

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Museum adalah salah satu sarana penampungan segala macam peninggalan dari masa prasejarah dan sejarah yang perlu masyarakat ketahui dan pelajari, dengan adanya museum maka keberadaan masa lalu yang telah tersimpan bisa kita pelajari, pahami dan kita akan menemukan berbagai penjelasannya. Museum juga bertujuan untuk merawat, memiliki koleksinya untuk dipamerkan dan terbuka secara rutin . Museum memiliki peran penting dalam melestarikan warisan sejarah dan budaya dengan cara mengumpulkan, merawat, meneliti, mengkaji, mengkomunikasikan dan memamerkan benda bersejarah untuk kepentingan penelitian, pendidikan dan hiburan. Tercatat pada Direktorat Pelestarian Cagar Alam Dan Permuseum jumlah museum di Indonesia hingga tahun 2018 memiliki 435 museum, baik yang dikelola oleh pemerintah maupun perorangan atau masyarakat. Jumlah tersebut masih akan terus bertambah seiring dengan proses pembangunan beberapa museum baru.

Museum tentunya tidak dapat dipisahkan dari koleksinya. Koleksi merupakan jantungnya museum. Koleksi museum harus disajikan sebagai salah satu bentuk komunikasi yang penting dalam upaya menarik minat masyarakat berkunjung ke museum. Dalam penyajian koleksi museum harus memperhatikan nilai estetik, artistik, edukatif dan informatif. Berkaitan dengan pengunjung museum dalam penyajian koleksi harus memperhatikan kebebasan bergerak bagi

pengunjung, sirkulasi pengunjung museum, kenyamanan pengunjung museum, dan keamanan koleksi museum. Oleh karena itu, Museum di Indonesia seharusnya memiliki strategi yang meliputi komunikasi untuk menginformasikan koleksinya dan menyelenggarakan kegiatan yang interaktif untuk menarik perhatian pengunjung.

Istilah strategi sudah menjadi istilah yang sering digunakan oleh masyarakat untuk menggambarkan berbagai makna seperti suatu rencana, taktik atau cara untuk mencapai apa yang diinginkan. Sebuah lembaga atau perusahaan tentunya memiliki strategi untuk kepentingan internal, strategi tidak dapat diabaikan begitu saja untuk kepentingan instansi atau perusahaan. Strategi tersebut sangat diperlukan supaya langkah – langkah yang akan dilakukan demi kepentingan lembaga atau perusahaan tersebut bisa lebih terarah dan mencapai hasil yang diinginkan. Kebijakan maupun program-program yang dimiliki perusahaan harus terealisasi dengan baik sehingga bisa sampai dan diketahui oleh masyarakat. Maka dari itu perusahaan harus menyusun strategi agar tujuan tersebut bisa tercapai oleh lembaga atau perusahaan.

Strategi pada hakikatnya strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. (Effendy, 2007:32)

Didalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan

gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Jadi perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen maupun pengunjung dengan dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada.

Strategi komunikasi bukan hal yang mudah untuk dilakukan oleh siapapun. Beragamnya strategi komunikasi yang dapat dilakukan baik itu secara langsung atau melalui media publikasi yang pada saat ini sudah dengan mudah dapat digunakan dimanapun dan kapanpun, mengharuskan perusahaan menentukan strategi komunikasi yang tepat untuk membuat sebuah komunikasi yang efektif.

Strategi komunikasi pada sebuah museum umumnya hanya memberikan informasi mengenai koleksi yang ada di museum itu sendiri. Dalam pelaksanaannya sendiri kegiatan yang dilakukan hanya menyampaikan pesan mengenai seputar koleksi museum yang ada tanpa adanya sesuatu yang menarik untuk memunculkan minat masyarakat mengunjungi sebuah museum. Itulah salah satu yang menjadi faktor kurangnya minat masyarakat untuk mengunjungi museum dikarenakan kegiatan yang dilakukan masyarakat di museum tidak interaktif.

Dari sekian banyak museum yang ada di negeri ini, Indonesia memiliki museum yang menyimpan kekayaan peninggalan masa prasejarah yang memfokuskan bidang pada peninggalan geologi dunia, yakni Museum Geologi. Museum Geologi Bandung adalah merupakan salah satu yang menjadi bagian dari Badan Geologi Bandung. Permasalahan yang sama juga terjadi di Museum Geologi Bandung karena tingkat pengunjung yang datang ke museum didominasi oleh

Pelajar dari dalam maupun luar kota Bandung dan sedikitnya pengunjung dari masyarakat atau umum yang mengunjungi museum ini. Salah satu faktor kurangnya pengunjung dari masyarakat ini bisa terjadi karena kurangnya kegiatan yang menarik sehingga dapat merangsang masyarakat untuk mengunjungi museum maupun informasi yang didapatkan hanya meliputi koleksi museum yang tidak dibentuk dalam sebuah media komunikasi dapat menarik untuk pengunjung itu sendiri.

Museum Geologi Bandung yang terletak di Jalan Diponegoro no 57 Bandung ini memang sengaja dibangun untuk kepentingan di bidang Geologi oleh pemerintah pada waktu itu, saat Museum Geologi berdiri tahun 1929 negeri ini masih dalam masa kolonial yang diperintah oleh Belanda, sejak tahun 1850 koleksi-koleksi dibidang Geologi yang merupakan peninggalan masa Prasejarah sudah terkumpulkan dan untuk menampungnya maka dibangunlah Museum Geologi ini, hingga sekarang pusat penyimpanan koleksi-koleksi tersebut tersimpan rapi di Museum Geologi Bandung dan bisa dimanfaatkan oleh masyarakat untuk menambah informasi mengenai peninggalan warisan masa lalu khususnya masa prasejarah.

Museum Geologi Bandung yang notabene adalah instansi yang berada dibawah naungan pemerintah memiliki tujuan yang jelas, yaitu mengkomunikasikan semua isi yang berada dalam Museum yang tentu saja bermanfaat kepada masyarakat. Belakangan untuk menambah manfaat, Museum Geologi juga memperkaya koleksi serta informasi didalamnya dengan pengetahuan tentang fenomena alam semacam Tsunami, Gempa Bumi dan Letusan Gunung Api,

dengan penjelasan dari fenomena-fenomena alam tersebut diharapkan Museum Geologi dapat menjadi Museum yang mampu memenuhi informasi Masyarakat tentang keberagaman alam di bumi ini serta mampu memberikan kesadaran secara menyeluruh bahwa sejarah dari masa ke masa ikut membantu masyarakat di zaman ini dalam menjalankan kehidupan.

Sejak tahun berdirinya Museum Geologi Bandung telah cukup banyak menyedot perhatian masyarakat, baik itu lokal maupun mancanegara. Akan tetapi dibalik antusiasme masyarakat yang mengunjungi museum setiap tahunnya, ternyata jumlah tersebut masih dirasa kurang untuk ukuran penduduk Indonesia yang berjumlah 265 juta lebih, muncul masalah juga bahwa para pengunjung tersebut adalah rata-rata anak-anak SD, SMP, SMA atau lembaga belajar setingkat dari berbagai daerah di Indonesia yang datang dalam bentuk rombongan yang berkunjung hanya untuk memenuhi kewajiban sekolahnya masing-masing, kurangnya kesadaran masyarakat sendiri untuk menjelajah atau berkunjung ke museum sebagai salah satu tempat wisata yang beredukasi.

Pihak Museum Geologi Bandung wajib mempunyai suatu kegiatan yang dapat memberikan pelayanan bagi publik yang kegiatannya dapat memunculkan minat dalam benak publik dan sekaligus menginformasikan berbagai koleksinya . Salah satu kegiatan yang menjadi unggulan pihak Museum Geologi Bandung adalah “ *Day and Night At The Museum*”, Studi pendahuluan yang dilakukan peneliti dengan mewawancarai Bapak Danang P. Hadiputro selaku staf pelayanan publik Museum Geologi Bandung menjelaskan :

“Awalnya kegiatan ini sih kita coba-coba kerjasama dengan komunitas *Earth Hour* Bandung , ternyata responnya baik dari pengunjung dan dari situ kita coba buat kegiatan ini lagi” (Danang, wawancara 24 April 2019).

Kegiatan “*Day And Night At The Museum*” adalah kegiatan yang berlangsung di Museum Geologi Bandung pada siang hari hingga malam hari yang melibatkan banyak publik eksternal yakni pengunjung dengan prespektif edukasi mengenai koleksi-koleksi geologi yang dimiliki oleh Museum Geologi Bandung. “*Day and Night At The Museum*” merupakan salah satu program dari Museum Geologi Bandung yang saat ini menjadi program unggulan dikarenakan cukup banyak menyita perhatian khalayak umum, karena biasanya pengunjung yang kerap mengunjungi Museum Geologi Bandung pada siang hari khususnya hari kerja dari hari Senin sampai Jumat mayoritas adalah siswa/siswi SD, SMP, dan SMA. Awalnya Kegiatan “*Day And Night At The Museum*” hanya dilaksanakan pada malam hari saja atau biasanya dikenal dengan “*Night At The Museum*” dan sudah berlangsung dari tahun 2012. Pada bulan Agustus 2017 Museum Geologi menambahkan cara pada siang hari dengan menggelar seminar dengan tema “Bersama Museum Rekatkan Bhineka”. Kegiatan ini dilaksanakan setiap bulan pada akhir pekan atau hari sabtu oleh Museum Geologi dan pada setiap bulannya menampilkan Tema yang berbeda. Hal tersebut memang tujuan utama diselenggarakannya kegiatan “*Day And Night At The Museum*” tersebut yaitu untuk menarik minat publik agar masyarakat umum dapat hadir dan mengunjungi museum tanpa harus mengganggu aktivitas yang kerap dilakukan masyarakat pada siang hari. Ditambah lagi kegiatan ini memberikan alternatif lain bagi masyarakat ketika ingin meluangkan waktu di akhir pekan yang jauh lebih bermanfaat karena

Museum Geologi Bandung adalah salah satu museum yang menyediakan pariwisata berbasis edukasi tentang ilmu geologi sehingga waktu akhir pekan masyarakat dapat lebih bermanfaat. Kegiatan “*Day And Night At The Museum*” adalah kegiatan melibatkan banyak publik eksternal yakni pengunjung dengan perspektif edukasi mengenai koleksi-koleksi geologi yang dimiliki oleh Museum Geologi Bandung maupun mengenai ilmu yang bermanfaat dari tema yang diangkat. Dalam kegiatan ini Museum Geologi Bandung beberapa acara seperti perlombaan, games, talk show, pertunjukkan musik dan kuliner. Tema pada kegiatan “*Day And Night At The Museum*” selalu berbeda pada tahun 2019 ini saja sudah menyelenggarakan 4 kegiatan “*Day And Night At The Museum*” dengan 4 tema yang berbeda sebagai berikut.

- 1) Pada bulan Januari bertemakan “*Mining For Life*” yang didukung oleh Perusahaan tambang besar seperti Freeport, Amman Mineral, Vale dan lain-lain. Dalam acara ini Kegiatan “*Day And Night At The Museum*” yang bertemakan “*Mining For Life*” memiliki tujuan agar masyarakat mengetahui mengenal lebih dekat dunia tambang dan pentingnya tambang untuk Negara ini. Dengan acara pokok Seminar Nasional di Auditorium Museum Geologi yang bertemakan “*Mining For Life*”. Selain itu *photo booth*, pojok mewarnai, kuliner, foto 3D (*Geomuseum Store*), dan panggung musik yang diisi band kenamaan pun tersedia untuk semakin memeriahkan acara.
- 2) Pada bulan Februari bertemakan “*Earth Hour*” dikarenakan dalam rangka menyambut Earth Hour yang jatuh pada bulan Maret. Museum Geologi

mengundang komunitas Earth Hour Bandung (serentak mematikan lampu) dan juga mengundang mereka “Individu Berkebutuhan Khusus” atau orang-orang yang memiliki kebutuhan khusus contohnya : tuna netra, tuna grahita, tuna rungu, dan lain-lain . Dalam acara ini Kegiatan “*Day And Night At The Museum*” yang bertemakan “*Earth Hour*” memiliki tujuan meningkatkan kesadaran akan isu perubahan iklim.. Dengan acara pokok mengitari museum pada malam hari dengan mematikan lampu dan menggunakan cahaya dari ponsel . Selain itu Talkshow ABK (Anak Berkebutuhan Khusus), kuliner, foto 3D (*Geomuseum Store*) ,dan penampilan akustik dari kakak yang ABK (Anak Berkebutuhan Khusus).

- 3) Pada bulan Maret bertemakan “Kirana Parahyangan” yang didukung oleh komunitas @net.goodpeoplebandung (Komunitas yang dibentuk oleh salah satu media di televisi yaitu Netmediatama atau NET. yang bergerak untuk menampung aspirasi atau komunitas yang dibentuk sebagai wadah warga Bandung untuk merealisasikan event-event seperti seminar, workshop, bakti sosial dan lain sebagainya yang didukung penuh oleh Netmediatama ) . Dalam acara ini Kegiatan “*Day And Night At The Museum*” yang bertemakan “Kirana Parahyangan” memiliki tujuan melestarikan kebudayaan yang ada di Indonesia . Dengan acara pokok menampilkan 14 penampil yang menampilkan seni pertunjukkan berupa musik dan tarian tradisional, salah satunya menampilkan tarian tradisional tari indang dari Minangkabau dan tarian tradisional Asmarandana tarian klasik dari Kraton Yogyakarta.

- 4) Pada bulan April bertepatan “Hari Bumi Internasional ke 49 dan Hari Kartini” dikarenakan ke 2 hari besar ada pada bulan April. Museum Geologi Bandung berkerja sama dengan Pangdam III Siliwangi, pemerhati lingkungan, Alumnus ITENAS, Asosiasi Museum Daerah Jawa Barat, dan lain-lain. Dalam acara ini Kegiatan “*Day And Night At The Museum*” yang bertepatan “Hari Bumi Internasional ke 49 dan Hari Kartini” bertujuan untuk mengedukasi masyarakat untuk tetap menjaga melestarikan lingkungan. Dengan acara pokok yang beragam meliputi Seminar Hari Bumi oleh Pangdam III Siliwangi dan pemerhati lingkungan, *Talkshow* dalam memperingati hari Kartini yang bertepatan “Peran Dan Pemberdayaan Wanita Dalam Merawat Bumi” oleh Ceu Popong, *talkshow* bertepatan “Mobil Listrik” oleh Alumnus ITENAS dan pameran temporer oleh Asosiasi Museum Daerah Jawa Barat .

Perbedaan tema pada kegiatan “ *Day And Night At The Museum*” oleh Museum Geologi Bandung tentunya bertujuan untuk tetap memunculkan minat pengunjung agar acara yang dilaksanakan disetiap bulannya ini tidak monoton sehingga dapat menurunkan minat dari pengunjung. Oleh karena itu, Museum Geologi Bandung tetap mengadakan kegiatan “*Day And Night At The Museum*” dengan perbedaan tema yang ada . Biasanya tema yang disajikan sesuai dengan hari-hari dunia, hari-hari besar di Indonesia , bidang yang erat dengan ilmu geologi salah satunya tambang, kebudayaan yang beragam di Indonesia, dan lain-lain.

Kegiatan *Night At The Museum* memang sudah tidak menjadi hal yang baru untuk museum di Indonesia . Di Kota Bandung sendiri juga digelar kegiatan serupa

yang diselenggarakan oleh Museum Konferensi Asia Afrika . Akan tetapi Penyelenggaraan acara *Night At The Museum* antara Museum Geologi Bandung dengan Museum Konferensi Asia Afrika tentunya berbeda. Dalam Kegiatan *Night At The Museum* di Museum Konferensi Asia Afrika jumlah pengunjungnya terbatas yang tentunya sudah melakukan reservasi terlebih dahulu. Selain itu, Kegiatan *Night At The Museum* di Museum Konferensi Asia Afrika menyajikan pertunjukkan drama yang bertujuan agar penyampaian pesan tentang kejadian masa lalu dapat dikenal maupun dikenang melalui pertunjukkan drama itu sendiri. Sedangkan Kegiatan *Night At The Museum* di Museum Geologi Bandung memiliki cara tersendiri mengenalkan koleksinya dengan mengadakan sebuah permainan menyusun *puzzle* . Orang tua, remaja maupun anak-anak dapat mengikuti games ini. Cara melengkap *puzzle* dengan mengikuti petunjuk yang diberikan oleh pemandu maupun pertanyaan tentang koleksi yang ada sekaligus dengan sejarah dari koleksi tersebut . Tentunya cara ini untuk menginformasikan koleksinya dan sejarah penemuan koleksinya dengan kegiatan yang menyenangkan.

Tanpa strategi tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan ataupun lembaga akan sangat sulit di atasi bahkan bisa menjadi berantakan juga tidak terorganisir sesuai dengan apa yang direncanakan. Maka, sebuah perusahaan ataupun lembaga tentunya memerlukan yang namanya strategi. dengan pemahaman dari berbagai sumber terhadap situasi dan tantangan yang di hadapi oleh perusahaan. Perumusan strategi menjadi tanggung jawab pimpinan dalam sebuah perusahaan sebagai pengambilan kebijakan dan keputusan atas setiap tindakan yang akan di lakukan. Sebagaimana diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy yaitu

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah **perencanaan** (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu **tujuan**. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara teknis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil atau tidaknya **kegiatan** komunikasi berupa **pesan** yang disampaikan melalui berbagai **media** dapat secara efektif diterima. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara makro (*flamed multi media strategi*) maupun secara mikro (*single communication medium strategi*) mempunyai fungsi ganda”. (Effendy, 2000 : 300).

Dengan adanya program Museum Geologi Bandung bertujuan untuk mengedukasi dan informative yang dikemas menarik sekaligus menghibur menjadi sebuah hal pembeda dengan kegiatan di Museum lain itu yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian tentang kegiatan “ *Day And Night At The Museum*” yang diselenggarakan oleh Museum Geologi Bandung, peneliti akan menelaah tentang Strategi komunikasi Museum Geologi melalui kegiatan “ *Day And Night At The Museum*” dalam menarik minat pengunjung. Dengan adanya kegiatan tersebut betul dapat memunculkan minat pengunjung , karena menilik dari target khalayaknya yaitu masyarakat kalangan umum yang kerap kali mempunyai pola pikir yang berbeda dibandingkan para pelajar yang mengunjungi museum pada siang harinya yang memang membutuhkan edukasi tentang koleksi-koleksi geologi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

**“Strategi Komunikasi Museum Geologi Melalui Kegiatan *Day And Night At The Museum* Dalam Menarik Minat Pengunjung”.**

**1.2 Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini, peneliti memaparkan secara jelas dari fokus dalam rumusan masalah yang masih bersifat khusus ke umum dengan sub-sub fokus terpilih sehingga dijadikan sebagai rumusan masalah makro dan mikro, yaitu:

**1.2.1 Rumusan Masalah Makro**

Bagaimana Strategi Komunikasi Museum Geologi Melalui Kegiatan “*Day And Night At The Museum*” Dalam Menarik Minat Pengunjung?

**1.2.2 Rumusan Masalah Mikro**

1. Bagaimana **Perencanaan** oleh Museum Geologi Melalui Kegiatan “*Day And Night At The Museum*” Dalam Menarik Minat Pengunjung?
2. Bagaimana **Pesan** yang disampaikan oleh Museum Geologi Melalui Kegiatan “*Day And Night At The Museum*” Dalam Menarik Minat Pengunjung?
3. Bagaimana **Media** digunakan oleh Museum Geologi Melalui Kegiatan “*Day And Night At The Museum*” Dalam Menarik Minat Pengunjung?
4. Bagaimana **Kegiatan** yang dilakukan oleh Museum Geologi Melalui Kegiatan “*Day And Night At The Museum*” Dalam Menarik Minat Pengunjung?
5. Bagaimana **Tujuan** yang Ingin dicapai Museum Geologi Melalui Kegiatan “*Day And Night At The Museum*” Dalam Menarik Minat Pengunjung?

### 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

#### 1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini yaitu untuk mengkaji mengenai Strategi Komunikasi Museum Geologi Melalui Kegiatan “ *Day And Night At The Museum*” Dalam Menarik Minat Pengunjung

#### 1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui **Perencanaan** Museum Geologi Melalui Kegiatan “ *Day And Night At The Museum*” Dalam Menarik Minat Pengunjung
2. Untuk mengetahui **Pesan** yang disampaikan Museum Geologi Melalui Kegiatan “ *Day And Night At The Museum*” Dalam Menarik Minat Pengunjung
3. Untuk mengetahui **Media** yang di gunakan oleh Museum Geologi Melalui Kegiatan “ *Day And Night At The Museum*” Dalam Menarik Minat Pengunjung
4. Untuk mengetahui **Kegiatan** yang dilakukan oleh Museum Geologi Melalui Kegiatan “ *Day And Night At The Museum*” Dalam Menarik Minat Pengunjung
5. Untuk mengetahui **Tujuan** yang Ingin dicapai Museum Geologi Melalui Kegiatan “ *Day And Night At The Museum*” Dalam Menarik Minat Pengunjung.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis untuk bekerja nantinya. Secara umum, peneliti mengharapkan dapat memberi

manfaat khususnya dalam pengembangan ilmu komunikasi. Kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

1. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan strategi Komunikasi, maupun strategi Komunikasi di Museum Geologi.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dalam kajian strategi, perencanaan khususnya tentang Strategi Komunikasi
3. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat untuk meningkatkan informasi dan memperluas pengetahuan bagi pihak yang berkepentingan mengenai materi yang diteliti.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

##### **1. Bagi Peneliti**

Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang Strategi Komunikasi Museum Geologi Melalui Kegiatan *Day And Night At The Museum* .

##### **2. Bagi Mahasiswa/mahasiswi Universitas Komputer Indonesia**

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sarana acuan dalam meningkatkan dan menambah wawasan mengenai strategi Komunikasi.
- b. Diharapkan penelitian yang dilakukan berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum dan khususnya bagi mahasiswa program Studi Ilmu Komunikasi sebagai pemahaman bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian.

### **3. Kegunaan Bagi Masyarakat**

Dapat dijadikan sebagai pengetahuan yang nantinya akan menambah wawasan para pembacanya mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh sebuah Museum di Indonesia maupun memberikan sebuah informasi mengenai objek dari penelitian ini yaitu adanya sebuah program yang edukatif, informative dan menghibur dari Museum Geologi Bandung untuk khalayak masyarakat

### **4. Bagi Museum Geologi Bandung**

Penelitian diharapkan bermanfaat bagi Museum Geologi Bandung, baik dalam hal masukan-masukan, maupun untuk penelitian.