sebagai markas tentara Belanda yang tergabung dalam IVG (*Informatie voor Geheimen*), yaitu dinas rahasia tentara Belanda. Benteng Vredeburg juga difungsikan sebagai asrama prajurit Belanda dan juga dipakai untuk menyimpan senjata berat seperti tank, panser dan kendaraan militer lainnya. Ketika terjadi Serangan Umum 1 Maret 1949, sebagai usaha untuk menunjukkan kepada dunia internasional bahwa RI bersama dengan TNI masih ada, Benteng Vredeburg menjadi salah satu sasaran di antara bangunan-bangunan lain yang dikuasai Belanda seperti kantor pos, stasiun kereta api, Hotel Toegoe, Gedung Agung, dan tangsi Kotabaru. Kurang lebih 6 enam jam kota Yogyakarta dapat dikuasai oleh TNI beserta rakyat pejuang. Baru setelah bala bantuan tentara Belanda yang didatangkan dari Magelang tiba ke Yogyakarta, TNI dan rakyat mundur ke luar kota dan melakukan perjuangan gerilya. Setelah Belanda meninggalkan kota Yogyakarta, Benteng Vredeburg dikuasai oleh APRI (Angkatan Perang Republik Indonesia). Kemudian pengelolaan benteng diserahkan kepada Militer Akademi Yogyakarta. Pada waktu itu Ki Hadjar Dewantara pernah mengemukakan gagasannya agar Benteng Vredeburg dimanfaatkan sebagai ajang kebudayaan. Akan tetapi gagasan itu terhenti karena terjadi peristiwa “Tragedi Nasional” Pemberontakan G 30 S tahun 1965. Waktu itu untuk

sementara Benteng Vredeburg digunakan sebagai tempat tahanan politik terkait dengan peristiwa G 30 S yang langsung berada di bawah pengawasan Hankam. Rencana pelestarian bangunan Benteng Vredeburg mulai lebih terlihat nyata setelah tahun 1976 diadakan studi kelayakan bangunan benteng yang dilakukan oleh Lembaga Studi Pedesaan dan Kawasan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Setelah diadakan penelitian maka usaha ke arah pemugaran bangunan bekas Benteng Vredeburg pun segera dimulai.

#### 9) Tahun 1977 – 1992

Periode ini status penguasaan dan pengelolaan benteng pernah diserahkan dari pihak HANKAM kepada Pemerintah Daerah Yogyakarta. Tanggal 9 Agustus 1980 diadakan penandatanganan piagam perjanjian tentang pemanfaatan bangunan bekas Benteng Vredeburg oleh Sri Sultan HB IX (pihak I) dan Mendibud Dr. Daoed Joesoef (pihak II). Pada periode ini Benteng Vredeburg pernah dipergunakan sebagai ajang Jambore Seni (26 – 28 Agustus 1978), Pendidikan dan latihan Dodiklat POLRI. Pernah juga dipergunakan sebagai markas Garnisun 072 serta markas TNI AD Batalyon 403. Meski demikian secara yuridis formal status tanah tetap milik kasultanan. Melalui pertimbangan bahwa bangunan bekas Benteng Vredeburg tersebut merupakan bangunan bersejarah yang sangat besar artinya maka pada tahun 1981 bangunan bekas

Benteng Vredeburg ditetapkan sebagai benda cagar budaya berdasarkan Ketetapan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 0224/U/1981 tanggal 15 Juli 1981. Tentang pemanfaatan bangunan Benteng Vredeburg, dipertegas lagi oleh Prof. Dr. Nugroho Notosusanto (Mendikbud RI) tanggal 5 November 1984 yang mengatakan bahwa bangunan bekas Benteng Vredeburg akan difungsikan sebagai museum perjuangan nasional yang pengelolaannya diserahkan kepada Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Piagam perjanjian serta surat Sri Sultan Hamengku Buwono IX Nomor 359/HB/85 tanggal 16 April 1985 menyebutkan bahwa perubahan-perubahan tata ruang bagi gedung-gedung di dalam kompleks benteng Vredeburg diijinkan sesuai dengan kebutuhan sebagai sebuah museum. Selanjutnya dilakukan pemugaran bangunan bekas benteng dan kemudian dijadikan museum. Tahun 1987 museum telah dapat dikunjungi oleh umum.

10) Tahun 1992 sampai sekarang

Melalui Surat Keputusan Mendikbud RI Prof. Dr. Fuad Hasan nomor 0475/O/1992 tanggal 23 November 1992 secara resmi Benteng Vredeburg menjadi Museum Khusus Perjuangan Nasional dengan nama Museum Benteng Yogyakarta. Meningkatkan fungsionalisasi museum ini maka mulai tanggal 5 September 1997 mendapat limpahan untuk mengelola Museum Perjuangan

Yogyakarta di Brontokusuman Yogyakarta, dari Museum Negeri Propinsi DIY Sonobudoyo. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor KM 48/OT.001/MKP/2003 tanggal 5 Desember 2003 Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta merupakan Unit Pelaksana Teknis yang berkedudukan di lingkungan Kementerian dan Kebudayaan Deputi Bidang Sejarah dan Purbakala. Selanjutnya Sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor : KM 48/OT.001/MKP/2003 tanggal 5 Desember 2003 Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta mempunyai Kedudukan, Tugas Pokok dan Fungsi yaitu sebagai museum khusus merupakan Unit Pelaksana Teknis yang berkedudukan di lingkungan Kementerian dan Kebudayaan Deputi Bidang Sejarah dan Purbakala yang bertugas melaksanakan pengumpulan, perawatan, pengawetan, penelitian, penyajian, penerbitan hasil penelitian dan memberikan bimbingan edukatif kultural mengenai benda dan sejarah perjuangan bangsa Indonesia di wilayah Yogyakarta.

## **b. Visi dan Misi**

### 1) Visi

Visi sebuah lembaga atau institusi adalah target yang akan dicapai oleh lembaga atau instansi tersebut. Adapun visi Museum Benteng Vredeburg adalah “Terwujudnya peran museum sebagai pelestari

nilai sejarah dan kejuangan rakyat Indonesia di Yogyakarta dalam mewujudkan NKRI”.

2) Misi

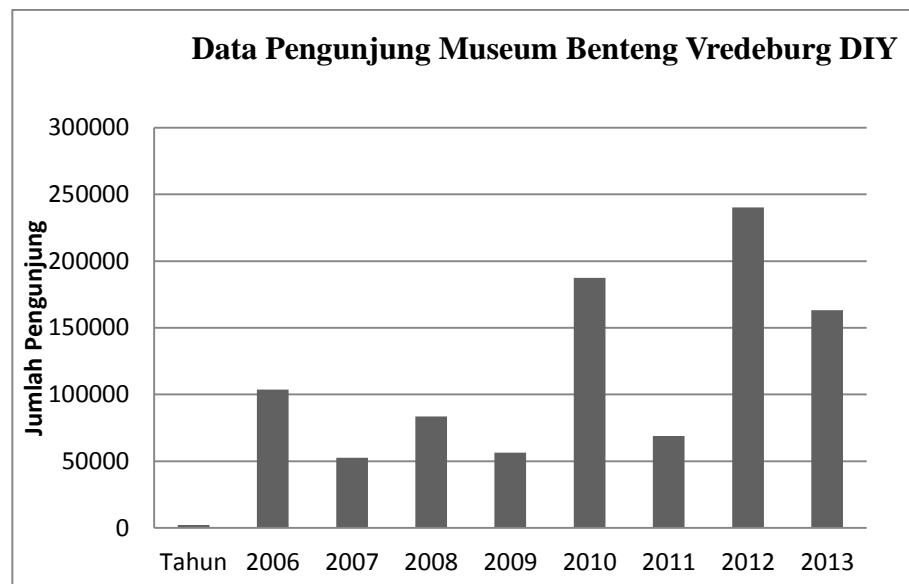
Misi adalah rumusan-rumusan umum tentang upaya-upaya apa saja yang akan dilaksanakan untuk mewujudkan visi. Adapun misi dari Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta.

- a) Mewujudkan peran museum sebagai pelestari benda-benda peninggalan sejarah perjuangan bangsa Indonesia di Yogyakarta.
- b) Mewujudkan peran museum sebagai sumber Informasi sejarah perjuangan rakyat Indonesia di Yogyakarta.
- c) Mewujudkan peran museum sebagai media pendidikan non formal bagi pengembangan ilmu pengetahuan sejarah dengan nuansa *edutainment*.
- d) Mewujudkan museum sebagai wahana peningkatan apresiasi masyarakat terhadap nilai-nilai luhur yang terkandung dalam semangat juang rakyat indonesia di Yogyakarta.

**c. Data Pengunjung**

Jumlah pengunjung Museum Benteng Vredeburg DIY mengalami peningkatan yang belum signifikan terhitung mulai tahun 2006 dengan jumlah kunjungan 103.662 orang, tahun 2007 turun dengan jumlah 52.571 orang, tahun 2008 naik dengan jumlah 83.550 orang,

tahun 2009 turun dengan jumlah 56.461, tahun 2010 naik dengan jumlah 187.435 orang, tahun 2011 turun dengan jumlah 68.972, tahun 2012 naik dengan jumlah 240.264, tahun 2013 turun dengan jumlah 163.231.



Sumber Data: Bidang Tata Usaha Museum Benteng Vredeburg DIY

Gambar 2. Data Pengunjung Museum Benteng Vredeburg DIY

## 2. Deskripsi Data Penelitian

### a. Meningkatkan Kerjasama

Berdasarkan pernyataan dari informan ibu MR terkait kerjasama dengan pihak eksternal, "Ada instansi pemerintah maupun swasta, ada juga dari komunitas, Dinas pendidikan, Dinas pariwisata, Dinas kebudayaan, museum negeri, museum propinsi, komunitas FOKUS (Forum Komunitas Museum) dengan anggota pengrajin dan pengusaha handycraft, kelompok sepeda ontel dan komunitas pejuang-pejuang". Museum Benteng Vredeburg DIY bekerjasama dengan Dinas Pendidikan, Dinas Pariwisata, Dinas Kebudayaan, Museum Negeri, Museum Provinsi, Komunitas FOKUS (Forum Komunitas Museum) dengan anggota pengrajin, dan pengusaha *handycraft*, kelompok sepeda ontel, dan komunitas pejuang lainnya. Menurut pernyataan dari informan, kerjasama yang dilakukan oleh Museum Benteng Vredeburg DIY dapat berjalan dengan baik dan pengunjung antusias mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh pihak museum.

Kerjasama museum dengan instansi pendidikan berjalan dengan baik. Karena Dinas Pendidikan menganjurkan siswa untuk mengunjungi museum. Kunjungan siswa ke museum meningkat ketika Masa Orientasi Siswa (MOS). Hal itu diperkuat dengan pernyataan dari ibu MR, "Sangat baik. Karena dari dinas ada anjuran wajib kunjung museum. Setiap MOS selalu ada yg datang". Antusias pengunjung ke museum benteng cukup baik. Hal ini ditunjukkan

dengan kerepotan pemandu saat MOS, siswa sekolah selalu mengunjungi museum. Bahkan humas ikut membantu menjadi pemandu museum saat kekurangan pemandu.

Perencanaan merupakan salah satu fungsi manajemen dalam kegiatan organisasi. Perencanaan mempelajari bagaimana cara menetapkan tujuan dan cara pencapaiannya. Humas Museum Benteng Vredeburg DIY sebelum mengadakan kegiatan terlebih dahulu melakukan pencarian informasi untuk mendapatkan fakta-fakta atau fenomena yang ada di masyarakat. Tujuan dari sosialisasi Museum Benteng Vredeburg DIY adalah untuk memperkenalkan dan mempelajari koleksi, jenis koleksi, kekhususan koleksi dan manfaat yang diperoleh pengunjung museum. Hal tersebut diharapkan dapat minat pengunjung untuk datang ke museum secara maksimal.

Berdasarkan data dari hasil wawancara dengan informan penelitian yang terdiri dari 3 pegawai Humas di Museum Benteng Vredeburg DIY terkait proses perencanaan dan sosialisasi dapat diketahui bahwa sosialisasi dilakukan secara berkala, hal tersebut didukung dengan pendapat dari Ibu MR, "Sosialisasi dilakukan setiap tahun ke kabupaten-kabupaten tergantung keputusan pusat, yang terdiri dari 4 kabupaten dan 1 kotamadya. Sosialisasi dengan instansi pendidikan dilakukan setiap tahun dengan program mengunjungi museum bagi anak sekolah sasarannya siswa SMP". Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa sosialisasi dilakukan secara berkala

atau dilakukan setiap tahun sekali. Sosialisasi dilaksanakan di Kabupaten Sleman, Bantul, Kulonprogo, Gunung Kidul dan Kota Yogyakarta dengan program mengunjungi museum bagi siswa sekolah.

Biaya operasional sosialisasi membutuhkan anggaran dan dana yang perlu dianggarkan oleh Museum Benteng Vredeburg DIY. Menurut pernyataan Bapak Hrs," Anggaran Sosialisasi diperoleh dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI". Anggaran biaya diperoleh setiap tahun sekali sesuai dengan anggaran yang ditetapkan oleh Kemendikbud.

Pegawai humas merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan kegiatan sosialisasi di Museum Benteng Vredeburg DIY. Berdasarkan pernyataan dari informan diperoleh data bahwa petugas humas terdiri dari 2 petugas dan satu orang kurator. Kurator merupakan pegawai yang mengatur konsep dalam setiap kegiatan yang diagendakan oleh humas.

Strategi merupakan metode atau cara untuk memastikan bahwa tujuan organisasi dapat berjalan sesuai dengan yang perncanaan. Berdasarkan pernyataan ibu MR mengenai strategi yang digunakan, "Kita datang ke cabang dinas melakukan kerjasama dengan dinas dengan maksud pengenalan museum, sasaran daerah-daerah terpencil dan rencana membeli bus untuk menjemput anak-anak di daerah terpencil yang ingin berkunjung ke museum, tetapi belum mendapat

persetujuan dari pusat". Strategi yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi yaitu melakukan kerjasama dengan dinas atau instansi terkait untuk memperkenalkan museum dan mengadakan pembelian bus untuk menjemput pengunjung yang berasal dari daerah terpencil.

Sosialisasi merupakan kegiatan yang diperlukan untuk memperkenalkan museum kepada khalayak umum. Kendala dalam kegiatan sosialisasi bukan menjadi kesulitan yang dihadapi oleh petugas humas. Berdasarkan pernyataan dari informan diperoleh informasi bahwa tidak ada kesulitan yang dihadapi oleh petugas humas dalam kegiatan sosialisasi.

Pernyataan Bapak RSD terkait perjanjian menggunakan MOU, "Kerjasama dengan menggunakan MOU saat ini dengan Dinas Perhubungan melakukan *branding* bus Trans Jogja". Terkait dengan kerjasama tersebut pihak museum menggunakan MOU (*Memorandum of Understanding*) untuk mengikat perjanjian. Pola kerjasama yang sudah terjalin dan saling memahami hak dan kewajiban serta keuntungan memberikan dampak positif untuk perkembangan museum. Kerjasama dengan Dinas Perhubungan diantaranya adalah *branding* Bus Trans Jogja, sementara ini hanya ada beberapa unit bus yang tercantum ajakan untuk berkunjung ke Museum Benteng Vredeburg DIY. Kerjasama dengan agen perjalanan wisata sementara ini belum ada. Ada sebagian agen perjalanan wisata yang menjadikan Museum Benteng Vredeburg DIY sebagai tujuan utama wisata

mereka. Kerjasama dengan agen perjalanan wisata masih dalam tahap proses atau perencanaan.

#### b. Mengoptimalkan Media Sosial

Media sosial adalah semua sarana yang digunakan untuk menyebarkan dan menyampaikan informasi kepada khalayak. Media sangat dibutuhkan karena media dapat mempermudah dalam penyampaian pesan dan mengatasi hambatan-hambatan dalam berkomunikasi.

Penggunaan media dalam komunikasi akan lebih mudah untuk menyampaikan dan mendapatkan suatu informasi. Penggunaan media tidak hanya terpaku dengan satu media saja, tetapi dapat juga dengan cara menggabungkan beberapa media dalam menyampaikan pesan ke sasaran komunikasi. Humas Museum Benteng Vredeburg DIY menggunakan beberapa media untuk menarik minat pengunjung. Menurut pernyataan dari ibu MR, “Museum menggunakan *Website* yang dikelola Kementerian, ada juga *facebook* museum dan semua berjalan dengan baik”. *Website* tersebut adalah [www.kebudayaan.kemdikbud.go.id](http://www.kebudayaan.kemdikbud.go.id), sedangkan dari pihak museum menggunakan media elektronik *Facebook* untuk memberikan asumsi kepada masyarakat tentang kegiatan yang ada di Museum Benteng Vredeburg DIY. Penggunaan media elektronik *website* yang dikelola langsung oleh Menteri Kebudayaan, media elektronik *facebook* yang

dikelola sendiri oleh petugas humas museum yang selalu memberikan kabar berita mengenai kegiatan yang akan dilakukan.

Media cetak yang digunakan menurut pernyataan ibu MR, “Iya ada buletin terbit setahun sekali, brosur dan liflet setahun dua kali, boklet terbit saat pameran tergantung tema pameran. Media cetak yang digunakan humas Museum Benteng Vredeburg DIY untuk publikasi diantaranya buletin yang terbit setahun sekali, brosur dan leaflet yang terbit setahun dua kali, dan boklet yang terbit saat pameran tergantung tema saat pameran.

Sosialisasi media elektronik menggunakan televisi dan radio. Sosialisasi melalui televisi ada *talkshow* dengan intensitas penayangan enam kali untuk tahun 2013-2014. Sosialisasi melalui radio ada *talkshow* dengan intensitas penayangan sepuluh kali untuk tahun 2013-2014. Hal tersebut diperkuat berdasarkan pernyataan dari Bapak HRS,” Iya kita melakukan sosialisasi lewat televisi (JogjaTv dan TVRI) dan radio (Sonora FM). Untuk *talkshow* di televisi enam kali tayang, untuk radio 10 kali”. Kegiatan pameran dan seminar juga sering dilakukan sebagai sarana sosialisasi dan informasi mengajak masyarakat untuk datang berkunjung ke museum. Menurut pernyataan ibu MR, “Seminar tahun ini dua kali, ada pameran di kabupaten, ada pameran di jawa tengah dengan museum-museum sejarah perjuangan. Pernah juga mengadakan pameran kerjasama dengan Baramus (Badan Musyawarah Musia DIY)”.

Setiap kali ada kegiatan, humas selalu mengundang *pers*. Menurut pernyataan ibu MR, “Iya pasti mengundang, kita punya komunitas wartawan dari Kedaulatan Rakyat, Bernas, Republika dan Tribun”. Humas Museum Benteng Vredeburg DIY selalu mengundang *pers* untuk meliput setiap kegiatan. Ada komunitas *pers* yang selalu hadir untuk meliput kegiatan diantaranya komunitas wartawan dari Kedaulatan Rakyat, Bernas, Republika dan Tribun. Media sosial merupakan peran penting dalam menyebarkan informasi yang ada di Museum Benteng Vredeburg DIY, maka dapat dijelaskan peran dan fungsi masing-masing media tersebut:

1) *Pers*

*Pers* yaitu suatu lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang menjalankan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar serta data grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia. *Pers* saat ini tidak hanya terbatas pada media cetak maupun media elektronik tetapi juga telah merambah ke berbagai media infomasi seperti internet. Informasi yang disajikan *pers* merupakan berita-berita yang telah diseleksi dari berbagai berita yang masuk ke redaksi, dari berbagai sumber yang dikumpulkan oleh para reporter di lapangan. Menurut Pembinaan

Idiil *Pers*, *pers* mengemban fungsi positif dalam mendukung mendukung kemajuan masyarakat, mempunyai tanggung jawab menyebarluaskan informasi tentang kemajuan dan keberhasilan pembangunan kepada masyarakat pembacanya.

Berdasarkan ketentuan pasal 33 UU No. 40 tahun 1999 tentang *pers*, fungsi *pers* adalah sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial. Sementara itu Pasal 6 UU *Pers* nasional berperan memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi dan mendorong terwujudnya supremasi hukum dan hak asasi manusia. Selain itu *pers* juga harus menghormati kebinekaan mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat dan benar melakukan pengawasan.

Peran dan fungsi *pers* untuk Museum Benteng Vredeburg DIY berperan meliput setiap kegiatan yang diagendakan oleh pihak museum. Fungsi *pers* tersebut untuk membantu museum agar dikenal oleh khalayak, terutama masyarakat awam yang belum begitu tertarik untuk datang ke museum. Peran dan fungsi *pers* ini sangat penting untuk membantu meningkatkan pengunjung untuk datang ke museum.

## 2) Media Cetak

Media cetak merupakan media penyampai informasi yang memiliki manfaat dan terkait dengan kepentingan rakyat banyak

yang disampaikan secara tertulis. Media cetak adalah sebuah media yang di dalamnya berisi informasi yang di dalamnya terkait dengan kepentingan masyarakat umum dan bukan terbatas pada kelompok tertentu saja. Media cetak merupakan suatu media yang bersifat statis dan mengutamakan pesan- pesan visual. Jenis-jenis media cetak yaitu surat kabar, brosur, leaflet, boklet, buletin, baliho.

Fungsi dan peran media cetak di Museum Benteng Vredeburg DIY sebagai media informasi yang membantu menyebarkan informasi mengenai agenda kegiatan yang ada di museum. Adanya media cetak sangat membantu humas museum dalam menyebarkan informasi agar masyarakat mengetahui dan tertarik untuk datang ke museum.

### 3) Media Elektronik

Media elektronik adalah sebuah media yang berfungsi menyampaikan informasi dalam bentuk elektronik. Contoh media elektronik, TV, radio, Komputer. Peran dan fungsi media elektronik di Museum Benteng Vredeburg adalah membantu menyampaikan informasi kepada khalayak dengan menggunakan alamat *website*, jejaring sosial *Facebook*, melalui televisi dan radio. Peran media elektronik sangat membantu untuk meningkatkan pemahaman kepada masyarakat mengenai Museum Benteng Vredeburg, terutama informasi mengenai kegiatan yang

akan diadakan. Keunggulan media elektronik adalah mampu menyebarkan informasi sampai ke pelosok-pelosok daerah. Penyebaran informasi menggunakan media elektronik beredar cepat, sehingga informasi bisa langsung diakses menggunakan internet, atau bisa didengarkan dan dilihat melalui televisi dan radio. Fungsi media elektronik sangat membantu dalam meningkatkan kunjungan ke Museum Benteng Vredeburg DIY.

c. Seminar dan Pameran Museum

Seminar adalah sebuah pertemuan khusus yang memiliki teknis dan akademis yang tujuannya untuk melakukan studi menyeluruh tentang suatu topik tertentu dengan pemecahan suatu permasalahan yang memerlukan interaksi di antara para peserta seminar yang dibantu oleh seorang guru besar ataupun cendikiawan. Seminar pada umumnya merupakan suatu bentuk instruksi akademis, baik di lembaga akademis atau ditawarkan oleh sebuah organisasi komersial atau profesional.

Pembahasan dalam seminar berpangkal pada makalah atau kertas kerja yang telah disusun sebelumnya oleh beberapa pembicara sesuai dengan pokok-pokok bahasan yang diminta oleh sesuatu panitia penyelenggara. Pokok bahasan yang telah ditentukan, akan dinahas oleh pembicara secara teoritis dan dibagi beberapa subpokok bila bahasan masalahnya terlalu luas. Disini terdapat pula moderator yang

bertugas memandu jalannya acara dan mencatat pokok-pokok pembicaraan. Pada awal seminar, dapat dibuka dengan suatu pandangan umum oleh moderator sehingga tujuan seminar terarah. Peserta mendengarkan pokok pembicaraan yang disampaikan pembicara. Pembahasan dalam seminar membutuhkan waktu yang lebih lama karena sifatnya yang ilmiah. Apabila pembicara tidak dapat mengendalikan diri maka waktu banyak dipergunakan untuk pembahasan yang kurang penting. Setelah pembicara memaparkan permasalahan dapat dibuka sesi tanya jawab yang dipandu oleh moderator. Setelah semua pertanyaan dari peserta seminar dapat terjawab oleh pembicara maka moderator menyimpulkan permasalahan tersebut dan menutup seminar dengan permasalahan yang berhasil dipecahkan.

Pameran adalah suatu kegiatan penyajian benda koleksi tinggalan budaya untuk dikomunikasikan sehingga dapat diapresiasi oleh masyarakat luas. Pameran Museum Benteng Vredeburg DIY menyajikan koleksi yang menggambarkan untaian tinggalan sejarah perjuangan, fase-fase kebudayaan yang ditampilkan dalam bentuk kelompok pada ruang pameran. Selain penyajian dalam bentuk pameran tetap Museum Benteng Vredeburg DIY menampilkan pula pameran dalam bentuk Pameran Khusus, yang dilaksanakan di dalam museum maupun di luar museum. Menurut pernyataan dari ibu MR, “Seminar tahun ini dua kali, ada pameran di kabupaten, ada pameran

di jawa tengah dengan museum-museum sejarah perjuangan. Pernah juga mengadakan pameran kerjasama dengan Baramus (Badan Musyawarah Musia DIY)”.

d. Memperbaiki Sarana Prasarana dan Fasilitas

Guna mendukung kegiatan yang telah diprogramkan secara administratif maupun teknis Museum Benteng Vredeburg telah tersedia sarana prasana dan fasilitas yang telah tersedia. Menurut pernyataan bapak RSD terkait sarana prasarana dan fasilitas, “Untuk fasilitas kita memaksimalkan untuk kenyamanan pengunjung”. Meskipun Museum Benteng Vredeburg sudah berusaha menyediakan segala fasilitas yang dibutuhkan oleh pengunjung apalagi menyangkut fasilitas bagi kelompok khusus, masih dalam upaya menjalankan tugas pelayanan publik Museum Benteng Vredeburg masih mengalami beberapa kendala dalam pengadaan sarana prasarana dan fasilitas. Hal ini juga menjadi salah satu alasan perlunya revitalisasi dilakukan di Museum Benteng Vredeburg. Sarana prasarana dan fasilitas tersebut terdiri dari:

1) Ruang Pameran Temporer

Ruang pameran temporer menempati gedung D lantai atas dan gedung E lantai atas. Ruangan ini berpotensi untuk digunakan sebagai tempat pelaksanaan pameran temporer. Gedung ini sering

juga dimanfaatkan oleh masyarakat untuk penyelenggaraan pameran baik individu maupun kelompok.

2) **Ruang Auditorium**

Ruang auditorium menempati gedung G lantai atas. Ruang ini biasa digunakan sebagai tempat seminar, ceramah, diskusi maupun sarasehan. Beberapa kegiatan yang diselenggarakan oleh masyarakat pernah dilaksanakan di tempat ini, antara lain bedah buku oleh komunitas peneliti di Yogyakarta, seminar sejarah oleh mahasiswa jurusan sejarah, dan sarasehan oleh MSI cabang yogyakarta.

3) **Ruang Audio Visual**

Ruang audio visual menempati gedung F lantai atas. Ruang ini dilengkapi dengan sarana pemutaran film. Ruangan ini sering dipakai oleh komunitas film Yogyakarta untuk diskusi, pemutaran film, bedah film, maupun pekan film durasi pendek. Diskusi-diskusi museum juga sering dilaksanakan diruangan ini.

4) ***Guest House***

*Guest house* menempati gedung H. Tamu-tamu dinas museum dapat memanfaatkan gedung ini sebagai tempat beristirahat dalam rangka pelaksanaan tugas maupun kunjungan ke museum.

5) **Ruang Pengenalan**

Ruang pengenalan menempati gedung C1. Gedung ini menyajikan materi *audio visual* sebagai pengantar pengunjung museum

sebelum menikmati sajian pameran tetap museum dan fasilitas yang ada. Film-film yang disajikan dalam ruangan ini antara lain film profil museum.

6) Toko Museum

Toko museum menempati gedung N lantai atas. Gedung ini menyediakan berbagai cinderamata yang dapat dibeli oleh pengunjung sebagai oleh-oleh khas museum.

7) *Game* Museum

Guna mendukung fungsi rekreatif museum, telah dipasang *Game* Museum. Media interaksi pengunjung ini dipasang diruang diorama II (gedung M2). Melalui media ini pengunjung diharapkan dapat terhibur disela-sela kunjungannya menikmati sajian koleksi diorama peristiwa sejarah di Yogyakarta.

8) Perpustakaan

Perpustakaan museum menempati ruangan di gedung J. Pengunjung dapat memanfaatkan fasilitas ini untuk memenuhi kebutuhan referensi dalam berbagai tugas seperti skripsi, tesis, penelitian maupun kegiatan lain yang memerlukan referensi.

9) Taman Museum

Taman museum terletak di halaman tengah museum. Pengunjung dapat menikmati kesejukan museum di tengah kota, terutama di pagi hari. Di taman ini dapat digelar berbagai kegiatan pada

malam hari antara lain pesta pernikahan, pameran *outdoor*, dan *talkshow* maupun jumpa.

#### 10) *Photo Spot*

Sarana pendukung fungsi kreatif museum lainnya adalah *Photo Spot*. Melalui media ini pengunjung dapat secara animasi mengadakan photo bersama tokoh-tokoh nasional seperti R.A. Kartini, Pangeran Diponegoro dan I.r. Soekarno. Harapan melalui media ini, pengunjung dapat membuat kenangan yang tidak diperoleh di tempat lain.

#### 11) Kursi Roda

Kursi roda disediakan oleh Museum Benteng Vredeburg DIY bagi pengunjung museum yang memiliki kebutuhan khusus (*difabel*). Hal ini didasari oleh pemikiran bahwa museum terbuka untuk umum tanpa kecuali.

#### 12) Ruang PPPK

Ruang PPPK menempati gedung L1. Ruang ini disediakan layanan kesehatan sederhana bagi pengunjung yang mendapat gangguan kesehatan.

#### 13) Toilet dan Mushola

Toilet dan mushola disediakan untuk masyarakat pengunjung museum. Bagi pengunjung museum yang baru saja menempuh perjalanan jauh dan harus menunaikan kewajiban sholat dapat memanfaatkan fasilitas ini.

Berdasarkan pernyataan bapak HRS, “Perawatan dilakukan secara rutin terutama pengecekan penerangan pendingin ruangan dan kebersihan ruangan”. Maka diperoleh data mengenai perawatan sarana prasarana dan fasilitas Museum Benteng Vredeburg DIY. Khusus perawatan koleksi ada kuratif untuk perawatan benda rusak dan perawatan preventif dilakukan setiap hari senin oleh petugas konsepvator mencatat perubahan suhu. Perawatan gedung pegawai museum merupakan pekerjaan bidang tata usaha. Kendala kelengkapan sarana prasarana dan fasilitas Museum Benteng Vredeburg DIY menurut bapak HRS, “Kendala di perawatan IT, ada beberapa yang rusak karena SDM belum begitu familiar dan masih kurang SDM”. Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi kendala untuk perawatan IT, terutama jika ada kerusakan komputer masih belum ada yang bisa membenahi. Kelengkapan sarana komputer sangat dibutuhkan sebagai pelengkap informasi yang ada di ruangan koleksi museum.

e. Membangun Citra Museum Sebagai Sumber Belajar

Berdasarkan pernyataan ibu MR terkait pelayanan untuk pengunjung, “Memandu pengunjung ke ruang diorama, ke *bastion* biar bisa melihat kota Yogyakarta dari atas. Teman-teman dari kurator melayani kajian-kajian tentang museum. Konsepvator juga

menjelaskan cara merawat koleksi museum". Diperoleh data mengenai pelayanan untuk pengunjung Museum Benteng Vredeburg DIY. Pelayanan yang diberikan diantaranya memandu pengunjung ke ruang diorama, ke *bastion* untuk melihat kota Yogyakarta dari atas. Kurator museum menjelaskan kajian-kajian tentang museum. Konsepvator juga menjelaskan cara merawat koleksi museum. Mengenai kendala pelayanan pengunjung Museum Benteng Vredeburg DIY menurut bapak RSD, "Kendala pelayanan terbatasnya jumlah pemandu, sementara ada 5 orang jika kekurangan humas siap membantu". Kendala tersebut lebih ke kekurangan pemandu museum. Pemandu saat ini ada lima orang itupun kadang kurang saat museum ramai kedatangan pengunjung saat tahun ajaran baru. Mengatasi masalah tersebut dua orang humas siap membantu sebagai pemandu museum.

Sasaran merupakan hal penting yang harus direncanakan humas untuk meningkatkan kunjungan museum. Pernyataan Ibu MR mengenai sasaran, "Pengunjung itu dari PAUD, TK, SD, SMP, SMA, Mahasiswa, umum, dewasa, orang tua, lansia dan wisatawan mancanegara. Pernah ada kelompok lansia dari solo. Ada juga pengunjung dari yayasan cacat mental". Menentukan sasaran tersebut, humas harus memiliki daya tarik sehingga pengunjung memiliki inisiatif untuk mengunjungi dan belajar mengenai sejarah museum. Deskripsi sasaran tersebut sebagai berikut:

### 1) Usia PAUD, TK, SD

Usia dini merupakan usia yang paling bagus dan harus ditanamkan dalam mempelajari sejarah mengenai Museum Benteng Vredeburg DIY, sehingga kelak apa yang dipelajari pada usia dini dapat diingat pada usia dewasa. Peran pemandu museum sangat dibutuhkan untuk memberikan pemahaman mengenai sejarah museum pada anak usia dini. Kebanyakan anak usia dini mudah jemu, sehingga pemandu harus bisa memberikan pelayanan yang baik agar pengunjung usia dini bisa belajar sekaligus bermain untuk menghindari kejemuhan tersebut.

### 2) Pelajar SMP dan SMA

Pelajar SMP dan SMA merupakan usia produktif, diharapkan mengunjungi museum untuk mempelajari sejarah. Humas museum juga mengadakan program museum masuk sekolah, program tersebut diadakan setiap tahun pada saat MOS (Masa Orientasi Siswa). Pelajar tersebut sangat antusias mengunjungi museum. Mendukung program tersebut dibutuhkan peran serta guru dari tiap-tiap sekolah yang ada di Yogyakarta.

### 3) Mahasiswa dan Peneliti

Museum Benteng Vredeburg DIY memberikan kesempatan pada mahasiswa dan peneliti untuk mempelajari segala sesuatu yang ada di museum. Pihak museum juga sangat terbantu

dengan adanya mahasiswa dan peneliti, karena analisis yang mereka buat memberikan manfaat yang positif untuk perkembangan Museum Benteng Vredeburg DIY.

#### 4) Masyarakat Umum

Masyarakat masih memandang sebelah mata arti dan peran museum. Selain itu minat masyarakat untuk mengunjungi museum masih rendah. Penyebab rendahnya minat masyarakat umum karena masih kurangnya sosialisasi yang dilakukan humas Museum Benteng Vredeburg DIY, sehingga masyarakat beranggapan bahwa museum hanyalah gedung tua yang tidak menarik untuk dikunjungi.

Evaluasi merupakan suatu proses pengukuran dari hasil yang telah dicapai yang dilakukan sadar dan sengaja, yang dilakukan dengan rancangan pesan, sumber serta pemilihan saluran yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Kegiatan menarik minat pengunjung layaknya divaluasi dalam waktu tertentu, untuk menilai apakah hasil yang didapatkan telah sesuai dengan apa yang direncanakan dan sesuai dengan tujuan menarik minat pengunjung. Selain itu menilai hasil kembali yang telah dicapai, evaluasi dilakukan untuk mendapatkan langkah tindak lanjut ke depan yang lebih baik dari sebelumnya. Berdasarkan pernyataan bapak RSD, “Ada rapat akhir bulan dan evaluasi setiap ada kegiatan”. Hasil dari evaluasi harus dipergunakan untuk meningkatkan kinerja program yang ada

atau menciptakan ide yang lebih kreatif dan inovatif. Proses evaluasi yang dilakukan Museum Benteng Vredeburg DIY diantaranya:

1) Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan merupakan evaluasi yang dilakukan langsung setelah kegiatan selesai. Evaluasi ini langsung dilakukan hari itu juga setelah kegiatan selesai dengan alasan untuk mempermudah dalam penyusunan laporan evaluasi tahunan. Evaluasi ini berisi mengenai proses pelaksanaan acara, apakah telah sesuai dengan perencanaan atau ada pelanggaran dalam hal tertentu. Bagaimana prosesnya, masalah apa yang muncul ketika kegiatan dilakukan dan apa kekurangannya baik dari Museum Benteng Vredeburg DIY maupun dari pengunjung.

2) Evaluasi Bulanan

Evaluasi bulanan dilakukan setiap akhir bulan. Evaluasi ini agendanya selain pertanggungjawaban, juga menyusun program kerja untuk kegiatan selanjutnya yang akan dilakukan. Penyusunan program kerja selanjutnya tidaklah harus program yang benar-benar baru dan berbeda dari kegiatan sebelumnya, tetapi bisa jadi merupakan kelanjutan dari program kerja berikutnya yang belum sempat terselesaikan dengan baik dan perlu disesuaikan dengan beberapa perbaikan bidang dibeberapa bidang.

Menyikapi hal tersebut, maka aktivitas *public relations* yang ditempuh oleh Museum Benteng Vredeburg DIY merupakan usaha untuk mengubah pengetahuan dari target sasaran akan wacana dan aktivitas menarik pengunjung. Penyediaan kotak saran untuk Museum Benteng Vredeburg DIY, kotak saran disediakan di pintu depan dekat dengan loket pintu masuk. Ada juga saran elektronik menggunakan komputer di ruang Diorama 3.

Berdasarkan pernyataan ibu MR terkait penilaian pegawai museum, “Kalau kita itu DP3 yang menilai Kepala Tata Usaha, staf tiap akhir tahun ada rapornya mengenai pekerjaan masing-masing. Kalau Kepala museum yang menilai pusat”. Mengenai penilaian pegawai Museum Benteng Vredeburg DIY, Bidang DP3 ada penilaian dari Kepala Tata Usaha sedangkan staf tiap akhir tahun ada rapor mengenai pekerjaan masing-masing. Kepala museum yang menilai langsung dari pusat. Setiap ada agenda kegiatan Kepala museum selalu memberikan pengarahan pada pegawai

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

### **1. Meningkatkan Kerjasama**

Museum Benteng Vredeburg DIY bekerjasama dengan beberapa organisasi baik itu instansi pemerintah, swasta dan komunitas. Museum benteng bekerjasama dengan Dinas Pendidikan, Dinas Pariwisata, Dinas Kebudayaan, Museum Negeri, Museum Provinsi, Komunitas FOKUS

(Forum Komunitas Museum) dengan anggota pengrajin, dan pengusaha *handycraft*, kelompok sepeda ontel, dan komunitas pejuang lainnya. Kerjasama ini sudah belangsung cukup lama dan baik, karena pihak museum selalu menerapkan pelayanan prima baik secara institusi dan secara individu sehingga kerjasama berjalan secara baik dan tanpa ada masalah.

Kerjasama berjalan dengan baik terutama kerjasama dengan pihak sekolah karena program museum dapat menarik pengunjung. Program museum yang diadakan salah satunya mengadakan lomba dengan sasaran utama siswa sekolah. Pihak sekolah pada saat MOS merekomendasikan siswanya untuk mengunjungi museum. Hal ini penting dilakukan karena museum sebagai salah satu tempat bersejarah dan menjadi sumber ilmu bagi siswa. Kerjasama museum dengan instans pendidikan berjalan dengan baik, karena Dinas Pendidikan menganjurkan siswa untuk mengunjungi museum. Kunjungan siswa ke museum meningkat ketika Masa Orientasi Siswa (MOS). Anjuran Dinas Pendidikan untuk mengunjungi museum karena sebagai salah satu sumber belajar sehingga keberadaan museum menjadi hal yang penting. Antusias pengunjung museum benteng cukup baik. Antusias pengunjung tidak berbanding terbalik dengan jumlah pengunjung yang tidak stabil setiap tahunnya. Berdasarkan hasil observasi terkait data jumlah pengunjung dalam keadaan fluktuatif atau tidak stabil. Salah satu penyebab hal ini karena kurang maksimalnya sosialisasi yang dilakukan oleh pihak museum.

Perencanaan adalah hal yang sangat esensial karena dalam kenyataanya perencanaan memegang peranan lebih signifikan bila dibanding dengan fungsi-fungsi manajemen yang lainnya, yaitu pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Fungsi-fungsi manajemen tersebut merupakan pelaksanaan dari hasil sebuah perencanaan. Semua organisasi sebelum memulai suatu kegiatan untuk menarik minat pengunjung, pasti melakukan analisis survei dan juga mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai segala hal yang sedang terjadi di lingkungannya. Tidak berbeda dengan yang dilakukan oleh humas Musem Benteng Vredeburg DIY untuk mengadakan suatu kegiatan baik itu sosialisasi, seminar, pameran dan lainnya. Sebelum mengadakan pencarian informasi terlebih dahulu untuk mendapatkan fakta-fakta atau fenomena yang ada di masyarakat.

Sosialisasi dilakukan secara berkala atau dilakukan setiap tahun sekali. Sosialisasi dilaksanakan di Kabupaten Sleman, Bantul, Kulonprogo, Gunung Kidul dan Kota Yogyakarta. Sosialisasi dilaksanakan diseluruh sekolah di DIY dengan program museum masuk sekolah. Sosialisasi yang dilakukan oleh museum benteng dilakukan secara berkala dan setiap tahun. Berdasarkan teori bahwa sosialisasi dilaksanakan secara berkala. Sosialisasi merupakan suatu hal yang harus dilakukan oleh organisasi, contohnya museum benteng malakukan sosialisasi untuk mengenalkan koleksi museum kepada publik. Museum benteng melakukan sosialisasi setiap tahun di 5 wilayah di Yogyakarta.

Anggaran biaya sosialisasi diperoleh dari Kemendikbud. Anggaran biaya diperoleh setiap tahun sekali sesuai dengan anggaran yang ditetapkan oleh Kemendikbud. Sumber dana sosialisasi diperoleh dari kementerian untuk membiayai kegiatan sosialisasi museum diantaranya:

a) Pameran

Museum Benteng Vredeburg DIY pada tahun anggaran 2013 bekerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Tengah menyelenggarakan pameran keliling atau temporer pada tanggal 15-19 April 2013 di Kota Magelang. Peserta pameran terdiri dari Museum-Museum UPT Pusat, Museum Ronggowarsito, Museum Kamar Pengadilan Pangeran Diponegoro Magelang, Monumen Pers Solo, Museum Sejarah DKI Jakarta, Museum Joang'45 Jakarta, Museum Taruna Abdul Djalil Magelang, BPNB Yogyakarta, Monumen Perjuangan Rakyat Bali dan Museum Lambung Mangkurat. Kegiatan ini dilaksanakan untuk mengoptimalkan penyebarluasan publikasi dan promosi museum kepada masyarakat. Harapannya dapat memberikan inspirasi kepada generasi muda dalam perannya meneruskan perjuangan di masa yang akan datang.

b) *Talkshow Televisi*

Upaya promosi dan publikasi kegiatan Museum Benteng Vredeburg DIY dilakukan melalui berbagai cara, salah satunya

melalui *talkshow* di RB TV. *Talkshow* ini dilaksanakan bertepatan dengan peringatan 105 tahun Kebangkitan Nasional.

c) Museum Perjuangan *Expo*

Museum Perjuangan *Expo* diselenggarakan dengan tujuan untuk meningkatkan wawasan tentang Museum Perjuangan dan sejarah perjuangan bangsa Indonesia. Museum Perjuangan *Expo* diselenggarakan dengan memberdayakan potensi masyarakat yang ada di sekitar museum. Potensi masyarakat yang terlibat diantaranya adalah pelajar, kelompok kesenian, lembaga swadaya masyarakat dan usaha mikro kecil menengah. Adapun kegiatan publik dilaksanakan antara lain lomba, *talkshow*, pentas seni pelajar dan masyarakat, musik, *stand up comedy*, kesenian tradisional dan sepeda sehat.

d) Seminar

Museum Benteng Vredeburg DIY menyelenggarakan kegiatan seminar dengan tema “Menggali Potensi Benteng Vredeburg sebagai Ikon Titik Nol Km” dalam rangka mendukung visi Yogyakarta sebagai pusat pendidikan, wisata dan budaya. Kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan citra museum sebagai ikon pariwisata Yogyakarta serta memadukan pengembangan fungsi, fasilitas dan infrastruktur museum sebagai kawasan titik nol.

e) Lomba *Marching/Drumb Band*

Museum Benteng Vredeburg DIY adalah museum khusus sejarah perjuangan bangsa yang berperan sebagai sarana untuk mengenang dan memperkenalkan perjuangan para pahlawan dalam mewujudkan Negara Kesatuan Republik Indonesia kepada generasi muda. Mewujudkan tugas pokok dan fungsinya museum menyelenggarakan lomba *Marching band/Drumb Band* tingkat SD se-DIY. Lomba tersebut diharapkan agar kegiatan tersebut dapat menumbuhkan sikap perjuangan dan kepahlawanan serta untuk meningkatkan apresiasi kesejarahan dan permuseuman melalui lagu-lagu perjuangan.

f) Museum *Goess To Campus*

Museum Benteng Vredeburg DIY bekerjasama dengan anggota BARAHMUS DIY dan Dinas Kebudayaan DIY menyelenggarakan festival museum. Pameran bersama tersebut merupakan salah satu sarana refleksi sejarah masa lalu bagi masyarakat untuk membangun masa depan.

g) Museum Masuk Sekolah

Generasi muda khususnya pelajar harus mengenal, memahami, menghayati dan mewarisi sejarah dan budaya. Museum Benteng Vredeburg DIY menyelenggarakan Museum Masuk Sekolah diisi dengan berbagai macam kegiatan diantaranya pameran museum, ceramah mengenai museum, dan lomba.

h) Travel Dialog

Museum Benteng Vredeburg DIY dalam meningkatkan publikasi museum menyelenggarakan kegiatan travel dialog antar kota. Tujuan yang akan dicapai adalah meningkatnya pemahaman publikasi tentang koleksi, fasilitas-fasilitas yang ada di museum, mengenal potensi sejarah, budaya, religi dan pendidikan di Yogyakarta. Peserta yang diundang dalam kegiatan travel dialog adalah sekolah-sekolah, media cetak, travel agen. Mereka diundang dengan maksud agar ikut serta mempublikasikan pariwisata Yogyakarta khususnya Museum Benteng Vredeburg DIY.

i) *Talkshow Radio*

Museum Benteng Vredeburg DIY menyelenggarakan kegiatan Vredeburg *Fair*, guna menginformasikan kegiatan tersebut kepada publik diselenggarakan *talkshow* radio. Museum senantiasa melakukan inovasi-inovasi dalam upaya menarik pengunjung. Vredeburg *Fair* merupakan salah satu kegiatan yang memacu dan memicu proses pembelajaran anak-anak sekolah melalui kreasi dan seni.

j) Kegiatan Sosialisasi dan Publikasi

Kegiatan sosialisasi dan publikasi dimaksudkan untuk mengkomunikasikan museum kepada masyarakat. Melalui kegiatan ini dimaksudkan museum dapat dikenal, dipahami dan

selanjutnya dicintai sehingga menjadi salah satu tempat yang harus dikunjungi oleh masyarakat. Berbagai kegiatan sosialisasi dan publikasi antara lain museum masuk sekolah, kemah budaya, *field study* (studi lapangan), *travel dialog* (promosi wisata) dan *talkshow* (melalui radio maupun televisi).

Pegawai humas merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan kegiatan sosialisasi di Museum Benteng Vredeburg DIY. Pegawai humas terdiri dari 2 pegawai dan satu orang Kurator. Kurator merupakan pegawai yang memiliki tugas merencakan konsep setiap kegiatan humas. Pegawai humas yang profesional berpengaruh terhadap keberhasilan tujuan organisasi. Menjadi seorang humas harus memiliki keterampilan berkomunikasi baik dengan media massa dan masyarakat umum. Sumber daya manusia khususnya tentang pengetahuan kehumasan yang dimiliki pegawai humas di Museum Benteng Vredeburg DIY masih terbatas. Hal ini karena pegawai yang bekerja di bagian humas memiliki latar belakang pendidikan bukan dari bidang kehumasan seperti komunikasi dan *public relations*. Salah satu penyebab belum optimalnya *public relations* adalah adanya keterbatasan kemampuan, pengetahuan, dan jumlah pegawai humas. Sebagian besar pegawai belum pernah mendapatkan pelatihan dan pendidikan tentang kehumasan, padahal latar belakang pendidikan pegawai humas tidak sesuai dengan bidang humas. Keterbatasan jumlah pegawai humas menjadi kekurangan dalam perencanaan dan sosialisasi.

Strategi merupakan metode atau cara untuk memastikan bahwa tujuan organisasi dapat berjalan sesuai dengan yang perencanaan. Strategi yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi yaitu melakukan kerjasama dengan dinas atau instansi terkait untuk memperkenalkan museum dan mengadakan pembelian bus untuk menjemput pengunjung yang berasal dari daerah terpencil. Kerjasama merupakan suatu keharusan untuk membangun relasi dengan masyarakat. Strategi yang digunakan museum benteng dalam bentuk kerjasama antar instansi/lembaga. Strategi bentuk ini menjadi salah satu hal yang digunakan untuk meningkatkan kunjungan wisata ke museum benteng. Kerjasama dengan sekolah-sekolah sampai saat ini masih dalam hitungan berhasil, setiap tahun museum selalu kedatangan pengunjung dari sekolah terutama saat MOS. Tetapi untuk sosialisasi dengan masyarakat umum tampaknya perlu ditingkatkan lagi, karena tingkat pemahaman masyarakat belum tentu sama dengan tujuan sosialisasi. Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah pengunjung dengan menggunakan layanan antar jemput menggunakan bus, akan tetapi rencana humas tersebut belum mendapatkan persetujuan dari Kementerian.

Sosialisasi merupakan kegiatan yang diperlukan dalam memperkenalkan museum kepada khalayak umum, dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi terdapat beberapa kendala. Kendala dalam kegiatan sosialisasi bukan menjadi kesulitan yang dihadapi oleh petugas humas.

Proses sosialisasi berjalan lancar dan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan organisasi.

Kerjasama museum dengan pihak eksternal menggunakan nota perjanjian atau *Memorandum of Understanding* (MOU). MOU adalah sebuah surat perjanjian yang berisi kesepakatan kejasama antar individu dan organisasi yang harus dijalankan oleh kedua belah pihak tanpa terkecuali. MOU dianggap penting karena digunakan sebagai standar dan acuan kerjasama antara kedua belah pihak. Museum Benteng Vredeburg DIY bekerjasama dengan komunitas wartawan yang cinta museum dan Dinas Perhubungan. Kerjasama yang dilakukan dengan wartawan adalah setiap selalu mengundang wartawan dalam setiap kegiatan atau *event* yang diadakan museum. Wartawan selalu menyebar luaskan liputan berita mengenai kegiatan museum, sehingga museum akan dapat mendapat tanggapan yang positif dari publik. Kerjasama dengan Dinas Perhubungan diantaranya adalah publikasi stiker yang ditempelkan di bus Trans Yogyakarta. Sementara ini hanya ada beberapa bus yang ada stiker tersebut. Humas masih mengusahakan untuk lebih banyak lagi mengenai publikasi stiker yang ada di bus Trans Yogyakarta.

Kerjasama dengan agen perjalanan wisata sementara ini belum ada. Ada sebagian agen perjalanan wisata yang menjadikan Museum Benteng Vredeburg DIY sebagai tujuan utama wisata mereka. Kerjasama dengan agen perjalanan wisata masih dalam tahap proses atau perencanaan. Kerjasama dengan agen wisata merupakan salah satu prioritas yang harus

diutamakan karena kerjasama dengan agen wisata dapat merekomendasikan dan membawa pengunjung baik dari luar kota dan luar daerah. Oleh karena itu, Museum Benteng Vredeburg DIY sebaiknya bekerjasama dengan agen wisata untuk meningkatkan kunjungan wisata ke museum benteng.

## 2. Mengoptimalkan Media Sosial

Media sangat dibutuhkan karena media dapat mempermudah dalam penyampaian pesan dan mengatasi hambatan-hambatan dalam berkomunikasi. Pengelompokan media sosial diantaranya, media cetak adalah segala bentuk barang yang dicetak digunakan sebagai sarana penyampaian pesan seperti surat kabar, brosur, leaflet, boklet, buletin, baliho dan lain sebagainya. Media visual adalah media yang bisa dilihat diantaranya film, lukisan, foto, pameran dan lainnya. Media audio merupakan mediayang bisa didengarkan seperti radio, telepon, tape recorder. Media audio visual ialah media komunikasi yang dapat dilihat sekaligus didengar contohnya televisi, film, dokumenter dan lainnya.

Media elektronik yang digunakan museum ada *website* yang dikelola langsung oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Situs *website* tersebut adalah [www.kebudayaan.kemdikbud.go.id](http://www.kebudayaan.kemdikbud.go.id), sedangkan dari pihak museum menggunakan sosial media *Facebook* untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang kegiatan yang ada di Museum Benteng Vredeburg DIY. *Website* dan sosial media seperti

facebook merupakan salah satu media informasi yang berisi informasi terkait museum. *Website* museum [www.kebudayaan.kemdikbud.go.id/museumbentengvredeburg/](http://www.kebudayaan.kemdikbud.go.id/museumbentengvredeburg/) benteng berisi berita, gambar, layanan permuseuman, pengumuman, kegiatan. Museum benteng memiliki akun facebook “Museum Benteng Vedebrug Yogyakarta” yang berisi informasi dokumentasi, kegiatan yang akan dilakukan oleh museum dan sebagai tempat *sharing* antara publik dengan pihak museum. Adanya *facebook*, *website* dan sosial media lainnya maka masyarakat mudah mengakses informasi terkait kebedaan museum dan aktifitas yang dilakukan oleh Museum Benteng Vredeburg DIY.

Media cetak yang digunakan humas Museum Benteng Vredeburg DIY untuk publikasi diantaranya buletin yang terbit setahun sekali, brosur dan leaflet yang terbit setaun dua kali, dan boklet yang terbit saat pameran tergantung tema saat pameran. Berbagai media cetak telah diusahakan humas untuk publikasi, namun sampai saat ini masih terdapat kekurangan mengenai publikasi tersebut. Saat kegiatan Vredeburg *Fair* banyak masukan dari pengunjung agar publikasi lebih ditingkatkan lagi, karena sepertinya belum tepat mengenai sasaran. Humas menerima dengan baik kritik dan saran tersebut agar kedepan lebih baik.

Sosialisasi media elektronik menggunakan televisi dan radio. Sosialisasi melalui televisi ada *talkshow* dengan intensitas penayangan enam kali untuk tahun 2013-2014. Sosialisasi melalui radio ada *talkshow* dengan intensitas penayangan sepuluh kali untuk tahun 2013-2014.

Mungkin untuk kedepan humas mengusahakan untuk memperbanyak intensitas penayangan sosialisasi melalui televisi dan radio. Penayangan sosialisasi melalui televisi dan radio hanya terdapat pada siaran lokal untuk daerah Yogyakarta.

### 3. Seminar dan Pameran Museum

Seminar adalah sebuah pertemuan khusus yang memiliki teknis dan akademis yang tujuannya untuk melakukan studi menyeluruh tentang suatu topik tertentu dengan pemecahan suatu permasalahan yang memerlukan interaksi di antara para peserta seminar yang dibantu oleh seorang guru besar ataupun cendikiawan. Seminar pada umumnya merupakan suatu bentuk instruksi akademis, baik di lembaga akademis atau ditawarkan oleh sebuah organisasi komersial atau profesional.

Pembahasan dalam seminar berpangkal pada makalah atau kertas kerja yang telah disusun sebelumnya oleh beberapa pembicara sesuai dengan pokok-pokok bahasan yang diminta oleh sesuatu panitia penyelenggara. Pokok bahasan yang telah ditentukan, akan dinahas oleh pembicara secara teoritis dan dibagi beberapa subpokok bila bahasan masalahnya terlalu luas. Disini terdapat pula moderator yang bertugas memandu jalannya acara dan mencatat pokok-pokok pembicaraan. Pada awal seminar, dapat dibuka dengan suatu pandangan umum oleh moderator sehingga tujuan seminar terarah. Peserta mendengarkan pokok pembicaraan yang disampaikan pembicara. Pembahasan dalam seminar

membutuhkan waktu yang lebih lama karena sifatnya yang ilmiah. Apabila pembicara tidak dapat mengendalikan diri maka waktu banyak dipergunakan untuk pembahasan yang kurang penting. Setelah pembicara memaparkan permasalahan dapat dibuka sesi tanya jawab yang dipandu oleh moderator. Setelah semua pertanyaan dari peserta seminar dapat terjawab oleh pembicara maka moderator menyimpulkan permasalahan tersebut dan menutup seminar dengan permasalahan yang berhasil dipecahkan.

Pameran adalah suatu kegiatan penyajian benda koleksi tinggalan budaya untuk dikomunikasikan sehingga dapat diapresiasi oleh masyarakat luas. Pameran Museum Benteng Vredeburg DIY menyajikan koleksi yang menggambarkan untaian tinggalan sejarah perjuangan, fase-fase kebudayaan yang ditampilkan dalam bentuk kelompok pada ruang pameran. Selain penyajian dalam bentuk pameran tetap Museum Benteng Vredeburg DIY menampilkan pula pameran dalam bentuk Pameran Khusus, yang dilaksanakan di dalam museum maupun di luar museum.

Seminar dan pameran yang diadakan oleh humas Museum Benteng Vredeburg DIY merupakan salah satu cara untuk menarik minat pengunjung untuk datang ke museum. Seminar dan pameran sudah diagendakan tiap tahun oleh humas. Museum Benteng Vredeburg DIY bekerjasama dengan anggota BARAHMUS DIY dan Dinas Kebudayaan DIY menyelenggarakan festival museum. Pameran bersama tersebut

merupakan salah satu sarana refleksi sejarah masa lalu bagi masyarakat untuk membangun masa depan.

#### 4. Memperbaiki Sarana Prasarana dan Fasilitas

Fasilitas adalah salah satu faktor yang mempengaruhi dalam menentukan keberhasilan aktivitas public relatian dimuseum benteng. Aktivitas *public relations* dibutuhkan adanya fasilitas yang memadai, dengan adanya fasilitas yang memadai kegiatan *public relations* dapat mencapai hasil yang maksimal. Jika fasilitas kurang memadai maka aktivitas *public relations* akan terganggu sehingga aktivitas *public relations* tidak dapat dilakukan secara optimal. Sarana prasarana dan fasilitas yang ada di museum sudah mencukupi untuk segi kenyamanan. Sementara ini ruangan-ruangan yang ada di Museum Benteng Vredeburg DIY sebagian dibenahi terutama ruangan kerja pegawai museum, perpustakaan dan toilet. Sarana prasarana dan fasilitas yang ada di museum sudah cukup lengkap dan nyaman.

Perawatan sarana prasarana dan fasilitas Museum Benteng Vredeburg DIY, khusus perawatan koleksi ada kuratif untuk perawatan benda rusak dan perawatan preventif dilakukan setiap hari senin oleh petugas konsepvator mencatat perubahan suhu. Perawatan gedung pegawai museum merupakan pekerjaan bidang tata usaha. Kendala kelengkapan sarana prasarana dan fasilitas Museum Benteng Vredeburg DIY. SDM menjadi kendala untuk perawatan IT, terutama jika ada

kerusakan komputer masih belum ada yang bisa membenahi. Karena pegawai pada bagian IT saat ini belum memadai. Kelengkapan sarana komputer sangat dibutuhkan sebagai pelengkap informasi yang ada di ruangan koleksi museum.

## 5. Membangun Citra Museum Sebagai Sumber Belajar

Pemandu museum adalah salah satu faktor yang menentukan keberhasilan aktivitas *public relations*. Kendala pelayanan pengunjung Museum Benteng Vredeburg DIY lebih ke kekurangan pemandu museum. Pemandu saat ini ada lima orang itu pun kadang kurang saat museum ramai kedatangan pengunjung saat tahun ajaran baru. Mengatasi masalah tersebut dua orang humas siap membantu sebagai pemandu museum. Pegawai humas dari segi kuantitas kurang mencukupi mengingat luasnya pekerjaan yang dikerjakan oleh humas. Jika jumlah pegawai humas mencukupi maka kegiatan perhumasan dapat berjalan dengan lancar, sedangkan apabila jumlahnya kurang maka kegiatan perhumasan dapat terganggu sehingga pihak museum perlu menambah pegawai humas untuk mengingkatkan pelayaan prima kepada pengunjung. Salah satu penyebab belum optimalnya aktivitas *public relations* di Museum Benteng Vredeburg DIY adanya keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan ketidakpahaman tentang tugas kehumasan dikarenakan sebagian pegawai belum mengikuti pelatihan dan pendidikan tentang tugas humas padahal latarbelakang pendidikan pegawai humas

tidak sesuai dengan bidang kerjanya yaitu kehumasan di Museum Benteng Vredeburg DIY. Oleh karena itu pihak museum perlu memberikan pelatihan terkait tugas seorang *public relations*.

Sasaran *public relations* diantaranya dari PAUD, TK, SD, SMP, SMA, Mahasiswa, peneliti, umum, dewasa, orang tua, lansia dan wisatawan mancanegara. Ada juga kelompok lanjut usia dari Solo dan pengunjung dari yayasan cacat mental. Usia PAUD, TK, dan SD merupakan usia yang bagus dan harus ditanamkan dalam mempelajari sejarah mengenai museum benteng. Usia tersebut merupakan awal dari penanaman jiwa cinta tanah air karena sejarah merupakan suatu pendidikan yang harus diberikan kepada anak-anak pada usia tersebut. Pendidikan sejarah diperlukan peran pemandu museum untuk memberikan pemahaman mengenai sejarah. Karena sasarannya anak kecil maka diperlukan seorang pemandu yang kreatif dan inovatif agar anak-anak tidak merasa jemu dalam menjelaskan sejarah museum.

Sasaran kedua yaitu Pelajar SMP dan SMA merupakan siswa berusia antara 10-17 tahun atau masuk pada usia produktif diharapkan dapat mengunjungi museum untuk mempelajari sejarah dan benda-benda museum. Peran museum dalam memperoleh pelajar diperlukan suatu program humas yang sasaran utamanya siswa SMP dan SMA yaitu program museum masuk sekolah. Program museum masuk sekolah merupakan merupakan program rutin yang diadakan oleh pihak museum setiap satu tahun sekali pada saat masa orientasi sekolah (MOS). Oleh

karena itu pihak museum memerlukan bantuan dari beberapa guru dari tiap-tiap sekolah yang ada di Yogyakarta untuk mewujudkan hal tersebut. Adanya kerjasama antar kedua belah pihak tersebut maka program museum masuk sekolah dapat berjalan dengan lancar.

Sasaran ketiga yaitu mahasiswa dan peneliti merupakan subyek dari museum benteng karena mahasiswa dan peneliti dianggap dapat meningkatkan nilai dari sejarah museum dimana penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa dapat bermanfaat bagi museum. Mahasiswa mempunyai peran penting dapat meningkatkan tri darma perguruan tinggi dimana melakukan penelitian yang dapat bermanfaat bagi masyarakat umum. Masyarakat umum merupakan sasaran yang perlu diperhatikan oleh pihak museum karena mereka menganggap bahwa keberadaan museum kurang berkontribusi langsung terhadap kehidupan bermasyarakat. Anggapan tersebut perlu diubah dengan memberikan pengetahuan dengan cara sosialisasi dan pendekatan *personal (personal approach)*. Pendekatan *personal* menekankan pada intensitas komunikasi yang terjalin antara pihak museum dengan publik. Komunikasi yang dibangun diharapkan dapat mengubah pola pikir (*mainset*) publik eksternal.

Pelayanan yang diberikan diantaranya memandu pengunjung ke ruang diorama, ke *bastion* (gardu pandang) untuk melihat kota Yogyakarta dari atas. Kurator museum menjelaskan kajian-kajian tentang museum. Konsepvator juga menjelaskan cara merawat koleksi museum.

pelayanan prima diterapkan oleh museum benteng untuk melayani pengunjung yang datang ke museum. Pelayanan prima diterapkan museum diantaranya memandu pengunjung yang mengunjungi ruang diorama, mengantar ke *bastion* untuk melihat pemandangan kota yogyakarta dan menjelaskan kajian-kajian tentang museum serta menjelaskan cara merawat koleksi museum.

Evaluasi yang merupakan suatu hal yang harus dilakukan oleh suatu organisasi. Evaluasi menuntut adanya suatu tolak ukur atau standar kegiatan humas di museum. Mengetahui keberhasilan aktivitas humas diperlukan suatu penilaian yang dilakukan oleh internal maupun eksternal. Penilaian internal dilakukan oleh pegawai museum, sedangkan penilaian eksternal terdiri dari pengunjung, masyarakat umum dan instansi terkait. Kegiatan evaluasi dipandang penting karena memberikan masukan untuk memperbaiki pelayanan. Sehingga pelayanan tersebut dapat berjalan secara optimal dan dapat memuaskan pengunjung. Evaluasi tersebut dilakukan pihak museum secara rutin tiap akhir bulan diadakan rapat untuk setiap seksi agar melaporkan hasil pekerjaan, apa saja kendalanya dan bagaimana program kedepannya.

Keberadaan kotak saran sangat penting untuk memperbaiki kinerja pegawai museum. Adanya kotak saran memungkinkan pengunjung mememberikan masukan terhadap kinerja humas museum benteng. Kesadaran museum terhadap adanya kotak saran sangatlah tinggi, dibuktikan dengan keberadaan kotak saran dekat dengan pintu masuk dan

mudah dijangkau oleh pengunjung. Kotak saran secara elektronik juga disediakan oleh museum benteng di ruang diorama untuk mempermudah memberikan saran terkait pelayanan.

Penilaian merupakan instrumen evaluasi yang penting untuk mengingkatkan kualitas pelayanan di museum benteng. Penilaian tersebut melibatkan beberapa orang yang berwenang. Bidang Daftar Penilaian, Pelaksanaan Pekerjaan (DP3) ada penilaian dari Kepala Tata Usaha, sedangkan staf tiap akhir tahun ada rapor mengenai pekerjaan masing-masing. Kepala museum yang menilai langsung dari pusat. Penilaian yang dilakukan oleh pihak museum dengan melibatkan beberapa orang untuk menilai kinerja humas yaitu DP3, Kepala TU, dan Kepala Museum. Pengarahan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh pimpinan museum untuk memberikan masukan serta arahan terkait pelayanan yang harus diberikan oleh pengunjung. Kepala museum selalu memberikan pengarahan pegawai, terutama saat ada agenda kegiatan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang telah dikumpulkan maka dapat disimpulkan bahwa aktivitas *public relations* di Museum Benteng Vredeburg DIY untuk meningkatkan daya tarik wisata pendidikan dan budaya diantaranya:

1. Kerjasama dan kemitraan sudah dilakukan oleh humas, hal ini terlihat dari antusias kerjasama komunitas dan instansi dengan Museum Benteng Vredeburg DIY. Tetapi kerjasama dengan agen perjalanan belum dilakukan oleh Museum Benteng Vredeburg DIY.
2. Media sosial yang digunakan oleh Museum Benteng Vredeburg DIY untuk kegiatan sosialisasi yaitu menggunakan media cetak, media elektronik, seminar, pameran, serta mengundang *pers* untuk meliput kegiatan museum.
3. Seminar dan pameran yang diagendakan oleh humas museum sudah berjalan setiap tahun.
4. Fasilitas museum dan sarana prasarana kehumasan perlu perbaikan. Hal ini terlihat dari publikasi salah satunya spanduk masih kurang dan kendala komputer yang sering rusak.
5. Sasaran *publik relations* terdiri dari PAUD, TK, SD, SMP, SMA, Mahasiswa, umum, dan wisatawan mancanegara. Kendala yang sering

dihadapi yaitu kekurangan pemandu saat ramai pengunjung, sehingga humas ikut memandu pengunjung yang datang.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Pegawai humas diberikan pelatihan atau bimbingan teknis terkait kehumasan.
2. Museum Benteng Vredeburg DIY perlu menjalin kerjasama dengan agen perjalanan baik dari DIY maupun luar daerah.
3. Museum Benteng Vredeburg DIY perlu memperbanyak publikasi berbentuk spanduk.
4. Museum Benteng Vredeburg DIY perlu menambah pemandu terlebih pada saat ramai pengunjung.
5. Museum Benteng Vredeburg DIY perlu menambah pegawai khususnya teknisi komputer untuk memperbaiki komputer yang sering rusak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir Sutaarga. (2000). *Museum dan Pelayanan Kepada Masyarakat*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. (2002). *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: J&J Learning.
- Farida Robithoh Widyastuti. (2013). “Strategi Promosi Wisata pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Temanggung”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi UNY.
- F. Rachmadi. (1996). *Public Relations dalam Teori dan Praktek Aplikasi dalam Badang Usaha Swasta dan Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Gamal Suwantoro. (1997). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Hari Karyono. (1997). *Kepariwisataan*. Jakarta: Grasindo.
- Haris Munandar. (2002). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Indria Desy Rachmawati. (2005). “Strategi Public Relations Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gunung Kidul”. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial UNY.
- Keith Butterick. (Alih bahasa: Nurul Hasfi). (2012). *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Kesrul. (2003). *Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Wisata*. Jakarta: Garasindo.
- M. A. Desky. (1991). *Manajemen Perjalanan Wisata*. Yogyakarta: Adicipta Karya Nusa.
- Oka A. Yoeti. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Onong Uchjana Effendy. (1992). *Hubungan Masyarakat Suatu Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Onong Uchjana Effendy. (2002). *Humas Suatu Studi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 1995 tentang Pemeliharaan dan Pemanfaatan Benda Cagar Budaya di Museum.

- Rachmat Kriyantono. (2008). *PR: Media Public Relations Membangun Citra Korporat*. Jakarta: Kencana.
- Ramlan Surbakti. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo.
- Rosady Ruslan. (2001). *Manajemen Humas & Manajemen Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rosady Ruslan. (2012). Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta: Raja Garfindo Persada.
- Rosady Ruslan. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Salah Wahab. (2003). *Manajemen Kepariwisataan*. Jakarta: Pradnya Paranita.
- Silih Agung Wasesa. (2005). *Strategi Public Relations*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yunus Arbi. (1992). *Museum Dewasa ini, Sebuah Fenomena*. Jakarta: Museografia.

L

A

M

P

I

R

A

N

**PEDOMAN OBSERVASI**  
**AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS UNTUK MENINGKATKAN**  
**DAYA TARIK WISATA, PENDIDIKAN DAN BUDAYA**  
**DI MUSEUM BENTENG VREDEBURG DINAS KEBUDAYAAN**  
**DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (DIY)**

Petunjuk penggunaan lembar observasi  
 Berilah tanda *cek list* (✓) pada kolom Ya dan Tidak

No	Objek yang diamati	Ya	Tidak
A.	Perencanaan dan Proses Sosialisasi		
1.	Sosialisasi dilakukan secara berkala		
2.	Ada anggaran untuk sosialisasi		
3.	Jumlah petugas humas mencukupi secara kuantitas		
4.	Strategi yang digunakan apa saja		
5.	Adakah permasalahan yang dihadapi saat ini		
B.	Kerjasama dengan Kemitraan		
1.	Ada daftar kerjasama dengan instansi terkait		
2.	Pernah melakukan kerjasama		
3.	Menjalin kerjasama dengan dunia pendidikan		
4.	Adakah MOU dalam kerjasama		
5.	Menjalin kerjasama dengan komunitas tertentu		
C.	Media Sosialisasi		
1.	Ada <i>website</i> museum		
2.	Adakah brosur, <i>leaflet, booklet</i> dan lain sebagainya		
3.	Apakah menggunakan televisi dan radio		
4.	Apakah melakukan seminar dan pameran		
5.	Menerbitkan buletin		
6.	Mengundang <i>pers</i> untuk meliput setiap acara yang diadakan museum		
D.	Sarana Prasarana dan Fasilitas Museum		
1.	Adakah ruang khusus humas		
2.	Adakah perangkat komputer untuk kerja humas		
3.	Adakah meja dan kursi kerja untuk pegawai humas		
4.	Adakah area parkir pengunjung		
5.	Adakah toilet		
6.	Adakah tempat ibadah		

7.	Adakah papan informasi		
8.	Adakah taman		
9.	Adakah pendingin ruangan		
10.	Adakah kantin dan tempat istirahat		
11.	Kebersihan museum selalu terjamin setiap hari		
12.	Adakah lampu penerangan disetiap ruangan		
13.	Adakah cukup ventilasi dan jendela		
14.	Adakah perpustakaan		
15.	Adakah tempat sampah		
16.	Adakah area <i>Hotspot</i>		
<hr/>			
E.	<i>Sasaran Public Relations</i>		
1.	Instansi pendidikan atau sekolah		
2.	Instansi pemerintah		
3.	Komunitas		
4.	Masyarakat umum		
5.	Peneliti		
6.	Wisatawan mancanegara		
<hr/>			
F.	Evaluasi Program		
1.	Terdapat penilaian evaluasi		
2.	Terdapat kotak saran		
3.	Terdapat isian penilaian pengunjung terhadap museum		
4.	Kepala museum memberikan pengarahan bagi pengelola museum		
5.	Sebagai tempat penelitian		
6.	Evaluasi strategi-strategi yang digunakan sebelumnya		

## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **A. Perencanaan dan Proses Sosialisasi**

1. Apakah sosialisasi dilakukan secara berkala ?
2. Adakah anggaran untuk itu ?
3. Ada berapa jumlah petugas humas ? apakah mencukupi ?
4. Strategi apa yang digunakan untuk proses sosialisasi tersebut ?
5. Apasaja kesulitan yang dihadapi dalam proses sosialisasi tersebut ?

### **B. Kerjasama dan Kemitraan**

1. Siapa saja yang bekerjasama dengan Museum Benteng Vredeburg ?
2. Bagaimana kerjasama yang terjalin adakah kendala ?
3. Apakah kerjasama dengan dunia pendidikan berjalan dengan baik ?
4. Seberapa besar antusias pengunjung (pendidikan) museum?
5. Terkait kerjasama tersebut apakah ada MOU (Memorandum Of Understanding) ?
6. Apakah Museum Benteng Vredeburg bekerjasama dengan komunitas dan EO (misal agen perjalanan wisata) ?

### **C. Media Sosial**

1. Apakah humas museum menggunakan *website* ? apakah berjalan dengan baik ?
2. Apakah museum menggunakan brosur, leaflet, boklet, buletin dan sebagainya sebagai media sosialisasi ? berapa kali terbit ?
3. Apakah selama ini sosialisasi dilakukan lewat televisi dan radio ? berapa kali intensitas penayangannya?
4. Apakah museum mengadakan seminar dan pameran museum?
5. Apakah mengundang *pers* untuk meliput setiap kegiatan museum ?

**D. Sarana Prasarana dan Fasilitas**

1. Apakah museum sudah mencukupi dalam hal sarana prasarana dan fasilitas ?
2. Berapa waktu sekali perawatan sarana prasarana dan fasilitas tersebut ?
3. Adakah kendala terkait kelengkapan sarana prasarana dan fasilitas ?

**E. Sasaran *Public Relations***

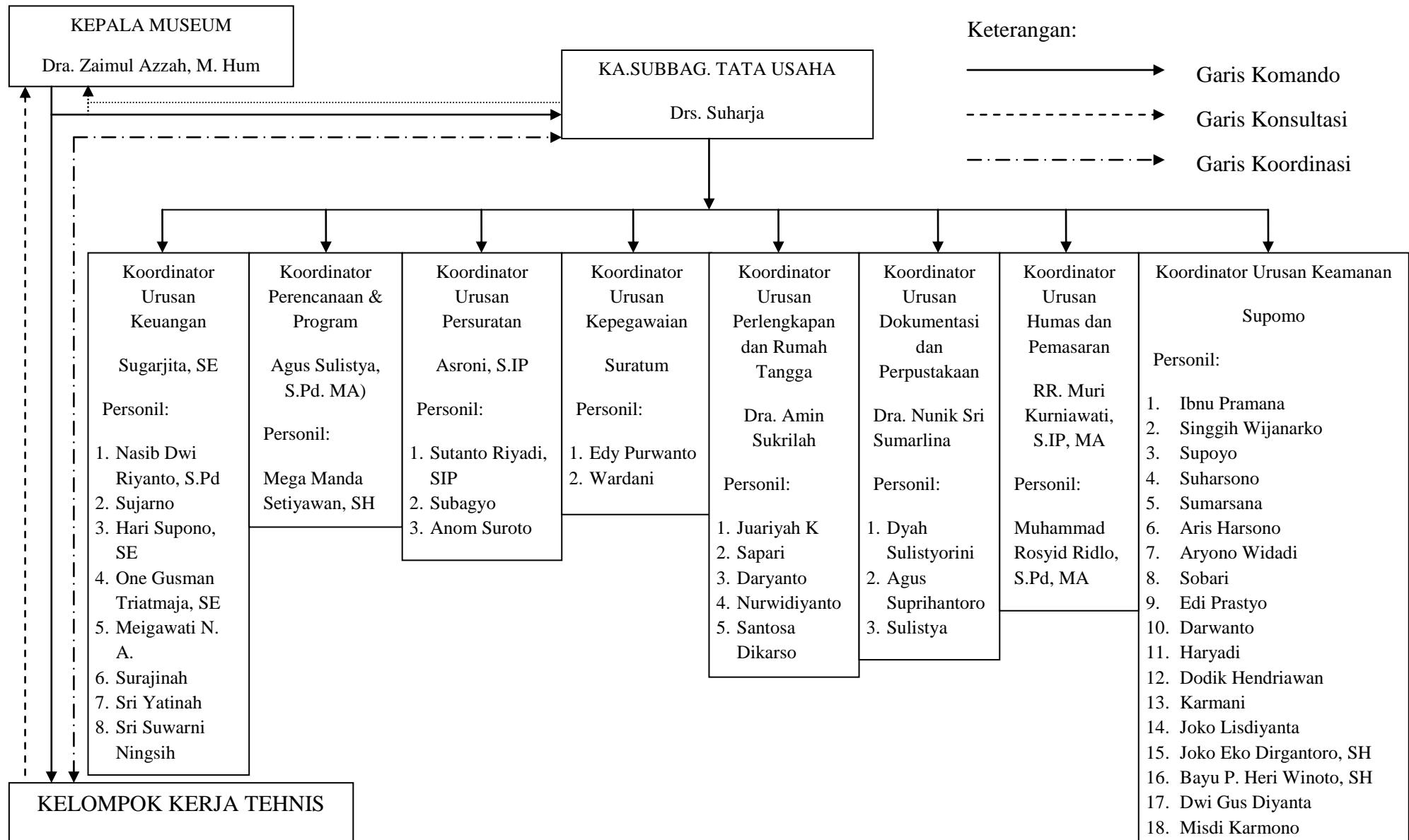
1. Siapa saja pengunjung museum?
2. Apasaja pelayanan yang diberikan kepada pengunjung ?
3. Adakah kendala dengan pengunjung terkait pelayanan pengunjung ?

**F. Evaluasi Program**

1. Apakah setiap program yang dilakukan humas dievaluasi untuk mengetahui efektif atau tidak?
2. Apakah museum menyediakan kotak saran sebagai masukan untuk memperbaiki pelayanan ?
3. Apakah museum membuat penilaian terhadap pengelola museum?
4. Apakah kepala museum selalu memberikan pengarahan untuk pengelola museum ?

## BAGAN STRUKTUR ORGANISASI DAN TATA KERJA MUSEUM BENTENG VREDEBURG

### DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA



Pertanyaan ini ditujukan untuk informan kunci Ibu MR sebagai Koordinator Humas Museum Benteng Vredeburg DIY.

A. Perencanaan dan Proses Sosialisasi

1. Apakah sosialisasi dilakukan secara berkala ?

Jawaban :

iya sosialisasi dilakukan setiap tahun ke kabupaten-kabupaten tergantung keputusan pusat, setahun pernah 4 kabupaten 1 kota. Sosialisasi dunia pendidikan setiap tahun mengadakan museum masuk sekolah sasaran siswa SMP. Perencanaan ikut keputusan kementerian.

2. Adakah anggaran untuk itu ?

Jawaban:

anggaran kita dari kementerian. Usul anggaran tahun 2013 digunakan untuk tahun 2014

3. Ada berapa jumlah petugas humas ?

Jawaban:

ada 2 petugas humas

Apakah mencukupi ?

jawaban:

sangat kondisional, untuk sementara kegiatan dibentuk kerja tim tidak per seksi

4. Strategi apa yang digunakan untuk proses sosialisasi tersebut ?

Jawaban:

Kita datang ke cabang dinas melakukan kerjasama dengan dinas dengan maksud pengenalan museum. Sasaran daerah-daerah terpencil. Rencana membeli bus untuk menjemput anak-anak daerah terpencil yang ingin berkunjung ke museum, tapi belum mendapat persetujuan dari pusat.

5. Apasaja kesulitan yang dihadapi dalam proses sosialisasi tersebut ?

Jawaban:

Secara teknis sudah terbiasa dengan kegiatan tersebut hampir tidak ada masalah. Tergantung dari tingkat pemahaman masyarakat.

## B. Kerjasama dan Kemitraan

1. Siapa saja yang bekerjasama dengan Museum Benteng Vredeburg ?

Jawaban:

Ada instansi pemerintah maupun swasta, ada juga dari komunitas, Dinas pendidikan, Dinas pariwisata, Dinas kebudayaan, museum negeri, museum propinsi, komunitas FOKUS (Forum Komunitas Museum) dengan anggota pengrajin dan pengusaha handycraft, kelompok sepeda ontel dan komunitas pejuang-pejuang.

2. Bagaimana kerjasama yang terjalin adakah kendala ?

Jawaban:

Kerjasama bisa berjalan dengan baik. Setiap ada program mereka antusiasnya baik.

3. Apakah kerjasama dengan dunia pendidikan berjalan dengan baik ?

Jawaban:

Sangat baik. Karena dari dinas ada anjuran wajib kunjung museum. Setiap MOS selalu ada yg datang.

4. Seberapa besar antusias pengunjung (pendidikan) museum?

Jawaban:

Antusias mereka sangat baik, saat tahun ajaran baru selalu banyak yang datang berkunjung.

5. Terkait kerjasama tersebut apakah ada MOU (Memorandum Of Understanding) ?

Jawaban:

MOU pernah dengan wartawan, dengan komunitas wartawan yang cinta museum, dengan Dinas Perhubungan melakukan branding bus Trans Jogja

6. Apakah Museum Benteng Vredeburg bekerjasama dengan komunitas dan EO (misal agen perjalanan wisata) ?

Jawaban:

Agen perjalanan wisata sementara belum. Karena sudah dikoordinir oleh Dinas Pariwisata DIY dan ada travel dialog ke luar daerah.

### C. Media Sosial

1. Apakah humas museum menggunakan *website* ? apakah berjalan dengan baik ?

Jawaban:

Website ada langsung dari kementerian, ada juga facebook museum dan semua berjalan dengan baik.

2. Apakah museum menggunakan brosur, leaflet, boklet, buletin dan sebagainya sebagai media sosialisasi ? berapa kali terbit ?

Jawaban:

Iya ada buletin terbit setahun sekali, brosur liflet setahun dua kali, boklet terbit saat pameran tergantung tema pameran.

3. Apakah selama ini sosialisasi dilakukan lewat televisi dan radio ? berapa kali intensitas penayangannya?

Jawaban:

Sosialisasi lewat televisi kita ada talkshow tahun ini enam kali dan sosialisasi radio tahun ini sepuluh kali.

4. Apakah museum mengadakan seminar dan pameran museum?

Jawaban:

Seminar tahun ini dua kali, ada pameran di kabupaten, ada pameran di jawa tengah dengan museum-museum sejarah perjuangan. Pernah juga mengadakan pameran kerjasama dengan Baramus (Badan Musyawarah Musia DIY)

5. Apakah mengundang *pers* untuk meliput setiap kegiatan museum?

Jawaban:

Iya pasti mengundang, kita punya komunitas wartawan dari Kedaulatan Rakyat, Bernas, Republika dan Tribun

#### D. Sarana Prasarana dan Fasilitas

1. Apakah museum sudah mencukupi dalam hal sarana prasarana dan fasilitas?

Jawaban:

Untuk hal itu lebih ke pengunjung yang merasakan kekurangan atau kelebihan. Kalau dari pihak museum pernah menyebar kuisioner untuk pengunjung tentang kekurangan museum. Kemaren dari hasil masukan pameran vredeburg fair bulan juni, pengunjung pengen publikasi lebih ditingkatkan lagi dan lebih banyak spanduk-spanduk.

2. Berapa waktu sekali perawatan sarana prasarana dan fasilitas tersebut?

Jawaban:

Khusus perawatan koleksi ada kuratif untuk perawatan benda rusak dan perawatan preventif dilakukan setiap senin oleh petugas konsepvator, setiap hari mencatat perubahan suhu. Untuk perawatan gedung pegawai museum merupakan pekerjaan TU.

3. Adakah kendala terkait kelengkapan sarana prasarana dan fasilitas?

Jawaban:

Kendala disini lebih ke kendala IT, komputer sensitif kadang baru beli udah eror.

#### E. Sasaran *Public Relations*

1. Siapa saja pengunjung museum?

Jawaban:

Pengunjung itu dari PAUD, TK, SD, SMP, SMA, Mahasiswa, umum, dewasa, orang tua, lansia dan wisatawan mancanegara. Pernah ada kelompok lansia dari solo. Ada juga pengunjung dari yayasan cacat mental.

2. Apasaja pelayanan yang diberikan kepada pengunjung?

Jawaban:

Memandu pengunjung ke ruang diorama, ke bastion biar bisa melihat joigja dari atas. Temen-temen dari kurator melayani kajian-kajian tentang

museum. Konsepvator juga pernah menjelaskan cara merawat koleksi museum

3. Adakah kendala dengan pengunjung terkait pelayanan pengunjung ?

Jawaban:

Kalau pas penuh kasian, kadang belum sempat dipandu sudah datang lagi rombongan yang lain. Ada 7 pemandu yang bergabung dengan humas.

#### F. Evaluasi Program

1. Apakah setiap program yang dilakukan humas dievaluasi untuk mengetahui efektif atau tidak?

Jawaban:

Iya, ada rapat setiap akhir bulan untuk setiap seksi melaporkan pekerjaannya mengenai hasinya, kendalanya dan kedepannya.

2. Apakah museum menyediakan kotak saran sebagai masukan untuk memperbaiki pelayanan ?

Jawaban:

Ada kotak saran di loket depan. Ada juga saran elektroni menggunakan komputer di ruang Diorama 3.

3. Apakah museum membuat penilaian terhadap pengelola museum?

Jawaban:

Kalau kita itu DP3 yang menilai KTU, staf tiap akhir tahun ada rapotnya mengenai pekerjaan masing-masing. Kalau Kepala museum yang menilai pusat.

4. Apakah kepala museum selalu memberikan pengarahan untuk pengelola museum ?

Jawaban:

Iya setiap kegiatan selalu ada susunan panitia, kepala museum selalu memberikan pengarahan.

Pertanyaan ini ditujukan untuk informan pendukung Bapak HRS sebagai Kurator Museum Benteng Vredeburg DIY

**A. Perencanaan dan Proses Sosialisasi**

1. Apakah sosialisasi dilakukan secara berkala?

Jawaban:

Iya sosialisasi dilakukan secara berkala

2. Adakah anggaran untuk itu ?

Jawaban:

Ada sesuai perencanaan dan persetujuan Kementerian

3. Ada berapa jumlah petugas humas ? apakah mencukupi ?

Jawaban:

Ada 2 petugas humas, sementara ini mencukupi

4. Strategi apa yang digunakan untuk proses sosialisasi tersebut ?

Jawaban:

Memanfaatkan media radio, elektronik, cetak, baliho, ada branding bus jogja, travel dialog, museum masuk sekolah, pameran.

5. Apasaja kesulitan yang dihadapi dalam proses sosialisasi tersebut ?

Jawaban:

Sebagian besar berjalan lancar, dan tergantung antusias masyarakat memahami sosialisasi.

**B. Kerjasama dan Kemitraan**

1. Siapa saja yang bekerjasama dengan Museum Benteng Vredeburg ?

Jawaban:

Tentu saja dengan radio dan televisi terutama radio sonora Fm, JogjaTV, TVRI.

2. Bagaimana kerjasama yang terjalin adakah kendala ?

Jawaban:

Tidak ada kendala dalam kerjasama

3. Apakah kerjasama dengan dunia pendidikan berjalan dengan baik ?

Jawaban:

Iya jelas, karena sering mengadakan lomba dan sasarannya siswa sekolah. Kerjasama berjalan dengan baik terutama saat MOS selalu ada kunjungan dari siswa sekolah

4. Seberapa besar antusias pengunjung (pendidikan) museum?

Jawaban:

Cukup baik dari dinas ada upaya agar mengunjungi museum.

5. Terkait kerjasama tersebut apakah ada MOU (Memorandum Of Understanding) ?

Jawaban:

Kalau dengan Dinas sepertinya ada, kalau dengan radio bisa ditanyakan dengan bu muri.

6. Apakah Museum Benteng Vredeburg bekerjasama dengan komunitas dan EO (misal agen perjalanan wisata) ?

Jawaban:

Kalau kerjasama dengan agen perjalanan wisata belum ada. Tapi banyak biro wisata menjadikan museum sebagai objek wisata yang sering dikunjungi. Kalau dengan komunitas ada.

### C. Media Sosial

1. Apakah humas museum menggunakan *website* ? apakah berjalan dengan baik ?

Jawaban:

Website ada dan berjalan dengan baik.

2. Apakah museum menggunakan brosur, leaflet, boklet, buletin dan sebagainya sebagai media sosialisasi ? berapa kali terbit ?

Jawaban:

Iya semua media publikasi kita punya. Tapi untuk terbitnya masih terbatas kadang setahun dua kali.

3. Apakah selama ini sosialisasi dilakukan lewat televisi dan radio ? berapa kali intensitas penayangannya?

Jawaban:

Iya kita melakukan sosialisasi lewat televisi (JogjaTv dan TVRI) dan radio (Solora FM). Untuk talkshow di televisi enam kali tayang, untuk radio 10 kali.

4. Apakah museum mengadakan seminar dan pameran museum?

Jawaban:

Seminar dan pameran ada dan selalu mengadakan

5. Apakah mengundang *pers* untuk meliput setiap kegiatan museum ?

Jawaban:

Setiap acara selalu mengundang pers bahkan mereka sangat berantusias meliput kegiatan museum

#### D. Sarana Prasarana dan Fasilitas

1. Apakah museum sudah mencukupi dalam hal sarana prasarana dan fasilitas ?

Jawaban:

Kalau fasilitas tujuan menarik pengunjung ya itu, kita menjual suasana dan fasilitas.

2. Berapa waktu sekali perawatan sarana prasarana dan fasilitas tersebut ?

Jawaban:

Perawatan dilakukan secara rutin terutama pengecekan penerangan pendingin ruangan dan kebersihan ruangan.

3. Adakah kendala terkait kelengkapan sarana prasarana dan fasilitas ?

Jawaban:

Kendala di perawatan IT, ada beberapa yang rusak karena SDM belum begitu familiar dan masih kurang SDM

**E. Sasaran *Public Relations***

1. Siapa saja pengunjung museum?

Jawaban:

Beragam diantaranya pelajar, mahasiswa, peneliti, umum, wisman

2. Apasaja pelayanan yang diberikan kepada pengunjung ?

Jawaban:

Pengunjung museum diberlakukan sebagai konsumen jasa karena menikmati objek wisata, kita berikan informasi sejarah yang benar. ada toilet mushola. Tapi toilet beberapa ada perbaikan.

3. Adakah kendala dengan pengunjung terkait pelayanan pengunjung ?

Jawaban:

Untuk kendala pelayanan terkait pemandu sementara masih ada 5orang pemandu. Jika kekurangan pemandu, humas kadang juga ikut memandu

**F. Evaluasi Program**

1. Apakah setiap program yang dilakukan humas dievaluasi untuk mengetahui efektif atau tidak?

Jawaban:

Minimal ada satu kali evaluasi tiap akhir taun

2. Apakah museum menyediakan kotak saran sebagai masukan untuk memperbaiki pelayanan ?

Jawaban:

Iya ada kotak saran di loket depan pintu masuk

3. Apakah museum membuat penilaian terhadap pengelola museum?

Jawaban:

Ada penilaian pada saat pameran dalam bentuk kuisioner

4. Apakah kepala museum selalu memberikan pengarahan untuk pengelola museum ?

Jawaban:

Iya Kepala museum selalu memberikan arahan.

Pertanyaan ini ditujukan untuk informan pendukung Bapak RSD sebagai personil Koordinator Humas Museum Benteng Vredeburg DIY.

**A. Perencanaan dan Proses Sosialisasi**

1. Apakah sosialisasi dilakukan secara berkala ?

Jawaban:

Sosialisasi dilakukan setiap tahun mengadakan program museum masuk sekolah.

2. Adakah anggaran untuk itu ?

Jawaban:

Anggaran Sosialisasi diperolah dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI.

3. Ada berapa jumlah petugas humas ? apakah mencukupi ?

Jawaban:

Petugas Humas ada 2

4. Strategi apa yang digunakan untuk proses sosialisasi tersebut ?

Jawaban:

Bekerjasama dan mengadakan pembelian bus untuk menjemput anak-anak yang berasal dari daerah terpencil.

5. Apasaja kesulitan yang dihadapi dalam proses sosialisasi tersebut ?

Jawaban:

Tidak ada kesulitan

**B. Kerjasama dan Kemitraan**

1. Siapa saja yang bekerjasama dengan Museum Benteng Vredeburg ?

Jawaban:

Kendala tergantung dari pemahaman masyarakat tentang museum

2. Bagaimana kerjasama yang terjalin adakah kendala ?

Jawaban:

Setiap kerjasama berjalan dengan baik dengan antusias yang baik juga

3. Apakah kerjasama dengan dunia pendidikan berjalan dengan baik ?

Jawaban:

Kerjasama berjalan dengan baik terutama saat MOS selalu ada kunjungan dari siswa sekolah

4. Seberapa besar antusias pengunjung (pendidikan) museum?

Jawaban:

Antusias cukup baik, karena dari Dinas menganjurkan untuk mengunjungi museum

5. Terkait kerjasama tersebut apakah ada MOU (Memorandum Of Understanding) ?

Jawaban:

Kerjasama dengan menggunakan MOU saat ini dengan Dinas Perhubungan melakukan *branding* bus Trans Jogja.

6. Apakah Museum Benteng Vredeburg bekerjasama dengan komunitas dan EO (misal agen perjalanan wisata) ?

Jawaban:

Untuk kerjasama dengan agen perjalanan wisata sementara belum ada

### C. Media Sosial

1. Apakah humas museum menggunakan *website* ? apakah berjalan dengan baik ?

Jawaban:

Website ada dan langsung dari Kementerian pusat, dari museum sendiri menggunakan sosial media *facebook* dan berjalan dengan baik.

2. Apakah museum menggunakan brosur, leaflet, boklet, buletin dan sebagainya sebagai media sosialisasi ? berapa kali terbit ?

Jawaban:

Media publikasi ada buletin, brosur, leaflet dan boklet. Untuk terbitnya masih terbatas.

3. Apakah selama ini sosialisasi dilakukan lewat televisi dan radio ? berapa kali intensitas penayangannya?

Jawaban:

Sosialisasi melalui televisi ada dari Jogja Tv dan TVRI untuk radio dari Solora FM. Penayangannya untuk televisi enam kali dan radio sepuluh kali.

4. Apakah museum mengadakan seminar dan pameran museum?

Jawaban:

Seminar dan pameran selalu rutin kita jadwalkan

5. Apakah mengundang *pers* untuk meliput setiap kegiatan museum ?

Jawaban:

Iya tentu setiap kegiatan kita selalu mengundang pers untuk meliput kegiatan

#### D. Sarana Prasarana dan Fasilitas

1. Apakah museum sudah mencukupi dalam hal sarana prasarana dan fasilitas ?

Jawaban:

Untuk fasilitas kita memaksimalkan untuk kenyamanan pengunjung

2. Berapa waktu sekali perawatan sarana prasarana dan fasilitas tersebut ?

Jawaban:

Perawatan secara rutin kita lakukan untuk memberikan kenyamanan pengunjung.

3. Adakah kendala terkait kelengkapan sarana prasarana dan fasilitas ?

Jawaban:

Mungkin untuk kendala lebih ke perawatan IT karena SDM masih kurang.

#### E. Sasaran *Public Relations*

1. Siapa saja pengunjung museum?

Jawaban:

Untuk pengunjung diantaranya PAUD, TK, SD, SMP, SMA, Mahasiswa, umum, dewasa, orang tua, lansia dan wisatawan mancanegara.

2. Apasaja pelayanan yang diberikan kepada pengunjung ?

Jawaban:

Memandu pengunjung ke ruang diorama, ke bastion biar bisa melihat jogja dari atas, melayani kajian-kajian tentang museum, konsepvator juga menjelaskan cara merawat koleksi museum.

3. Adakah kendala dengan pengunjung terkait pelayanan pengunjung ?

Jawaban:

Kendala pelayanan terbatasnya jumlah pemandu, sementara ada 5 orang jika kekurangan humas siap membantu.

#### F. Evaluasi Program

1. Apakah setiap program yang dilakukan humas dievaluasi untuk mengetahui efektif atau tidak?

Jawaban:

Ada rapat akhir bulan dan evaluasi setiap ada kegiatan.

2. Apakah museum menyediakan kotak saran sebagai masukan untuk memperbaiki pelayanan ?

Jawaban:

Kita menyediakan kotak saran di loket pintu masuk.

3. Apakah museum membuat penilaian terhadap pengelola museum?

Jawaban:

Setiap akhir tahun ada penilaian mengenai pekerjaan masing-masing dalam bentuk rapot.

4. Apakah kepala museum selalu memberikan pengarahan untuk pengelola museum ?

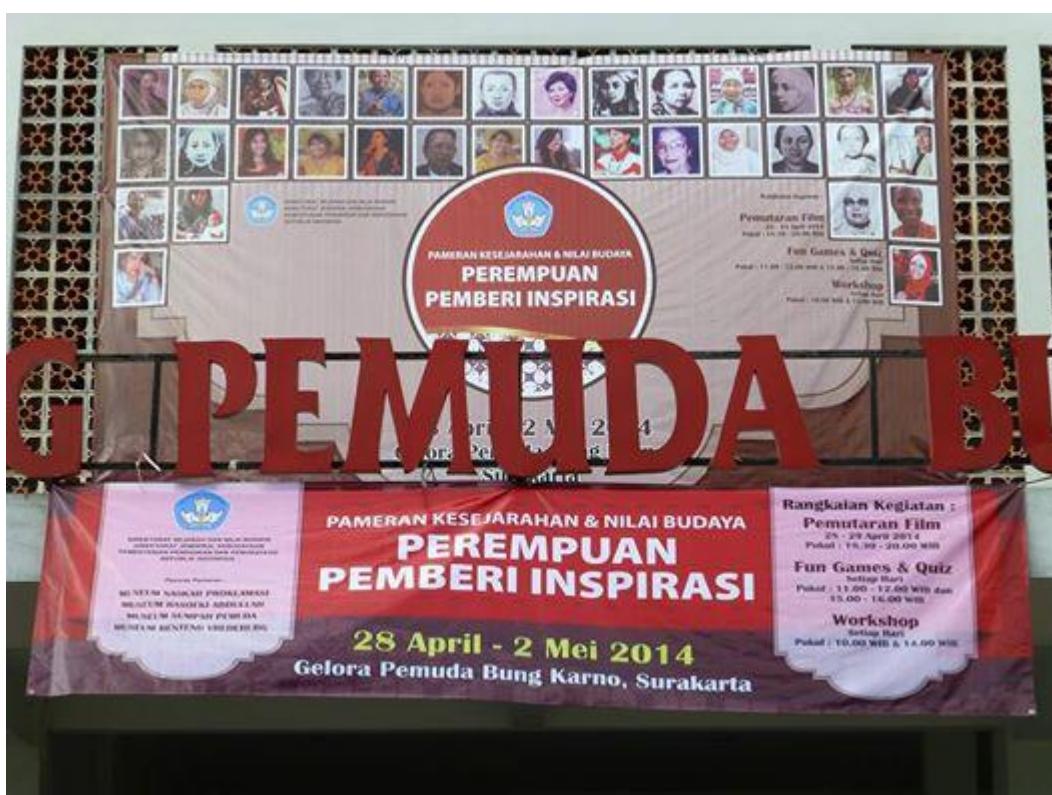
Jawaban:

Kepala museum selalu memberikan pengarahan.

BERITA 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000 1001 1002 1003 1004 1005 1006 1007 1008 1009 1010 1011 1012 1013 1014 1015 1016 1017 1018 1019 1020 1021 1022 1023 1024 1025 1026 1027 1028 1029 1030 1031 1032 1033 1034 1035 1036 1037 1038 1039 1040 1041 1042 1043 1044 1045 1046 1047 1048 1049 1050 1051 1052 1053 1054 1055 1056 1057 1058 1059 1060 1061 1062 1063 1064 1065 1066 1067 1068 1069 1070 1071 1072 1073 1074 1075 1076 1077 1078 1079 1080 1081 1082 1083 1084 1085 1086 1087 1088 1089 1090 1091 1092 1093 1094 1095 1096 1097 1098 1099 1100 1101 1102 1103 1104 1105 1106 1107 1108 1109 1110 1111 1112 1113 1114 1115 1116 1117 1118 1119 11100 11111 11122 11133 11144 11155 11166 11177 11188 11199 111000 111111 111222 111333 111444 111555 111666 111777 111888 111999 1110000 1111111 1112222 1113333 1114444 1115555 1116666 1117777 1118888 1119999 11100000 11111111 11122222 11133333 11144444 11155555 11166666 11177777 11188888 11199999 111000000 111111111 111222222 111333333 111444444 111555555 111666666 111777777 111888888 111999999 1110000000 1111111111 1112222222 1113333333 1114444444 1115555555 1116666666 1117777777 1118888888 1119999999 11100000000 11111111111 11122222222 11133333333 11144444444 11155555555 11166666666 11177777777 11188888888 11199999999 1110000

























## PESERTA

MUSEUM BENTENG VREDEBURG YOGYAKARTA  
MUSEUM PERUMUSAN NASKAH PROKLAMASI  
MUSEUM KEBANGKITAN NASIONAL  
MUSEUM BASUKI ABDULLAH  
MUSEUM PENDIDIKAN INDONESIA  
BALAI PELESTARIAN NILAI BUDAYA YOGYAKARTA  
MUSEUM KARS INDONESIA  
RUMAH GARUDA  
KOMUNITAS PECINTA BONSAI--AKSI SAINS  
KOMUNITAS BABAD BANDAYUDA  
INDONESIAN MAGIC FINGER (30 PESERTA)  
GUYUB SENI (16 PESERTA)  
MUSEOLOGI 2012 UGM



**Lomba Fotografi  
Museum Perjuangan Expo 2013  
Harmoni Kebangkitan Nasional  
SLTA/SMK dan Mahasiswa**

**Hadiah :**

*Juara I ( Uang Tunai + Tropy + Sertifikat )  
Juara II ( Uang Tunai + Tropy + Sertifikat )  
Juara III ( Uang Tunai + Tropy + Sertifikat )  
Juara III ( Uang Tunai + Tropy + Sertifikat )  
Juara Harapan I ( Uang Tunai + Tropy + Sertifikat )  
Juara Harapan II ( Uang Tunai + Tropy + Sertifikat )*

**Pendaftaran GRATIS**

*Tempat Pendaftaran : Museum Perjuangan Yogyakarta  
Jl. Kolonel Sugiono No. 24 Yogyakarta  
Pendaftaran : 17 Mei s/d 24 Mei 2013  
Jam 8.00 Wib s/d 16.00 wib  
Waktu Pelaksanaan : Jum at/24 Mei 2013  
Jam 09.30 Wib s/d 11.30 Wib  
Cp : Imah : 081328607703  
Gusman : 085725745469  
Evi Novita : 081227874045*

**MUSEUM BENTENG VREDEBURG YOGYAKARTA  
KENENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**









