

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* UNTUK MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG MUSEUM NEGERI LAMPUNG “RUWA JURAI”

Suhaimi¹ & Desi Rahmadani²

^{1,2} Ilmu Komunikasi Universitas Tulang Bawang Lampung

Abstrak

Museum pada kenyataannya belum dijadikan suatu alternatif utama bagi masyarakat untuk menghabiskan waktu sekaligus berwisata dan menambah ilmu. Selain itu tingkat aspirasi masyarakat terhadap dunia sejarah dan kebudayaan, khususnya museum juga masih sangat rendah. Padahal museum memiliki potensi yang besar sebagai alternatif utama bagi masyarakat, dikarenakan museum adalah tempat informasi, budaya, dan pendidikan untuk masyarakat. Oleh karena itu, *Public Relations* untuk menjembatani atau membangun hubungan komunikasi dengan masyarakat luar sebagai publiknya yang pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan dan citra yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan. Penelitian dengan judul “Strategi *Public Relations* Untuk Meningkatkan Minat Pengunjung Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai”. Adapun permasalahannya adalah bagaimana strategi *Public Relations* untuk meningkatkan minat pengunjung Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai”. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *Public Relations* untuk meningkatkan minat pengunjung Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai”. Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif yang bersifat Deskriptif. Pengambilan data dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *Public Relations* Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” dilakukan dengan berbagai cara seperti melakukan publikasi, mengadakan pameran museum, meningkatkan kerjasama, memperbaiki sarana dan prasarana, serta membangun citra positif dikalangan masyarakat.

Kata Kunci : Strategi, *Public Relations*, Minat

I. Pendahuluan

Keberadaan *Public Relations* di sejumlah perusahaan, institusi, atau lembaga pemerintahan pada saat ini tidak dapat di anggap remeh. *Public Relations* saat ini boleh dikatakan telah berkembang sebagai bagian penting perusahaan, utamanya untuk menciptakan pendapat publik. *Public Relations* berperan sebagai komunikator organisasi dengan pihak lain serta organisasi dengan publiknya. Menjaga dan meningkatkan citra (*image*) instansi/organisasi merupakan salah satu

tugas dari seorang *Public Relations*. *Public Relations* bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat/publik untuk bisa menerima, mengerti dalam mempermudah pencapaian tujuan organisasi/lembaga. Keberadaan *Public Relations* telah menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi seluruh perilaku publik untuk menerima serta mengenal jasa, produk, atau gagasan dari sebuah lembaga, instansi, serta perusahaan komersial. (Danandjaja, 2011:7-8)

Institute for Public Relations (IPR) mendefinisikan *Public Relations* sebagai:

“the discipline concerned with the reputation of organizations (or products, service, or individuals) with the aim of earning understanding and support”

(disiplin yang menaruh perhatian pada reputasi organisasi (atau produk, jasa, atau individu) dengan tujuan memperoleh pemahaman dan dukungan). (Suwatno, 2018:6)

Public Relations mempunyai tugas menciptakan, memelihara, meningkatkan dan memperbaiki citra organisasi atau lembaga dimata publik. Guna memenuhi tanggung jawab sosial, organisasi atau lembaga melayani kepentingan publik dalam kebutuhan, keinginan, dan kepentingan.

Public Relations selalu berusaha menjaga keharmonisan hubungan baik dengan internal maupun eksternal. Hubungan tersebut merupakan hubungan yang saling menguntungkan untuk kedua belah pihak.

Public Relations harus mampu mengemban fungsi dan tugasnya dalam melaksanakan hubungan komunikasi ke dalam, yaitu upaya membina hubungan yang harmonis antara pimpinan dengan para karyawan. Begitu juga kemampuannya untuk menjembatani atau membangun hubungan komunikasi

dengan masyarakat luar sebagai publiknya yang pada akhirnya dapat menentukan berhasil atau tidaknya tujuan dan citra yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan atau lembaga.

Keberhasilan sebuah organisasi ataupun lembaga lain dalam pengelolaannya ditentukan oleh strategi yang digunakan oleh lembaga itu sendiri. Perumusan sebuah strategi memerlukan kemampuan dalam bidang keilmuan secara teori dan juga melalui analisa langsung terhadap keadaan masyarakat sekitar. Strategi adalah termasuk jenis perencanaan, karena akan menentukan tindakan-tindakan pada masa datang untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi pada dasarnya adalah penentuan cara yang harus dilakukan agar memungkinkan memperoleh hasil yang optimal, efektif, dan jangka waktu yang relatif singkat serta tepat menuju tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. (Hasibuan, 2016:102).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, museum adalah gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap benda-benda yang patut mendapatkan perhatian umum, seperti peninggalan sejarah, seni dan ilmu, serta tempat menyimpan barang kuno. 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. Museum sebagai tempat penyimpanan benda atau koleksi sejarah dimasa lalu, menjadikan museum tepat dijadikan destinasi wisata dan pendidikan. Pengunjung dapat belajar tentang nilai dan perhatian serta kehidupan generasi pendahulu sebagai bekal di masa kini dan gambaran untuk kehidupan di masa mendatang melalui benda yang di pamerkan di museum.

Namun wisata museum kurang di minati oleh masyarakat karena museum hanya dianggap sebagai tempat yang menyeramkan dan kurang penting bagi kehidupan. Persaingan dengan berbagai objek wisata yang lebih menarik membuat masyarakat kurang berminat untuk datang ke museum. Museum akan terbengkalai dan bahkan ditutup apabila tidak lagi dikunjungi oleh masyarakat. Wisatawan menjadikan museum sebagai tempat wisata alternatif. Pengunjung yang berkunjung ke museum sendiri kebanyakan karena adanya jadwal *tour* atau kunjungan dari instansi atau sekolah-sekolah yang sudah diagendakan untuk mengunjungi museum. Tetapi kunjungan sekolah-sekolah ke museum sekarang tergantikan dengan obyek wisata baru seperti pantai, kolam renang, taman bermain, dan lain-lain, sehingga museum

jarang menjadi salah satu tujuan wisata yang diagendakan dalam *study tour*/wisata belajar.

Kondisi masyarakat sekarang ini berada pada kecendrungan masyarakat yang konsumerisme yakni masyarakat yang membeli produk yang disuguhkan dan dipasarkan oleh media massa. Munculnya sarana prasarana hiburan dan rekreasi menyampingkan kedudukan museum sebagai lembaga pendidikan dan rekreasi sebagai pilihan tempat kunjungan di waktu luang. Oleh karena itu, museum harus memiliki citra yang menarik sehingga bisa bersaing dengan sarana-sarana dan produk-produk yang tersedia di zaman konsumeris ini. Museum dengan citra yang menarik adalah museum yang memberikan pelayanan edukasi dan rekreasi, sehingga masyarakat tertarik untuk datang ke museum. Museum harus aktif dalam menjalin hubungan baik dengan berbagai publik yang memiliki minat aktif atau potensial. Museum mengarahkan *Public Relations* mereka untuk memastikan hubungan masyarakat yang efektif dan penting untuk meninjau status hubungan museum dengan masing-masing publiknya serta untuk mendistribusikan informasi dan komunikasi yang membangun kemauan baik (*goodwill*). Sehingga, apabila nama sebuah museum tidak dikenal oleh

masyarakat maka minat masyarakat untuk berkunjung ke museum tersebut akan menjadi sangat rendah. Oleh karena itu, *Public Relations* museum harus menunjukkan daya tarik museum agar masyarakat dapat menyadari keberadaan museum sebagai wahana wisata dan edukasi publik.

Salah satu Museum yang ada di Indonesia ialah Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai”. Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” telah dirintis sejak tahun 1975 oleh kepala kantor pembinaan Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” adalah salah satu tempat kunjungan wisata sejarah yang dapat digunakan sebagai sarana pendidikan, penelitian dan rekreasi. Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” mulai dirintis pembangunannya sejak tahun anggaran 1975/1976. Peresmianya dilaksanakan bersamaan dengan peringatan hari Aksara Internasional yang dipusatkan di Bandar Lampung pada tanggal 24 September 1988. Peresmian ini dilakukan oleh Prof. Dr. Fuad Hasan dan dinamakan “Ruwa Jurai”.

Sekarang Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” mengalami tuntutan baru, bahkan suatu museum tidak hanya menyanggah citra sebagai tempat pengumpulan benda-benda kuno, tetapi juga harus sebagai sumber informasi dibidang pendidikan, budaya dan

rekreasi. Sekarang, Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” menjadi sangat kurang pengunjung dikarenakan banyak tempat wisata lain yang menarik minat pengunjung

Kurang berminatnya pengunjung datang ke Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” karena kurang melakukan publikasi mengenai informasi dan kegiatan yang ada di Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai”, sehingga masyarakat kurang mengetahui Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai”. Selain itu, Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” dianggap sebagai tempat yang menyeramkan dan membosankan karena tidak adanya pembaharuan mengenai koleksi museum. Padahal Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” dapat dijadikan tempat untuk belajar, bermain, dan berekreasi. Dengan demikian, *Public Relations* Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” harus mampu menyusun strategi-strategi untuk meningkatkan minat pengunjung. Strategi-strategi tersebut diantaranya melakukan publikasi, mengadakan pameran museum, meningkatkan kerjasama, memperbaiki sarana dan prasarana serta membangun citra Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai”. Kegiatan publikasi yang dilakukan *Public Relations* masih kurang maksimal dan belum tepat sasaran. Sasaran media informasi

hendaknya mampu mengenalkan pada masyarakat mengenai Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” dan mempengaruhi masyarakat berkunjung ke Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai”.

Oleh karena itu, Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” harus melakukan publikasi di media baik itu media cetak, elektronik, atau sosial dan juga menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat. Selain itu museum harus bisa menampilkan koleksi museum lebih bervariasi, seperti dengan menampilkan koleksi melalui video atau melalui permainan edukatif yang lebih menarik bagi pengunjung museum. Penjelasan yang tertera pada benda peraga yang ada di museum juga harus lebih modern tidak hanya melalui tulisan tetapi melalui video atau suara sehingga pengunjung memahami maksud dari yang ada. Berdasarkan hal tersebut, Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” menjadi suatu pilihan wisata dibandingkan dengan pusat perbelanjaan, maupun tempat permainan anak yang kurang memberikan aspek pendidikan. Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” berperan sangat penting bagi edukasi para pengunjung yang ingin mengetahui bagaimana sejarah provinsi Lampung. Untuk itulah, para pengelola Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” diharapkan mampu membenahi museum agar bisa menjadikan

Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” sebagai tempat yang menarik bagi pengunjung.

Oleh karena itu, untuk merubah citra Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” ke arah yang positif dibutuhkan strategi *Public Relations* untuk meningkatkan minat pengunjung. Strategi tersebut diharapkan mampu mempertahankan citra museum sebagai pusat informasi pendidikan, budaya dan wisata yang layak dikunjungi sehingga pengunjung mendapatkan manfaat setelah berkunjung ke Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” yang dijadikan sebagai tempat informasi, budaya dan rekreasi. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk membuat judul “Strategi *Public Relations* Untuk Meningkatkan Minat Pengunjung Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai”.

Adapun pertanyaan penelitian yang diteliti adalah Bagaimana strategi *Public Relations* untuk meningkatkan minat pengunjung Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai”?

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui strategi *Public Relations* untuk meningkatkan minat pengunjung Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai.

Kajian Pustaka

Penelitian ini menggunakan Teori *Excellence in Public Relations*. Teori ini merupakan pengembangan dari empat model *Public Relations* (Grunig & Hunt, 1984) dan teori *situational of the public relations* (Grunig, 1979; Grunig & Hunt, 1984). Teori *excellence* menganggap *Public Relations* bukan lagi sekedar berperan sebagai alat persuasif atau sebagai teknisi komunikasi untuk menyebarkan informasi (*in house reporter*). Tetapi *Public Relations* dianggap profesional yang melaksanakan peran sebagai manajer yang menggunakan penelitian dan dialog untuk membangun hubungan yang sehat dengan publiknya. Dengan kata lain, *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membantu organisasi berinteraksi dengan komponen sosial dan politik di lingkungannya.

Teori *excellence* juga menjelaskan peran *Public Relations* menyediakan saluran komunikasi yang dua arah timbal balik, yang memungkinkan organisasi dan publik berbagi informasi dan menyampaikan gagasan. Agar peran ini berjalan dengan baik, *Public Relations* mesti mengombinasikan peran sebagai teknisi dan manajer dengan baik. *Public Relations* dituntut tidak fokus hanya sebagai teknisi komunikasi yang banyak

melakukan pekerjaan teknis menyampaikan pesan (misalnya menulis, mengedit, memfoto, membuat majalah, dan mengadakan konferensi pers). Tetapi *Public Relations* lebih dituntut melaksanakan peran manajer, yaitu peran yang lebih fokus pada perencanaan strategi mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah. Peran ini mencakup, misalnya melakukan penelitian untuk mengidentifikasi masalah dan merumuskan strategi komunikasi untuk menjalin hubungan dengan publik serta mengevaluasi upaya pencapaian tujuan organisasi. (Kriyantono, 2017:115-116)

Konsep Teori

Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *communico* yang artinya membagi. Everett M. Rogers (1985) membuat definisi komunikasi, yakni: ***Public Relations***

Menurut Cutlip, Center, dan Broom, *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun, dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan

atau kegagalan organisasi tersebut. (Kriyantono, 2012:5)

Minat

Menurut Sukardi dalam (Susanto, 2013:57), dinyatakan bahwa “minat diartikan sebagai suatu kesukaan, kegemaran, atau kesenangan akan sesuatu”.

Strategi

Marthin – Anderson (1968) juga merumuskan “Strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien”.

Menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata, wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.

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. Metodologi

Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah Museum Negeri Lampung “Ruwa

Jurai” yang beralamat di Jalan H. Zainal Abidin Pagar Alam No. 64 Gedung Meneng, Bandar Lampung.

Dalam penelitian yang telah dilakukan, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif dalam penelitian yang telah dilakukan adalah bersifat Deskriptif. Deskriptif artinya data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. (Yusuf, 2017:333).

Metode analisis data deskriptif kualitatif dalam penelitian ini berguna untuk mengembangkan teori yang telah dibangun dari data yang didapatkan dilapangan. Metode kualitatif pada tahap awalnya peneliti melakukan penjelajahan seperti turun langsung ke lapangan, kemudian peneliti melakukan pengumpulan data sampai mendalam atau lebih detail, mulai dari observasi, wawancara, dokumentasi hingga penyusunan laporan.

Penelitian ini akan diambil data serta penjelasan mengenai Strategi *Public Relations* sebagai upaya *Public Relations* untuk meningkatkan minat pengunjung Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai”. Harapannya penulis dapat menemukan jawaban-jawaban permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Penulis berinteraksi

langsung dengan (narasumber).

Penulis turun kelapangan dan berada dilokasi penelitian untuk memperoleh data. Penulis bahkan melakukan pengamatan dengan melakukan pertemuan dengan narasumber yang merupakan subjek penelitian ataupun informan hingga sehari-hari.

Subjek penelitian merupakan benda, hal, atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat dan yang dipermasalahkan. Subjek penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa subjek dapat memberi informasi yang selengkap-lengkapinya dan relevan dengan tujuan penelitian.

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah seorang *Public Relations* yang melakukan strategi *Public Relations* untuk meningkatkan minat pengunjung Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai”. Subjek penelitian dimaksudkan untuk memperoleh data yang memang dibutuhkan dalam penelitian ini mengenai informasi tentang strategi *Public Relations* untuk meningkatkan minat pengunjung.

Subjek Penelitian dalam penelitian ini berjumlah 13 orang yang terdiri dari 1 (satu) orang Key Informan, 12 (dua belas) orang informan yang

terbagi menjadi 3(orang) staff Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai”, dan 9 (sembilan) orang pengunjung.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh sendiri oleh perorangan atau organisasi langsung melalui objeknya seperti hasil wawancara dan observasi. Data sekunder adalah data yang didapat tidak secara langsung dari objek penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder yaitu data- data pengunjung tahun 2018-2019 atau dokumen mengenai Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai”.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan langsung di lingkungan Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” dengan cara melihat, mendengar, mencatat dan penginderaan lainnya. Observasi ini dilakukan oleh penulis untuk menambah dan melengkapi data yang dibutuhkan oleh penulis. Teknik wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, dimana

pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan berbagai pihak yang memang ikut serta dalam pengelolaan strategi *Public Relations* yang dilakukan oleh pihak Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” untuk meningkatkan minat pengunjung. Teknik dokumentasi, yakni penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang telah tersedia. Data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain data dan arsip mengenai lokasi penelitian yaitu Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai”, foto subjek dan informan penelitian. Foto tersebut dihasilkan sendiri oleh peneliti dengan kamera *handphone*. Dalam penelitian ini juga penulis akan mengambil atau mengutip dokumen lain yang berhubungan dengan penelitian sehingga data tersebut dapat digunakan untuk mendukung kelengkapan data yang ada pada penelitian.

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu reduksi data, catatan tertulis di lapangan, penyajian data, dan verifikasi (menarik kesimpulan). Sedangkan untuk keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi merupakan pengecekan data dari berbagai sumber

dengan berbagai cara dan waktu. Dalam penelitian itu menggunakan triangulasi sumber, yang dilakukan dengan cara peneliti mengecek dan menganalisis data dari berbagai sumber.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut hasil penelitian yang telah dilakukan secara langsung di lapangan mengenai Strategi *Public Relations* Untuk Meningkatkan Minat Pengunjung Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” adalah sebagai berikut:

Melakukan Publikasi

Museum Negeri Lampung melakukan publikasi, antara lain :

Publikasi melalui media cetak seperti brosur, booklet, leaflet, dan buku panduan museum. Brosur diterbitkan setiap mengadakan kegiatan atau event, sedangkan booklet diterbitkan setiap 4 tahun sekali, dan buku panduan museum diterbitkan 1 tahun sekali.

Publikasi melalui media elektronik seperti televisi dan radio. Untuk televisi, Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” berkordinasi dengan televisi lokal dan televisi swasta seperti TVRI Lampung dan TEGAR TV, dimana penayangannya sesuai kebutuhan atau ditayangkan setiap ada kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh pihak museum atau mengenai koleksi-

koleksi yang ada di museum. Untuk radio, Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” berkordinasi dengan radio RRI untuk memberikan informasi kepada masyarakatnya, biasanya penayangannya selama 3 bulan sekali.

Publikasi melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram. Museum Negeri Lampung belum memiliki website khusus tetapi memiliki e-mail yaitu museumlpg@gmail.com.

Publikasi ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi mengenai museum serta mendekatkan museum dengan masyarakat karena museum sebagai ruang publik yang seharusnya menjadi tempat favorit untuk dikunjungi.

Mengadakan Pameran Museum

Pameran museum adalah suatu kegiatan penataan koleksi pada ruang pameran tetap maupun tidak tetap. Pameran bagi museum merupakan salah satu media komunikasi antara pengunjung dengan koleksi yang dimiliki museum. Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” menyelenggarakan berbagai pameran seperti : 1) Pameran tetap, yaitu pameran museum di gedung pameran tetap; 2) Pameran Temporer, yaitu pameran yang dilakukan di dalam atau diluar lokasi museum. Contohnya seperti Pameran

Pembangunan (Lampung Fair) yang dilakukan di PKOR Way Halim. Pameran Temporer meliputi pameran nasional dan pameran regional;

3) Pameran Keliling, yaitu pameran yang dilakukan diluar museum dengan tema tertentu. Pameran Keliling meliputi museum masuk sekolah dan museum masuk desa.

Meingkatkan Kerjasama

Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” bekerjasama dengan beberapa organisasi baik itu instansi pemerintah, swasta, ataupun komunitas. Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” bekerjasama dengan Dinas Pendidikan, lembaga pemerintahan seperti kabupaten-kabupaten, para pejabat daerah, lembaga pendidikan, biro perjalanan dan wisata serta masyarakat sekitar. Kerjasama ini berjalan dengan baik karena pada dasarnya museum tidak bisa berdiri tanpa bantuan pihak lain.

Kerjasama berjalan dengan baik terutama dengan pihak sekolah karena program museum dapat menarik pengunjung. Program museum yang diadakan salah satunya mengadakan lomba dengan sasaran utama siswa sekolah seperti contoh Lomba Cerdas Cermat.

Kerjasama museum dengan instansi pendidikan berjalan dengan baik, karena Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” dibawah naungan Dinas Pendidikan.

Kerjasama dengan biro perjalanan juga berjalan dengan baik karena Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” mengadakan kegiatan ayo berkunjung ke museum, dimana sekolah- sekolah yang sulit jangkauannya untuk berkunjung ke museum di jemput menggunakan bus dan dibawa ke museum untuk melihat koleksi- koleksi dan juga menonton film dokumenter. Setelah selesai mereka diantar kembali ke sekolah mereka dengan bus yang sama.

Kerjasama dengan pejabat daerah dan masyarakat juga berjalan dengan baik, karena museum mengadakan kegiatan museum masuk sekolah dan museum masuk desa tentunya sasaran utamanya adalah pejabat daerah dan masyarakat sekitar. Memperbaiki Sarana dan Prasarana

Strategi *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 dan prasarana yang ada di museum sudah mencukupi untuk segi kenyamanan. Karena dengan sarana yang memadai dan nyaman serta pelayanan dengan baik yang diberikan pihak museum membuat pengunjung merasa puas dan tertarik untuk berkunjung ke museum. Perawatan sarana dan prasarana Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” ada perawatan preventif yang dilakukan setiap hari dan perawatan kuratif sesuai dengan kondisi perawatan.

Membangun Citra Museum

Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” menjalin komunikasi yang baik dengan publiknya seperti contoh mengadakan kegiatan-kegiatan yang mendekati museum dengan masyarakat. Kegiatan Pemilihan Duta Museum sebagai contoh untuk membangun citra museum karena duta museum ditujukan untuk memperkenalkan atau mempromosikan kepada masyarakat akan keberadaan Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” dan pentingnya mengenal kebudayaan Lampung.

Selain itu Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” juga memberikan pelayanan kepada pengunjung dengan memberikan nomor- nomor yang dapat dihubungi apabila mereka ingin berkunjung ke

museum, hal ini untuk memudahkan pihak museum untuk melayani para pengunjung yang akan berkunjung ke museum.

Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” bersikap terbuka dengan masyarakat sekitar karena museum adalah ruang publik yang dapat digunakan oleh siapa pun, contohnya pedagang kaki lima berjualan di sekitar museum, untuk masyarakat duduk dan mengobrol, mahasiswa dan siswa sekolah dapat mengerjakan tugas di sekitar museum. Dengan pelayanan yang baik menjadi salah satu komunikasi untuk menciptakan citra positif dikalangan masyarakat karena museum sebagai sarana informasi, edukasi, dan rekreasi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang telah dikumpulkan maka dapat disimpulkan bahwa strategi *Public Relations* di Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” untuk meningkatkan minat pengunjung diantaranya :

1. Melakukan publikasi melalui media cetak seperti brosur, leaflet, booklet, dan buku panduan. Melalui media elektronik seperti televisi dan radio serta melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram.
2. Mengadakan pameran museum seperti pameran tetap, pameran temporer yaitu

pameran nasional dan pameran regional, pameran keliling yaitu museum masuk desa dan museum masuk sekolah.

3. Meningkatkan kerjasama dengan berbagai instansi seperti Dinas Pendidikan, lembaga pemerintahan, lembaga pendidikan, biro perjalanan/wisata dan masyarakat sekitar.
4. Memperbaiki sarana dan prasarana sudah dilakukan dengan baik. Perawatan Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” dilakukan secara preventif dan kuratif.
5. Museum Negeri Lampung “Ruwa Jurai” menjalin komunikasi dengan publik untuk menciptakan citra positif di kalangan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, Center, Broom. 2016. *Effective Public Relations Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana
- Danandjaja. 2011. *Peranan Humas Dala Perusahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hasibuan, S. P. Malayu. 2016. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teori – Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Kencana
- Moleong, L.J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morissan. 2010. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu,*

- Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan.*
Jakarta: Rajawali Pers
- Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi.*
Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta
- Suwatno. 2018. *Pengantar Public Relations Kontemporer.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Yusuf, Muri. 2017. *Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif, dan Gabungan.* Jakarta: Kencana

Sumber Lain :

- Arfianti Khadijah, Siti. 2017. Skripsi *Aktivitas Public Relations Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata Dan Pendidikan Di Museum H. M. Soeharto.* Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Laksana Putra, Effid. 2015. Skripsi *Aktivitas Public Relations Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata, Pendidikan Dan Budaya Di Museum Benteng Vredeburg Daerah Istimewa Yogyakarta.* Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Rahmada, Cita. 2017. Skripsi *Strategi Public Relations Objek Wisata Lembah Hijau Dalam Menghadapi Persaingan Antar Objek Wisata Di Bandar Lampung.* Bandar Lampung: Universitas Lampung
- Nur Fitriati, Winda. Jurnal Administrasi Perkantoran Volume 06, Nomor 02 Tahun 2018. *Strategi Humas Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Badan Perpustakaan Dan Kearsipan Kabupaten Sidoarjo.* Surabaya: Universitas Negeri Surabaya