

# ANALISIS PERAN DAN FUNGSI HUMAS MUSEUM KEHUTANAN DALAM PELATIHAN PELAYANAN PRIMA

**Yulianti Fajar Wulandari<sup>1</sup>, Silvina Mayasari<sup>2</sup>, Mareta Puri Rahastine<sup>3</sup>**  
Fakultas Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika<sup>1,2,3</sup>  
Jl. Kayu Jati V No. 2, RT.9/RW. 5, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta  
Timur, Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta 13220  
Email: [yulianti.yfw@bsi.ac.id](mailto:yulianti.yfw@bsi.ac.id)<sup>1</sup>, [silvina.svm@bsi.ac.id](mailto:silvina.svm@bsi.ac.id)<sup>2</sup>, [mareta.mpr@bsi.ac.id](mailto:mareta.mpr@bsi.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstract.** *Forestry Museum is a governmental organization is managed by Ministry of Environment and Forestry, which mission to educate public about forestry. The success and satisfaction in public service cannot be separated from the management of internal communication of government organizations and their employees. Employees in the service sector represent the image of its organization, especially in public services. The role and function of public relations in an organization is quite important in the management of internal communication. One of them is through training programs for public service employees to serve better and gain success as its vision and mission of the government organization. This study aims to analyse the role and function of the Forestry Museum Public Relations in excellent service training for their employees in public services. The type of research is descriptive qualitative with a constructivist paradigm. The research method used is a case study. The results showed that the role and function of internal public relations at the Forestry Museum was carried out by the Administration Section. Excellent service training is useful in providing improved performance in terms of knowledge, motivation, and togetherness among employees.*

**Key words:** *Role of Public Relations, PR Function, Forestry Museum; Public Relations; Service Excellence*

**Abstrak** *Museum Kehutanan adalah lembaga yang dikelola oleh Kementerian LH dan Kehutanan yang mempunyai misi mengedukasi publik dengan pelayanan yang baik. Kesuksesan dan kepuasan dalam pelayanan public tidak lepas dari pengelolaan komunikasi internal dari organisasi pemerintah dengan pegawainya, karena pegawai di bidang pelayanan adalah ujung tombak dalam pelayanan publik. Peran dan fungsi humas pada sebuah organisasi cukup penting dalam pengelolaan komunikasi internal. Salah satunya melalui program pelatihan bagi pegawai pelayanan publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran dan fungsi Humas Museum Kehutanan dalam pelatihan pelayanan prima. Tipe penelitian bersifat deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Metode penelitian yang digunakan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran dan fungsi kehumasan bagi internal pada Museum Kehutanan dilakukan oleh Bagian Tata Usaha. Pelatihan layanan prima bermanfaat dalam memberikan peningkatan kinerja dari sisi pengetahuan, motivasi, dan kebersamaan.*

**Kata Kunci:** *Peran Humas, Fungsi Humas, Hubungan Masyarakat, Museum Kehutanan, Pelayanan Prima*

## **Pendahuluan**

Organisasi terdiri atas beragam unsur universal yang membentuk organisasi tersebut dalam pendiriannya. Keselarasan dan keharmonisan antar unsur-unsur yang ada dalam organisasi berperan pada kesinambungan dan keberhasilan organisasi dalam mencapai visi dan misi serta tujuan setiap organisasi. Komunikasi merupakan salah satu unsur yang menentukan kesuksesan atau keberhasilan sebuah organisasi, baik secara internal maupun eksternal.

Organisasi membutuhkan komunikasi dalam menjalankan aktivitasnya, baik berupa komunikasi ke luar (eksternal) maupun ke dalam (internal). Organisasi yang berhasil dalam mengelola komunikasi dengan publik eksternalnya, umumnya berhasil dalam mengelola komunikasi dengan publik internalnya, yakni sumber daya manusianya. Sumber daya manusia atau pegawai dalam organisasi mempunyai peranan penting, karena pegawai melakukan beragam aktivitas agar organisasi dapat berjalan dengan baik dan berkesinambungan.

Komunikasi dalam organisasi menurut Frank Jefkins (2003: 195) disebut sebagai komunikasi internal organisasi. Komunikasi internal ini memiliki tiga wujud, yakni:

1. *Komunikasi ke bawah, yakni dari pihak manajemen atau pimpinan perusahaan kepada para pegawai*
2. *Komunikasi ke atas, yakni pegawai ke pihak manajemen*
3. *Komunikasi sejajar, yakni yang berlangsung antara sesama pegawai.*

Komunikasi ke bawah diartikan sebagai sebuah upaya penyampaian informasi dari pihak manajemen kepada pegawainya. Informasi ini dapat berupa pesan-pesan yang dapat dikemas dalam suatu program komunikasi internal. Program komunikasi internal ini dapat dilakukan melalui beragam teknik dan media komunikasi yang sesuai dengan tingkat kebutuhan dan tujuan organisasi tersebut. Program komunikasi yang efektif akan tercapai bila pihak manajemen menyadari arti penting keberadaan pegawainya, terutama yang berada di ujung tombak, yakni pelayanan publik.

Pegawai pelayanan publik merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan suatu organisasi khususnya milik pemerintah dalam mengimplementasikan visi dan misi serta tujuan organisasi tersebut. Komunikasi yang terjalin baik dalam internal organisasi memberikan dampak positif bagi citra dan reputasi organisasi tersebut. Komunikasi yang efektif tersebut tidak

lepas dari peran Humas dalam suatu organisasi.

Humas berperan dalam mengelola dan menjembatani antara pihak organisasi dengan pegawai. Humas menurut Cutlip, Center dan Broom (2007: 6) adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Pegawai adalah publik internal organisasi khususnya Humas. Pegawai adalah aset organisasi yang berkontribusi pada jalannya organisasi tersebut, terlebih lagi yang berhubungan dengan publik atau masyarakat luas secara langsung berperan penting dalam memberi kepuasan pada kinerja terhadap pemerintah. Namun dalam beberapa hal terkadang pegawai pelayanan publik gagal memberikan kepuasan kepada masyarakat. Salah satu penyebabnya adalah tidak adanya wewenang dalam mengambil keputusan. Sehingga keluhan-keluhan masyarakat terhadap pelayanan publik tidak segera teratasi, akibatnya terjadi kekecewaan dan complain pada kinerja pemerintah.

Pemberian wewenang kepada pegawai pelayanan publik untuk mengatasi keluhan masyarakat secara cepat merupakan jalan yang memungkinkan terciptanya kepuasan masyarakat yang dilayaninya. Menurut

Handi Irawan (2002: 148), pemberian wewenang atau otoritas dalam mengambil keputusan disebut sebagai pemberdayaan, yang diartikan sebagai pemberian pengetahuan, keterampilan dan sikap yang memadai untuk membuat keputusan.

Pemberdayaan ini dapat dilakukan melalui banyak proses, salah satunya adalah dengan pelatihan bagi pegawai. Pelatihan merupakan salah satu program komunikasi yang dilakukan Humas bagi publik internal (pegawai). Pelatihan umumnya bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kompetensi pegawai, sehingga memotivasi dan meningkatkan kinerja serta performa mereka. Dengan demikian menghasilkan suatu luaran yang positif bagi publik eksternal yakni masyarakat.

Museum Kehutanan adalah lembaga pemerintah yang dikelola oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Museum ini diresmikan pada tanggal 24 Agustus 1983 dengan mengkoleksi sekitar 900 artefak kehutanan. Lembaga ini berada dibawah naungan Biro Umum dalam menjalankan aktivitasnya. Sementara, Biro Humas pada Kementerian LH dan Kehutanan lebih banyak menangani ekspose citra dan kinerja Menteri dan Kementerian LH dan Kehutanan. Maka, ketiadaan peran atau fungsi humas pada Museum Kehutanan memungkinkan program-program

kehumasan bagi pegawainya yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas belum berjalan sebagaimana mestinya. Kurangnya program komunikasi seperti pelatihan-pelatihan, tentunya akan berpengaruh pada kualitas layanan yang disajikan.

Laporan tahunan Museum Kehutanan pada tahun 2018 mencatat total kunjungan sebanyak 4533 orang. Jumlah ini diharapkan dapat meningkat di tahun-tahun yang akan datang. Museum sebagaimana dicanangkan sebagai salah satu destinasi wisata di Indonesia memang harus berbenah diri untuk menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara. Tolak ukur keberhasilan sebuah museum adalah jumlah kunjungan yang meningkat dari tahun ke tahun. Museum Kehutanan sebagai museum milik pemerintah juga diharapkan berbenah diri dengan meningkatkan kualitas layanan publiknya melalui peningkatan kualitas pegawainya.

Pelatihan pelayanan prima bagi pegawai Museum Kehutanan diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang ada menjadi prima atau memuaskan. Pelatihan layanan prima diperlukan tidak hanya bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada pegawai museum kehutanan, namun juga berguna dalam menangani dan mengatasi keluhan masyarakat dengan baik, cepat dan tepat. Berdasarkan uraian diatas, maka

penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisa peran dan fungsi Humas Museum Kehutanan dalam pelatihan pelayanan prima.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif yang mengembangkan konsep dan menghimpun fakta. Penelitian deskriptif juga menekankan penggambaran secara objektif mengenai keadaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan desain penelitian studi kasus.

Informasi yang digali dalam penelitian ini berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, juga melakukan pengamatan atau observasi pada individu dan lingkungan dari lokasi yang menjadi penelitian, yakni Museum Kehutanan, Kementerian LH dan Kehutanan di Jakarta. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan dua cara, yakni pengambilan data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari wawancara dengan narasumber serta melalui observasi di lapangan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari pengumpulan data dari beberapa literature yang mendukung dan relevan bagi penelitian ini.

**Hasil Dan Pembahasan**

Museum Kehutanan adalah salah satu lembaga publik yang dikelola oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Museum ini merupakan museum khusus bertema kehutanan yang ditujukan sebagai *show-window* KLHK. Benda dan informasi yang disajikan berupa semua hal yang terkait dengan artefak, sejarah dan organisasi kehutanan sejak dahulu hingga sekarang. Sebagai lembaga publik yang melayani masyarakat luas, Benda dan informasi yang disajikan berupa semua hal yang terkait dengan artefak, sejarah dan organisasi kehutanan sejak dahulu hingga sekarang. Sebagai lembaga publik yang melayani masyarakat luas,

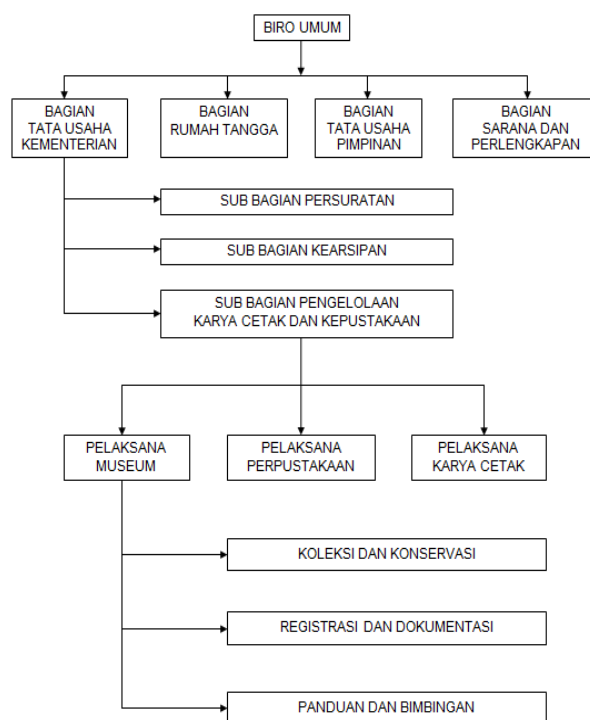
Struktur Organisasi Museum Kehutanan berada dibawah naungan Biro Umum, Sekretariat Jenderal Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, di dalam Bagian Tata Usaha Kementerian, Sub Bagian Pengelolaan Karya Cetak dan Kepustakaan (PKCK). Jumlah pegawai pada Sub PKCK adalah dua puluh orang.

Museum Kehutanan mempunyai tugas dan fungsi:

- 1) Mendokumentasikan segala kegiatan di bidang hutan dan kehutanan yang bernilai sejarah dari zaman ke zaman.
- 2) Memberikan manfaat edukasi, informasi dan rekreasi kepada masyarakat.

- 3) Berunsur ilmiah, sehingga menunjang pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi kehutanan.
- 4) Berdaya hidup, sehingga dapat dinikmati oleh masyarakat dan ditekuni oleh para ilmuwan.

Publik yang dilayani adalah masyarakat antara lain pelajar, mahasiswa, peneliti kehutanan, masyarakat umum juga wisatawan mancanegara. Museum Kehutanan memiliki pegawai khusus di bidang pelayanan yakni pemandu dan edukator.



Sumber: Arsip Museum Kehutanan

**Gambar 1. Struktur Organisasi Museum Kehutanan**

Keberadaan museum yang berada dibawah kendali Biro Umum, tentu saja

fungsi dan peran kehumasan khususnya terkait pelatihan pegawai dijalankan oleh Tata Usaha Kementerian. Para pemandu dan edukator yang menjadi ujung tombak pelayanan publik museum kehutanan perlu mendapatkan pelatihan yang tepat mengenai pelayanan prima bagi publik yang dilayaninya dari berbagai level.

#### *Peran Humas Museum Kehutanan*

Museum Kehutanan dalam peranannya sebagai Teknisi Komunikasi diwakili oleh Pelaksana Museum diantaranya dengan melakukan:

1. Mengelola situs organisasi yang beralamat di [muspera.menlhk.go.id](http://muspera.menlhk.go.id) yang berisikan informasi tentang koleksi Museum Kehutanan
2. Membuat video profil Museum Kehutanan sebagai bentuk informasi yang disampaikan kepada para pengunjung.
3. Membuat dan mencetak informasi berupa brosur, leaflet, poster, katalog koleksi tentang Museum Kehutanan

Peran Museum Kehutanan sebagai *Expert Prescriber* seperti diungkap oleh Ibu Armeini, Pelaksana Museum bidang Registrasi, bahwa peran tersebut tidak ada, dikarenakan KLHK mempunyai Biro Humas dan Biro Hukum yang lebih berperan secara umum.

Ibu Armeini menjelaskan kembali kaitannya dengan peran humas museum kehutanan sebagai fasilitator komunikasi, adalah untuk publik internal, dikelola oleh Bagian Tata Usaha Kementerian (TUK), sedangkan untuk publik eksternal dilakukan oleh Biro Humas KLHK. Adapun beberapa kegiatan yang dilakukan TUK, adalah:

1. Mengadakan pembinaan bagi pegawai Museum Kehutanan
2. Mengadakan pelatihan yang berguna bagi pengetahuan dan pengembangan pelayanan Museum Kehutanan bagi publik
3. Mengatur kunjungan ke beberapa instansi terkait sehubungan dengan studi komparasi dengan museum-museum lain baik di Jakarta maupun di luar Jakarta.

Dalam hal peran fasilitator pemecah masalah, peran humas ini dilakukan kembali oleh Bagian TUK, antara lain dengan mendefinisikan masalah berdasarkan evaluasi kinerja pegawai maupun keluhan pengunjung yang masuk, baik melalui buku tamu, lisan secara langsung, surel maupun situs KLHK. Selain itu, Bagian TUK juga mengkomunikasikan kepada pegawai Museum Kehutanan seputar pelatihan yang akan dilakukan, juga melakukan penilaian evaluasi atas kegiatan pelatihan

yang telah dilakukan berdasarkan pengamatan di lapangan maupun kuesioner yang disebarakan.

#### *Pelatihan Pelayanan Prima kepada Pegawai Museum Kehutanan*

Dalam pelatihan pelayanan prima, Bagian TUK berperan sebagai fasilitator pemecah masalah, dimana menurut Cutlip, Center dan Broom (2007: 320) berhubungan dengan empat langkah manajemen Humas, yakni:

- a. Mendefinisikan masalah atau *fact finding*
- b. Perencanaan dan pemrograman (*planning*)
- c. Mengambil tindakan dan berkomunikasi (*communicating*)
- d. Mengevaluasi program (*evaluating*).

Cutlip, Center dan Broom (2007: 327) menjelaskan bahwa mendeskripsikan masalah adalah menjelaskan situasi yang terjadi saat ini, dan bersifat spesifik serta dapat diukur, dengan memberi jawaban atas beberapa pertanyaan seperti:

1. Apa sumber permasalahannya?
2. Di mana letak permasalahannya?
3. Kapan hal tersebut menjadi suatu masalah?
4. Bagaimana mereka terlibat dan dipengaruhi?

5. Mengapa masalah tersebut menjadi perhatian organisasi/perusahaan dan publiknya?

Pengamatan dan evaluasi atas kinerja pegawai menemukan suatu permasalahan yang berkaitan dengan pelayanan yang ada di Museum Kehutanan, yakni masalah komunikasi. Dimana komunikasi dalam organisasi terhambat, sehingga pegawai tidak mendapatkan pasokan informasi yang lebih untuk bekerja lebih baik dalam melayani publik.

Hasil temuan atas permasalahan yang dihadapi di tingkat pegawai (*fact finding*), menjadi dasar bagi Bagian TUK untuk mengambil tindakan. Keputusan untuk merencanakan sebuah kegiatan atau program komunikasi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut adalah solusinya. Diharapkan melalui program tersebut dapat tersampaikan pesan komunikasi kepada para pegawai, juga mengatasi hambatan komunikasi yang ada, serta untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada publik. Hasil keputusan Bagian TUK adalah perlunya pelatihan mengenai pelayanan prima untuk pegawai Museum Kehutanan.

Perencanaan yang dibuat Bagian TUK berisikan antara lain tujuan pelatihan, pengukuran hasil (evaluasi), khalayak sasaran (peserta), penyiapan

program yang antara lain mengenai jenis program (materi dan instruktur), waktu (jadwal), anggaran, lokasi, kontrol (pengawasan) dan *review* (tinjauan).

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, berikut adalah tujuan pelatihan pelayanan prima bagi pegawai Museum Kehutanan, yakni

1. untuk membekali pegawai dengan informasi mengenai pelayanan yang diatas standar atau prima, agar pengetahuan pegawai meningkat.
2. untuk memotivasi pegawai untuk bekerja lebih baik di bidang kerja masing-masing.
3. untuk membekali pegawai dengan informasi yang cukup dan bersifat positif mengenai organisasi, sehingga mampu mempromosikan ke khalayak eksternal.
4. untuk melatih cara menangani masalah yang terjadi di lapangan dan atau keluhan dari pengunjung

Program pelatihan pelayanan prima bagi pegawai dipilih sebagai materi pelatihan dikarenakan sesuai dengan visi, misi dan tujuan organisasi. Pelayanan prima menurut Rosady Ruslan (2007: 279) adalah jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan dan menumbuhkan kepercayaan pihak

pelanggannya (konsumen). Pelayanan tersebut membuat pihak konsumen merasa dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan wajar.

Anggaran pelatihan yang terbatas karena adanya skema penghematan oleh KLHK, maka diperlukan strategi khusus untuk mengatur agar program komunikasi ini dapat berjalan dengan baik. Untuk itu instruktur pelatihan pelayanan prima dipilih dari kalangan internal. Begitu pula dengan pemilihan lokasi yang bertempat di gedung milik organisasi, yakni Gedung Museum Kehutanan Blok 6 Lantai 1, Ruang Jati 1.

Implementasi program aksi dan komunikasi adalah langkah selanjutnya yang didesain untuk mencapai tujuan spesifik untuk masing-masing publik dalam rangka mencapai tujuan program (Cutlip, Center & Broom, 2007: 320). Pada langkah ini ditentukan siapa yang bertanggung jawab menangani eksekusi program tersebut, waktu, lokasi dan metode yang dilakukan. Langkah ini berkaitan dengan penerapan aksi dan komunikasi dari perencanaan yang telah disusun berdasarkan problem yang telah didefinisikan.

Implementasi komunikasi yang dikutip oleh Rosady Roslan (2007: 122-123) dari Cutlip, Center dan Broom, atau



yang dikenal sebagai *7-Cs PR Communications*, adalah sebagai berikut:

1. *Credibility* (kredibilitas). Kredibilitas komunikator memudahkan pesan diterima dengan baik oleh komunikan.
2. *Contex* (konteks). Berhubungan dengan lingkungan kehidupan sosial, pesan yang harus disampaikan dengan jelas serta sikap partisipatif.
3. *Content* (isi). Pesannya berhubungan dengan kepentingan publik sehingga informasi dapat diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat bagi masyarakat.
4. *Clarity* (kejelasan). Pesan yang disampaikan harus jelas, mudah dimengerti, serta memiliki pemahaman yang sama antara komunikator dan komunikan dalam hal maksud, tema dan tujuan semua pihak.
5. *Continuity and consistency* (kontinuitas dan konsistensi). Komunikasi merupakan proses yang tidak pernah berakhir, sehingga harus dilakukan secara berulang-ulang dengan berbagai variasi pesan.
6. *Channels* (saluran). Saluran komunikasi yang tepat dan terpercaya memudahkan proses penyebaran informasi secara efektif.

7. *Capability of the audience* (kapabilitas khalayak). Komunikasi menjadi lebih efektif bila berkaitan dengan faktor-faktor yang bermanfaat seperti kebiasaan dan peningkatan kemampuan membaca dan pengembangan pengetahuan.

Langkah terakhir adalah melakukan penilaian atas persiapan, implementasi, dan hasil dari program. Penyesuaian akan dilakukan bersamaan dengan program diimplementasikan, dan didasarkan pada evaluasi atau umpan balik tentang berhasil atau tidaknya program tersebut. Program akan dilanjutkan atau tidak bila diketahui kondisi setelah program dilakukan dan efektifitas program tersebut (Cutlip, Center & Broom, 2007: 320).

Evaluasi yang dilakukan pelaksana program pelatihan melalui pengamatan dan penyebaran kuesioner kepada para peserta pelatihan. Kuesioner bermanfaat dalam menggali informasi dari pegawai mengenai program pelatihan yang diikutinya. Hasil evaluasi akan menjadi masukan untuk organisasi dalam memelihara komunikasi dengan pegawai melalui program-program pelatihan berikutnya.

Dari hasil kuesioner diketahui bahwa para peserta pelatihan merasakan manfaat positif dari pelatihan mengenai

pelayanan prima. Mereka umumnya berpendapat bahwa pelatihan tersebut meningkatkan pengetahuan mereka mengenai pelayanan dan menangani keluhan. Mereka juga menyarankan agar pelatihan sejenis agar dijadikan sebuah agenda rutin.

Kendala yang muncul pada saat pelaksanaan adalah penggunaan istilah-istilah asing yang disampaikan oleh para instruktur. Begitu pula dengan modul-modul pelatihan yang penuh dengan istilah-istilah asing. Istilah-istilah asing ini kurang dipahami oleh sebagian pegawai. Sehingga pesan komunikasi yang hendak disampaikan menjadi sedikit terhambat, dan pelatihan menjadi kurang efektif.

Evaluasi yang dilakukan pada saat kegiatan pelatihan berlangsung, maupun sesudahnya merupakan masukan (*input*) yang penting dan bermanfaat bagi organisasi. Dari hasil evaluasi tersebut, maka dapat dirancang program komunikasi seperti pelatihan tersebut, menjadi lebih efektif dan tepat sasaran.

### **Simpulan**

Peran dan fungsi humas pada Museum Kehutanan, Kementerian LH dan Kehutanan terkait pelatihan bagi pegawai, lebih banyak dilakukan oleh Bagian Tata Usaha Kementerian (TUK) pada Biro Umum, Sekjen KLHK, dimana bagian

tersebut adalah pengelola Museum Kehutanan. Peran humas yang dilakukan Bagian TUK lebih kepada fasilitator komunikasi, teknisi komunikasi, fasilitator pemecah masalah. Sedangkan peran sebagai penasehat ahli atau *expert prescriber* dilakukan oleh Biro Humas dan Biro Hukum.

Pelatihan pelayanan prima diadakan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan pegawai Museum Kehutanan dan keahlian dalam menangani keluhan publik dalam pelayanan (pengunjung museum). Evaluasi menunjukkan pegawai Museum menyukai pelatihan tersebut dan menyarankan untuk dijadikan agenda rutin untuk memotivasi pegawai dalam bekerja.

Saran yang dapat peneliti sampaikan terdiri atas tiga hal, yakni pertama, pelatihan sebaiknya menggunakan padanan istilah yang pas dalam Bahasa Indonesia, mengingat beberapa pegawai kesulitan memahami istilah-istilah asing, begitupula dengan para instruktur sebaiknya meminimalisir penggunaan istilah-istilah asing. Kedua, media komunikasi internal pada Museum Kehutanan sebaiknya diaktifkan kembali sebagai penyambung komunikasi antar pegawai. Ketiga, pelatihan pelayanan prima bagi pegawai Museum Kehutanan

sebaiknya diadakan secara berkala untuk menyegarkan kembali dan memotivasi pegawai dalam bekerja, sehingga kinerja pegawai dalam pelayanan publik menjadi efektif dan efisien serta meningkatkan citra organisasi Kementerian Kehutanan dan Lingkungan Hidup dimata publik.

### Daftar Pustaka

- Abdurrachman, Oemi. (2001). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Afdhal, Ahmad Fuad. (2004). *Tips & Trik Public Relations*. Jakarta: Grasindo.
- Cangara, Hafied. (2003). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Clutterbuck, David & Kernaghan, Susan. (2003). *Daya Pemberdayaan: Menggali dan Meningkatkan Potensi Karyawan Anda*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H. & Broom, Glen M. (2007). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Djarmiko, Yayat Hayati. (2004). *Perilaku Organisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Effendy, Onong Uchjana. (2002). *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- , (2003). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- , (2004). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Irawan D., Irawan. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Mahmud, Mahidin. (2001). *Manajemen Humas*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Meleong, J. Lexy. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2000). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pace, R. Wayne & Faules, Don F. (2001). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Ed.3. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ruslan, Rosady. (2007). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Edisi Revisi. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sati, Irmulan & Basya, Muslim (ed.). (2006). *Tantangan Indonesia Baru*:

*Strategi dan Aktivitas Public Relations*. Jakarta: BPP Perhumas.

Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. (2002). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Widjaja, H.A.W. (2000). *Ilmu Komunikasi: Pengantar Studi*. Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta.

Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.

Yin, Robert K. (2005). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo.

