

MADHANGI: Jurnal Ilmu Komunikasi URL Jurnal: https://mputantular.ac.id/ojsfikom	
---	---

**STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA MUSEUM BASOEKI
ABDULLAH JAKARTA**

***TOURISM COMMUNICATION STRATEGIES FOR BASOEKI
ABDULLAH MUSEUM JAKARTA***

Ariani Dewi, Ratih Kurnia Hidayati, Joshua Fernando

Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mpu Tantular¹
Hubungan Masyarakat, Ilmu Komunikasi, Universitas Mpu Tantular²
Hubungan Masyarakat, Ilmu Komunikasi, Universitas Mpu Tantular³

Email Korespondensi: ariani.fikom18@gmail.com
fikomumtjkt@gmail.com

ABSTRAK:	Info Artikel:
Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Museum Basoeeki Abdullah Jakarta. Adapun teori komunikasi yang digunakan adalah model komunikasi Philip Lesly sebagai alat analisis penelitian. Agar penelitian dapat tersusun secara rasional, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik wawancara dan observasi dalam pengumpulan data. Tujuh informan dalam penelitian ini terdiri dari Kepala Museum (informan kunci), tiga karyawan museum, dan tiga pengunjung museum. Dari hasil penelitian di lapangan, penulis menemukan bahwa strategi yang digunakan oleh pihak Museum Basoeeki Abdullah mengikuti pedoman kebijakan pemerintah pusat, yaitu Direktorat Jenderal Pendidikan dan Kebudayaan. Dalam perencanaan Rencana Strategis (Renstra) Museum Basoeeki Abdullah melalui beberapa tahapan sebagai berikut: (1) Tahap analisis dan riset adalah banyaknya wisata museum yang memamerkan koleksi pribadi di Jakarta dan daya tarik museum kepada pengunjung. Salah satu daya tarik yang dimiliki Museum Basoeeki Abdullah adalah tersedianya fasilitas bagi Sahabat Disabilitas. (2) Tahap perumusan kebijakan yaitu berupaya dalam memberikan rasa aman dan nyaman kepada pengunjung museum, serta menjalin kerjasama dengan sekolah-sekolah dan komunitas seni. (3) Perencanaan program	Riwayat Artikel: Diterima: 23 Maret 2023 Direvisi: 31 Agustus 2023 Disetujui: 01 Oktober 2023 Dipublikasikan: 1 November 2023

pelaksanaan adalah usaha menyiapkan sumber daya manusia atau tenaga dalam pengembangan dan pengoperasian museum berfungsi secara optimal. (4) Tahap kegiatan komunikasi yaitu melalui saluran komunikasi tradisional dan media baru seperti platform instagram.

Kata Kunci: **Komunikasi Pariwisata, Museum.**

ABSTRACT:

This study aims to analyze tourism communication strategies in increasing tourist visits to the Basoeki Abdullah Museum in Jakarta. The communication theory used is Philip Lesly's communication model as a research analysis tool. In order for the research to be structured rationally, the author used qualitative research methods with interview and observation techniques in data collection. The seven informants in this study consisted of the Museum Director (key informant), three museum employees, and three museum visitors. From the results of field research, the author found that the strategies used by the Basoeki Abdullah Museum followed the guidelines of the central government, namely the Directorate General of Education and Culture. In planning the Strategic Plan (Renstra) for the Basoeki Abdullah Museum, the following stages were undertaken: (1) The analysis and research stage involved examining the number of museums displaying private collections in Jakarta and the appeal of museums to visitors. One of the attractions of the Basoeki Abdullah Museum is the availability of facilities for people with disabilities. (2) The policy formulation stage involves efforts to provide a sense of security and comfort to museum visitors, as well as establishing cooperation with schools and art communities. (3) Program implementation planning involves efforts to prepare human resources or personnel for the development and operation of the museum to function optimally. (4) The communication activity stage involves utilizing traditional communication channels and new media such as Instagram.

Keywords: Tourism Communication, Museum.

PENDAHULUAN

Komunikasi pariwisata merupakan salah satu hasil dari berkembangnya ilmu komunikasi secara khusus dalam bidang pariwisata karena memiliki potensi besar sebagai sarana komunikasi. Agar dapat lebih memahami dan mengerti tentang komunikasi pariwisata, maka perlu memahami terlebih dahulu definisi pariwisata.

Pariwisata memiliki pengertian sebagai kegiatan perjalanan jauh maupun dekat yang dilakukan oleh sekelompok orang atau sendiri. Perjalan

ke objek wisata yang satu ke tempat wisata lainnya yang menjadi tujuan wisatawan tersebut berkunjung. Pariwisata menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) yaitu semua macam kegiatan tentang perjalanan rekreasi, melancong, liburan, dan turisme. Eduard Guyer Freuler mengungkapkan bahwa fakta dari zaman sekarang yang berdasarkan atas keperluan manusia akan penilaian, kesehatan, serta rasa cinta terhadap keindahan alam merupakan pengertian dari pariwisata.

Melalui pariwisata, berbagai bangsa dan masyarakat memperoleh bertambahnya suatu kerjasama atau relasi sebagai hasil dari perkembangan industri, perdagangan, maupun bisnis apapun (Dinas Pariwisata Buleleng, 2018). Bangsa Indonesia memiliki banyak potensi objek wisata yang begitu besar, dengan kekayaan alam dan beraneka budaya yang dimiliki. Pariwisata Indonesia merupakan salah satu aspek penting bagi bangsa dalam kemajuan perekonomian masyarakat, secara khusus bagi masyarakat daerah.

Sektor pariwisata khususnya yang terdapat di DKI Jakarta, juga mampu mengangkat perekonomian masyarakat Jakarta apabila di setiap objek wisatanya dapat dioperasikan dengan baik oleh pemerintah setempat maupun pihak-pihak lain yang berada di sekitar objek wisata tersebut. Museum merupakan salah satu objek wisata sejarah yang dapat dikunjungi oleh para wisatawan. Terdapat berbagai macam museum di Indonesia, termasuk di DKI Jakarta yang memiliki lebih dari dua puluh objek wisata museum.

Pada awalnya museum merupakan suatu tempat yang dikhususkan untuk merawat benda-benda bernilai eksotik milik raja yang pertama kali muncul di benua Eropa. Namun dalam berjalannya waktu dunia mengalami perkembangan, sehingga museum tidak hanya sebagai tempat yang sekadar menampilkan barang-barang yang memiliki nilai eksotik atau sejarah. Melainkan juga museum memiliki fungsi sebagai ruang untuk mengumpulkan, memelihara, menjaga, melestarikan, menampilkan, dan mengkomunikasikan setiap koleksi barang-barang sejarah serta budaya sebagai keperluan pengkajian, pembelajaran dan juga rekreasi.

Bagaimana strategi pariwisata yang digunakan oleh pihak museum Basoeeki Abdullah?

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Komunikasi Philip Lesly

Penulis menggunakan teori komunikasi Philip Lesly dalam penelitian akan strategi pariwisata yang terdapat di museum Basoeeki Abdullah. Pada komponen organisasi yang dikemukakan Philip Lesly memiliki empat tahapan, yaitu:

- 1) Analisis dan riset. Tahap yang mendasar dalam proses penyusunan perencanaan komunikasi yang memiliki dua indikator di dalamnya yaitu indikator diagnosa dan identifikasi. Pada indikator diagnosa, suatu kelompok organisasi perlu memahami hal apa saja yang menjadi

penyebab adanya masalah yang dihadapi. Setelah itu memasuki indikator yang kedua adalah identifikasi masalah, merupakan proses pemilihan masalah berdasarkan data dan fakta lapangan. Adapun tujuan dari identifikasi agar organisasi tersebut memberikan tanda-tanda pada masalah yang dihadapi sebagai prioritas untuk mencari solusi.

- 2) Perumusan kebijakan, merupakan tahap dimana suatu organisasi menentukan strategi komunikasi berdasarkan hasil diagnosa dan identifikasi masalah yang dilakukan sebelumnya sebagai peluang untuk memecahkan masalah yang dihadapi.
- 3) Perencanaan program pelaksanaan, sebagai tahap selanjutnya yang harus dilakukan suatu organisasi dalam menentukan hal-hal yang akan mendukung berjalannya strategi komunikasi yang sebelumnya sudah disusun. Hal pendukung tersebut dapat berupa tenaga atau sumber daya manusia, dana untuk proses operasional, dan berbagai fasilitas yang diperlukan.
- 4) Kegiatan komunikasi merupakan tahap terakhir dalam komponen organisasi. Kegiatan komunikasi merupakan bentuk implementasi atau wujud nyata pelaksanaan kegiatan yang sudah disusun melalui ketiga tahapan sebelumnya. Pada pelaksanaan tahap ini, diperlukan media atau saluran untuk menyebarluaskan informasi.

Dalam penelitian ini teori komunikasi Philip Lesly dilengkapi dengan teori komunikasi Lasswell dan teori komunikasi new media. Proses komunikasi Lasswell yang bersifat satu arah sering digunakan untuk menggambarkan konteks komunikasi massa, dengan mengandalkan kemajuan teknologi informasi dan media untuk menyebarkan informasi agar berkembang secara cepat bagi khalayak luas. Seperti terdapat pada stasiun televisi, radio, majalah, koran, dan sebagainya.

Komunikasi Pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu produk pelayanan khusus berupa jasa yang berada di tempatnya, tidak tampak seperti barang nyata yang bisa diperoleh di pasar. Pelayanan jasa ini hanya bisa diperoleh dengan langsung mendatangi tempat wisata tersebut (Usman, 2018).

Ada beberapa bidang yang dapat dikaji dan dikembangkan dalam penyelidikan yang menarik pada komunikasi pariwisata antara lain (Bungin, 2017):

- a) Komunikasi pemasaran pariwisata, menyelidiki keseluruhan konteks komunikasi pemasaran.
- b) *Brand Destinasi*. Sebuah *brand* pada produk destinasi, yang merupakan medium dan pesan itu sendiri dalam konteks dan proses komunikasi pemasaran pada umumnya, dan dalam konteks pemasaran pariwisata pada khususnya.

- c) Manajemen Komunikasi Pariwisata. Pada manajemen komunikasi terdapat asas dasar yang menjadi pembahasan penting, yang dilaksanakan. Bagaimana pihak pengelola objek wisata tersebut menerapkan manajemen yang tepat di bidang komunikasi pariwisata yaitu bagaimana pihak manajemen untuk *manage* pemasaran pariwisata, destinasi, dan lain sebagainya.
- d) Komunikasi Transportasi. Para wisatawan memerlukan komunikasi tentang akses yang mudah dicapai ke destinasi pariwisata. Sehingga mereka sangat memerlukan informasi transportasi dan jalur yang mudah dilalui untuk dapat tiba ke tempat wisata dengan cepat dan mudah.
- e) Komunikasi visual pariwisata merupakan bidang desain grafis yang sangat menantang bagi para pengelola industri pariwisata yang akan selalu berkembang dari waktu ke waktu.
- f) Komunikasi Kelompok Pariwisata, merupakan kemampuan berkomunikasi yang dimiliki oleh pribadi sebagai pelaksana pariwisata. Baik sebagai pemilik objek wisata.
- g) Komunikasi *Online* Pariwisata. Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat, turut memberikan peranan penting dalam komunikasi pariwisata.
- h) *Public Relations*. *Public Relations* merupakan bidang yang sangat menarik dalam komunikasi pariwisata dan memiliki minat yang besar, karena menjadi salah satu pintu masuk pariwisata ke berbagai destinasi wisata. Pihak komunikator pada posisi *public relations* harus memiliki keahlian dan keterampilan khusus dalam berkomunikasi.
- i) Riset Komunikasi Pariwisata. Komunikasi pariwisata menaruh impian yang besar pada riset karena sebagai salah satu puncak pengembangan kajian pariwisata. Banyak objek-objek wisata yang dapat dijadikan riset komunikasi pariwisata.

Riset komunikasi pariwisata dalam penelitian ini mengangkat objek wisata Museum Basoeki Abdullah Jakarta.

Wisata Museum

Secara garis besar museum merupakan sebuah bangunan yang memiliki beberapa ruangan yang berfungsi sebagai tempat memamerkan, menyimpan dan merawat, sebagai pengamanan, pemanfaatan, serta pelestarian hasil budaya dari daerah tertentu. Museum juga digunakan untuk berbagai kegiatan, mulai dari rekreasi atau hiburan hingga kepentingan edukasi serta penelitian.

Menurut Ida Bagus Kade Subhiksu dan I Gusti Bagus Rai dalam bukunya *Daya Tarik Wisata Museum Sejarah dan Perkembangannya di Ubud Bali*, jenis museum secara umum dibagi berdasarkan pada koleksi yang dimiliki serta kedudukannya (Kade Subhiksu, 2018). Jenis museum berdasarkan koleksi yang dimiliki adalah museum umum dan museum khusus.

- Museum umum memiliki koleksi bukti material manusia dan atau lingkungannya yang berhubungan dengan berbagai cabang disiplin ilmu,

seni, dan ilmu teknologi.

- Museum khusus adalah jenis museum yang hanya memiliki koleksi dari satu cabang disiplin ilmu atau cabang seni.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berakar dari paradigma konstruktivisme yang menekankan pada ilmu, tidak berdasarkan pada hukum atau prosedur yang kaku. Setiap peristiwa yang dijumpai bisa jadi memiliki makna yang berbeda, karena ilmu bersifat induktif, berjalan dari spesifik menuju ke yang umum dan abstrak (Muslim, 2016).

Paradigma konstruktivisme pada penelitian ini didasarkan pada pola pikir induktif yang akhirnya menemukan pemecahan persoalan untuk menghasilkan sebuah kesimpulan. Penggunaan metode penelitian kualitatif bertujuan agar penelitian dapat tersusun secara rasional dengan menggunakan jenis serta teknik tertentu dalam mengumpulkan data. Penelitian yang berusaha menemukan pola sederhana yang didasarkan pada konsep tertentu dengan mendahulukan pentingnya konsep rujukan dalam mengukur suatu fenomena. Tujuannya adalah mengembangkan konsep dan menghimpun fakta-fakta yang diperoleh dari lapangan (Atwar Bajari, 2017:45).

Sasaran dan Waktu Penelitian

Sasaran penelitian ini adalah strategi komunikasi pariwisata pada Museum Basoeeki Abdullah Jakarta. Dengan lokasi penelitian Museum Basoeeki Abdullah terletak di Jalan Keuangan Raya No.19, Rt.07/ Rw.05, Cilandak Barat, Jakarta Selatan. Penelitian dimulai sejak tanggal 26 Maret 2022. Fokus penelitian ini adalah strategi komunikasi pariwisata Museum Basoeeki Abdullah Jakarta.

Metode pengumpulan data

Data adalah suatu hasil yang didapatkan oleh peneliti dari pengukuran atau pengamatan suatu variable yang bentuknya bisa berupa kalimat ataupun angka.

Berdasarkan cara memperolehnya, jenis data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

1) Data Primer

Peneliti memperoleh data dari obyek penelitian sebagai data primer. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik observasi dan wawancara.

- **Observasi.**

Secara umum observasi merupakan suatu kegiatan mengamati objek yang diteliti secara langsung di lapangan. Teknik observasi yang digunakan adalah teknik partisipasi pasif yang berarti peneliti berada langsung di tempat penelitian untuk mengamati subjek penelitian.

- **Wawancara.**

Wawancara merupakan suatu proses dalam memperoleh informasi.

Proses wawancara ini dapat dilakukan dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, di mana jika pewawancara dan informan pernah terlibat bersama dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

Adapun sumber informasi yang telah ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a) *Key informan* Kepala Museum Basoeki Abdullah Jakarta,
- b) Informan utama adalah bagian Edukator dan Humas Museum Basoeki Abdullah Jakarta,
- c) Informan tambahan yaitu bagian Publikasi dan Pemandu museum, serta Pengunjung museum.

2). Data Sekunder

Data Sekunder ialah segala informasi yang didapat oleh peneliti tanpa harus mengumpulkan data secara langsung di lapangan dari obyek yang diteliti. Melainkan peneliti mendapatkan data yang diperlukan dari sumber lain yang sudah ada. Adapun sumber data tersebut berupa dokumentasi dan artikel (jurnal dan skripsi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengenal Pribadi Basoeki Abdullah

Seniman Basoeki Abdullah, dikenal sebagai sang maestro pelukis Indonesia yang beraliran romantisme dan naturalism. Basoeki lahir saat Indonesia masih bertatus Hindia Belanda. Putra kedua dari pasangan R. Abdullah Suriosubroto dan Raden Nganten Ngadisah ini lahir di Desa Sriwedari, Surakarta pada 27 Januari 1915 memiliki seorang kakak dan adik. Bakat melukis menurun dari ayahnya, salah satu pelukis terbaik sekaligus yang pertama di abad ke-20. Kakek Basuki Abdullah, dokter Wahidin Sudirohusodo adalah seorang figur sejarah Kebangkitan Nasional Indonesia.

Basuki Abdullah sudah mulai menyukai dunia seni sejak dari kecil, saat berumur 4 tahun. Basoeki Abdullah kecil dikenal sebagai pelukis potret dengan hasil gambar memiliki tingkat kemiripan dan teknis lukisan yang luar biasa. Seorang Basoeki Abdullah mulai senang melukis figur-figur penting seperti Isa Almasih, Mahatma Ghandi, dan tokoh-tokoh bangsa lainnya dari berbagai negara.

Sejak muda, Basoeki sudah mengikuti dan mengadakan pameran lukisan di dalam negeri maupun di luar negeri. Untuk pertama kalinya Basoeki Abdullah mengadakan pameran di Victorian Hotel, Amsterdam pada 29 Februari 1936 pada saat sedang belajar seni lukis di Academie Voor Beeldende Kunsten di Den Haag. Basoeki Abdullah juga melukis tokoh-tokoh yang hadir pada Konferensi Meja Bundar di Belanda pada 1949. Selain karya lukisan potret, Basoeki Abdullah juga melukis pemandangan dan lukisan abstrak.

Kamar tidur Basoeki Abdullah telah menjadi saksi bisu akan tragedi. Wafatnya sang maestro Indonesia ternama pada malam hari. Pelukis Basuki Abdullah meninggal karena dipukul kepalanya menggunakan bagian gagang senapan miliknya sendiri oleh perampok yang ketahuan hendak mencuri jam tangan milik Basoeki Abdullah di malam hari. Saat perampok itu masuk yang adalah tukang kebunnya, Basoeki Abdullah sedang berdoa di kamar pribadinya.

Pada 5 November 1993, Basoeki Abdullah tewas di kamar tidur dalam posisi tertelungkup di rumah kediamannya. Jenasahnya pertama kali ditemukan oleh pembantunya di pagi hari. Dalam surat wasiat yang ditulis sebelum kematiannya, Basuki Abdullah berpesan kepada keluarga agar memberikan rumah beserta sebagian besar karya dan koleksinya untuk bangsa Indonesia.

Museum Basoeki Abdullah

Museum Basoeki Abdullah merupakan satu dari enam objek wisata sejarah yang terletak di daerah DKI Jakarta, pengelolaannya di bawah Dirjen Pendidikan dan Kebudayaan. Pada awalnya sebelum menjadi museum, bangunan ini merupakan rumah pribadi kediaman Basoeki Abdullah bersama keluarga. Kemudian tahun 1998 diserahkan kepada Pemerintah Republik Indonesia melalui Direktorat Jenderal Pendidikan dan Kebudayaan. Salah satu museum pemerintah yang pengelolaannya langsung di bawah kebijakan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi. Pihak



Gambar 1. 1 Museum Basoeki Abdullah (2022)

museum langsung bertanggungjawab kepada Direktorat Jenderal Kebudayaan.

Rumah dua tingkat ini memiliki luas bangunan kurang lebih 600m² dan untuk luas tanah yang berada di dalam kompleks perumahan kurang lebih 45m², menjadikan Museum Basoeki Abdullah terasa dekat dengan rakyat setempat dan selalu berupaya dapat mendengar aspirasi masyarakat untuk menjadikan Museum Basoeki Abdullah sebagai ruang terbuka umum, terutama dalam berbagai kegiatan kesenian.

Agar lebih berfungsi secara optimal sebagai museum, maka rumah ini kemudian direnovasi. Setelah proses renovasi selesai, museum Basoeki Abdullah gedung satu pada tanggal 25 September 2001 diresmikan oleh Drs. I Gede Ardika sebagai Menteri Kebudayaan dan Pariwisata. Beberapa

tahun kemudian pemerintah membeli sebuah rumah di sebelah kediaman Basoeki Abdullah untuk dibangunnya Gedung II sebagai upaya dalam pengembangan museum. Gedung dua museum ini diresmikan oleh Abdullah oleh Bapak Prof. Dr. Muhadjir Effendy, MAP pada 29 November 2016.

Museum Basoeki Abdullah menyimpan berbagai macam koleksi pribadi yang terdiri dari 123 buah hasil karya lukisan dan 720 buah koleksi pribadi pelukis Basoeki Abdullah berupa patung, topeng, wayang, senjata dan sebagainya. Juga terdapat koleksi buku-buku dan majalah Basoeki Abdullah yang berjumlah kurang lebih ada 3000 buah.

Dalam upaya pelayanannya kepada masyarakat luas, Museum Basoeki Abdullah merancang berbagai program kerja di antaranya dengan memperkenalkan berbagai karya lukisan melalui pameran, menyelenggarakan seminar, penelitian dan lokakarya.

Hasil Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti berupaya dalam mengumpulkan data informasi dengan cara melakukan proses wawancara tatap muka terhadap enam orang informan atau narasumber penelitian, serta satu narasumber secara *online*.

1) Analisis dan riset.

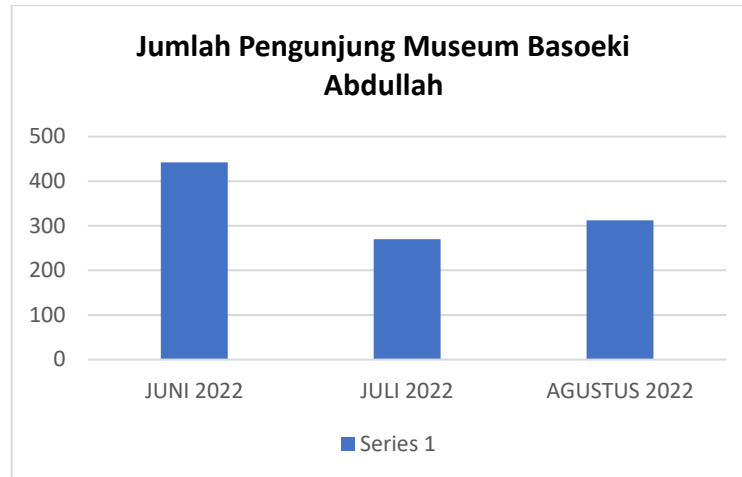
Daya tarik wisata museum Basoeki Abdullah adalah memiliki berbagai koleksi lukisan sang maestro, berbagai koleksi pribadi Basoeki Abdullah seperti wayang, senjata, aksesoris, buku, dan juga kamar tidur yang menjadi saksi bisu kematian pelukis nasional Basoeki Abdullah pada tanggal 5 November 1993.

Tahun 2019 dihasilkan karya berupa lukisan mural pada sisi tonggak tiang MRT jalan RS Fatmawati sebagai sarana penunjuk jalan menuju Museum Basoeki Abdullah. Lukisan ini merupakan hasil kerjasama dan dukungan dengan Pemerintah DKI Jakarta dan PT. MRT. Keberadaan Museum Basoeki Abdullah di tengah-tengah masyarakat, menjadikan museum dekat di hati masyarakat, terutama di RW 05 Cilandak Barat.

Pihak museum Basoeki Abdullah selalu berupaya dalam meningkatkan pelayanan, sarana dan fasilitas museum kepada pengunjung. Diantaranya juga merupakan museum yang bersahabat dengan para penyandang disabilitas dengan disediakannya fasilitas berupa jalur kursi roda, ketersediaan kursi roda di museum dan keberadaan huruf *braille* untuk menjelaskan koleksi yang dipamerkan. Hal ini pun didukung dengan pemandu museum atau Edukator Museum yang mampu berkomunikasi dengan penyandang disabilitas. Museum Basoeki Abdullah dengan demikian telah diakui sebagai Museum Bersahabat dalam rangka Indonesia Museum Award 2019.

Berdasarkan data yang dimiliki pihak museum Basoeki Abdullah, tercatat jumlah pengunjung museum di bulan Juni 2022 berjumlah 442

pengunjung, Juli ada 270 pengunjung, dan di bulan Agustus berjumlah 312 pengunjung.



Gambar 1. 2 Grafik jumlah pengunjung museum (2022).

Total jumlah pengunjung Museum Basoeki Abdullah setiap bulannya mengalami naik turun. Baik wisatawan yang datang langsung ke museum, maupun berkunjung secara virtual melalui sosial media yang dimiliki Museum Basoeki Abdullah (website, IG, FB, dan twitter).

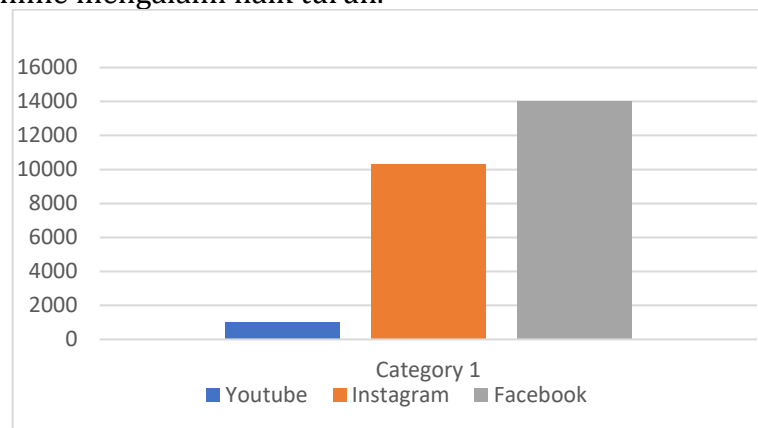
2) Perumusan Kebijakan

Kebijakan Museum Basoeki Abdullah berada di bawah Direktorat Jenderal Kebudayaan karena merupakan salah satu Unit Pelaksana Teknis (UPT) Direktorat Jenderal Kebudayaan, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi. Museum di DKI Jakarta, yang tercatat sebagai UPT di bawah Direktorat Jenderal Kebudayaan selain Museum Basoeki Abdullah ada Museum Nasional, Museum Kebangkitan Nasional (RSPAD Gatot Subroto), Museum Naskah Proklamasi (Taman Soerapati), Museum Sumpah Pemuda, dan Galeri Nasional. Satu museum berada di Yogyakarta yaitu benteng Vredeburg yang bertanggungjawab langsung kepada Ditjen Kebudayaan.

Museum Basoeki Abdullah terus berbenah diri dalam upaya terus meningkatkan pelayanan kepada pengunjung. Sejak 2018 gedung dua Museum Basoeki Abdullah terbuka untuk tempat umum bereksprosi dalam karya, tempat apresiasi masyarakat terhadap museum. Pihak museum Basoeki Abdullah dengan bantuan Dirjen Kebudayaan, merancang program kegiatan untuk menjalin kerjasama dengan satuan lembaga pendidikan baik sekolah dari jenjang PAUD, SD, SMP hingga SMA, dan juga berbagai Universitas, Komunitas dan kelompok Seniman dalam mengadakan kegiatan seni melalui pameran seni rupa atau seminar. Berbagai program kegiatan, mulai dari seminar online dan lomba karya lukis dalam event Basoeki Abdullah Art Award. Tahun 2022 ini merupakan Basoeki Abdullah Art Award #4 dengan tema Ideolog Kini,

Tokoh dan Bangsa.

Meningkatkan pelayanan juga termasuk dalam pengembangan informasi kepada masyarakat melalui berbagai media baru yang dimiliki oleh museum Basoeki Abdullah, di antaranya melalui channel youtube, Instagram, Facebook dan website. Setiap harinya jumlah pengunjung secara online mengalami naik turun.



Gambar 1. 3 Grafik jumlah followers media sosial (2022).

Jumlah pengikut (*followers*) ataupun subscriber berdasarkan grafik di atas ada 1.013 untuk channel youtube, 10.300 mengikuti instagram (IG) museum Basoeki Abdullah, dan 14.000 pengikut media sosial facebook.

3) Perencanaan program pelaksanaan.

Setiap lembaga pasti menghadapi permasalahan yang berbeda antara lembaga satu dengan yang lainnya. Museum Basoeki Abdullah. Museum yang menyimpan berbagai koleksi karya sang maestro Basoeki Abdullah, mempunyai permasalahannya sendiri, antara lain:

- a. Semakin berkembangnya teknologi informasi, museum Basoeki Abdullah masih memiliki keterbatasan dalam memberikan layanan yang berkaitan dengan penyediaan informasi, penggunaan teknologi yang mampu menyajikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan interaktif kepada pengunjung museum.
- b. Keterbatasan prasarana museum yang terkait pengelolaan koleksi. Museum Basoeki Abdullah belum memiliki depot lukisan dengan ukuran dan peralatan yang memenuhi persyaratan. Belum ada laboratorium konversi, sebagai tempat pelestarian koleksi dan tidak ada ruang dokumentasi untuk koleksi.
- c. Museum Basoeki Abdullah juga belum memiliki lahan parkir yang diperuntukan sebagai tempat parkir mobil dan bus. Merupakan salah satu sarana prasarana bagi pengunjung museum.

Tahap perencanaan program pelaksanaan komunikasi pariwisata dalam program kerja di Museum Basoeki Abdullah, memiliki indikator terkait dengan sumber daya. Dalam tahap perencanaan Rencana

Strategis (Renstra) Museum Basoeki Abdullah pada indikator yang pertama adalah sumber daya manusia (SDM), yang berarti setiap orang yang terlibat dalam pengembangan dan pengoperasian museum berfungsi secara optimal. Termasuk SDM yang akan menjadi mitra, yang nantinya akan membantu pihak museum dalam pelaksanaan program Museum Basoeki Abdullah.

Sedangkan dalam tahap perencanaan Rencana Strategis (Renstra) Museum Basoeki Abdullah pada indikator sumber dana, dana yang diperoleh bersumber dari pemerintah pusat berdasarkan anggaran yang telah dibuat oleh pihak museum dalam Renstra (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2020). Sehingga untuk menanggapi bantuan dari pihak luar yaitu sponsor atau donator yang hendak mendukung program museum, maka dapat melalui kerangka regulasi yang memerlukan surat keputusan dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi tentang sponsor dalam kegiatan museum.

4) Kegiatan komunikasi

Tahap yang diperlukan sebagai tindakan yang harus dilaksanakan dalam upaya menyebarkan informasi mengenai segala sesuatu tentang museum Basoeki Abdullah. Terdapat berbagai media komunikasi yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian informasi kepada target komunikasi pariwisata. Pemilihan media komunikasi yang tepat, akan memberikan kontribusi untuk mencapai tujuan komunikasi pariwisata secara efektif dan efisien. Tahap kegiatan komunikasi adalah puncak dari tahap perencanaan komunikasi yang telah dilaksanakan sebelumnya.

Museum Basoeki Abdullah memiliki beberapa sarana komunikasi berupa sosial media seperti FB (facebook), IG (Instagram), Twitter, channel youtube, juga website (museumbasoekiabdullah.or.id) dalam menyebarkan informasi guna memperkenalkan museum Basoeki Abdullah kepada masyarakat. Dengan mencetak brosur yang memberikan gambaran singkat tentang museum dan berbagai kegiatan yang sedang berlangsung Selain itu bekerjasama dengan media cetak, lembaga pendidikan dan komunitas seni. Pihak museum pun sudah berupaya dalam menyajikan kunjungan ke museum Basoeki Abdullah secara virtual. Masyarakat dapat mengaksesnya melalui website museum Basoeki Abdullah.

HASIL PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang diperoleh di lapangan berupa data yang memperlihatkan bahwa strategi komunikasi pariwisata yang terdapat di museum Basoeki Abdullah sudah tersusun melalui empat tahapan. Hal ini seperti yang dijelaskan pada model komunikasi Philip Lesly yang terdiri dari analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan dan kegiatan komunikasi. Peneliti mendapatkan hasil beserta pembahasannya dari hasil pengumpulan data sebagai berikut:

1. Pada tahap pertama. Menurut Philip Lesly tahapan analisis dan riset merupakan tahapan awal untuk dapat mengetahui atau mendiagnosa serta mengidentifikasi permasalahan yang sedang dihadapi. Strategi komunikasi pada hakikatnya merupakan kesatuan antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi dalam upaya mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Strategi yang digunakan harus dapat mengarahkan bagaimana pendekatan yang dilakukan tergantung dengan situasi dan kondisi museum Basoeki Abdullah. Berdasarkan dari penjelasan tersebut, bahwa kegiatan analisis dan riset yang dilakukan oleh pihak Museum Basoeki Abdullah, menunjukkan bahwa masyarakat umum dari berbagai lapisan menjadi sasaran dalam perencanaan kerja museum. Melalui kerjasama yang dibangun dengan mitra atau Sahabat Museum, merupakan salah satu upaya yang dilakukan agar tujuan dan manfaat keberadaan museum Basoeki Abdullah sampai pada hati masyarakat luas.
2. Tahap kedua. Pada tahap kedua perumusan kebijakan, Museum Basoeki Abdullah mengikuti kebijakan dari Direktorat Jenderal Pendidikan dan Kebudayaan. Perumusan kebijakan merupakan strategi yang digunakan untuk memecahkan masalah yang dibuat oleh para penentu kebijakan. Dalam hal ini, penentu kebijakan adalah Kementerian Pendidikan, Budaya, Riset dan Teknologi. Pada tahapan ini, pihak pemerintah pusat mempercayakan program kerja dan rencana strategis kepada susunan pengurus Museum Basoeki Abdullah sebagai salah satu unit pelaksana. Setelah menentukan strategi yang akan dilakukan, pihak Museum Basoeki Abdullah melakukan sosialisasi kepada masyarakat melalui berbagai media informasi tentang program museum sebagai upaya memperkenalkan dan meningkatkan kunjungan wisata museum.
3. Tahap ketiga. Menurut Philip Lesly, dalam perencanaan program pelaksanaan perlu ditetapkan adanya tenaga, sumber dana dan fasilitas yang dapat mendukung kegiatan pariwisata berlangsung dengan baik. Pada saat ini, setiap pribadi yang bekerja di museum bukan orang yang asal mendapat pekerjaan saja. Mereka yang bekerja harus siap memasuki dunia professional. Bekerja di museum bukan lagi bersifat kesenangan, pekerjaan berdasarkan hobi, atau karena menyukai koleksi barang-barang antik. Tenaga yang bekerja di museum bukan orang biasa yang hanya mempunyai minat saja, melainkan setiap pribadi yang siap dan harus terbuka untuk mengembangkan diri dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya di bidang permuseuman. Selain itu karyawan tersebut harus bertindak sebagai aparat hukum jika karyawan tersebut bekerja di kebun binatang atau objek wisata kebun raya. Mereka yang bekerja di museum sejarah dan budaya terikat dengan pelaksanaan Undang-undang Cagar Budaya.
Museum Basoeki Abdullah pada tahapan ini telah

mempersiapkan segala sesuatunya sebelum kegiatan komunikasi dilakukan. Sumber dana yang diperoleh museum Basoeki Abdullah berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara atau disingkat menjadi APBN.

4. Tahap keempat. Pada tahap akhir yaitu kegiatan komunikasi, melakukan tindakan yang seharusnya dilakukan. Kegiatan tersebut ialah menyebarluaskan informasi melalui media komunikasi yang tersedia. Pada kegiatan komunikasi ini, Museum Basoeki Abdullah melakukan tindakan yang sudah direncanakan sebelumnya yaitu kegiatan Basoeki Abdullah Art Award #4 dan melakukan penyebarluasan informasi. Dalam penyebaran informasi mengenai kegiatan Basoeki Abdullah Art Award #4, pihak Museum Basoeki Abdullah menggunakan media sosial dan juga media cetak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti menyimpulkan dan menyarankan dalam upaya memperkenalkan objek wisata Museum Basoeki Abdullah, yaitu :

1. Meningkatkan dan memaksimalkan kerjasama dengan lembaga pendidikan formal (PAUD, TK, SD, SMP dan Perguruan Tinggi) dengan berbagai program kegiatan dalam jangka waktu tertentu. Dan juga kerjasama dengan Sahabat Museum seperti komunitas-komunitas dan para Pekerja Seni.
2. Berusaha secara optimal dalam upaya promosi objek wisata museum melalui pemanfaatan media baru berbasis internet. Media baru ini dapat menggunakan blog dan *website* resmi Museum Basoeki Abdullah, juga berbagai sosial media Museum Basoeki Abdullah Jakarta.
3. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia atau tenaga yang dimiliki Museum Basoeki Abdullah dalam hal peningkatan wawasan dan keterampilan akan kemajuan teknologi melalui berbagai pelatihan.

Masyarakat sebagai pengunjung museum Basoeki Abdullah juga memiliki peran dalam memperkenalkan museum kepada keluarga, teman, maupun komunitasnya sehingga fenomena tentang museum perlahan dapat berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- Bajari, A. (2017). *Metode Penelitian Komunikasi : Prosedur, Tren, dan Etika* (N. S. Nurbaya (ed.); Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, B. (2017). *Komunikasi pariwisata (tourism dan communication) : pemasaran dan brand destinasi*. Prenada Media.
- Cangara M.Sc., Ph.D., P. H. H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Oktober 20). PT Rajagrafindo Persada.
- Dinas Pariwisata Buleleng. (2018). *Pariwisata*. Artikel.
<https://dispar.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/pariwisata-64>
- Kade Subhiksu, I. B. & G. B. R. U. (2018). *Daya Tarik Wisata Museum Sejarah dan Perkembangannya di Ubud Bali*. Penerbit Buku Pendidikan Deepublish.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2020). *Rencana Strategis Museum Basoeki Abdullah 2020-2024*.
https://museumbasoekiabdullah.or.id/assets/uploads/download/Renstra_Museum_Basoeki_Abdullah_2020-2024_full1.pdf
- Muslim. (2016). "Varian-varian paradigma, pendekatan, metode, dan jenis penelitian dalam ilmu komunikasi". *Wahana*, 1(10), 77–85.
- Usman, C. (2018). *Komunikasi Dalam Pembangunan Destinasi Pariwisata*. Deepublish.