

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

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 perusahaan atau lembaga tentunya memiliki strategi untuk kepentingan internal, strategi tidak dapat diabaikan begitu saja untuk kepentingan perusahaan ataupun lembaga. Strategi tersebut sangat diperlukan supaya langkah – langkah yang akan di lakukan demi kepentingan perusahaan tersebut bisa lebih terarah dan mencapai hasil yang di inginkan. Kebijakan maupun program-program yang dimiliki perusahaan harus terealisasikan dengan baik sehingga bisa sampai dan diketahui oleh masyarakat. Maka dari itu perusahaan harus menyusun strategi agar tujuan tersebut bisa tercapai oleh 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 hanyamenunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. (Effendy, 2007:32)

Di dalam 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 dengan dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada.

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 berikut :

“Strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan, akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian juga dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan”. (Effendy, 2013:32).

Strategi humas atau *public relations* menurut Ahmad S. Adnanputra, presiden Institut Bisnis dan Manajemen Jayakarta, mengatakan pengertian strategi *public relations* adalah alternatif yang optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas atau *public relations* dalam kerangka suatu rencana *public relations*. (Ruslan, 2012 : 134)

Kesimpulan dari strategi humas atau *public relation* adalah langkah-langkah yang dilakukan humas pada program yang bertujuan untuk kemajuan perusahaan atau institusi. Karena kemajuan perusahaan adalah tujuan dari setiap perusahaan.

Keberadaan Humas dalam suatu organisasi atau perusahaan adalah sebuah indikasi bahwa humas memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah sistem dan manajemen yang ada dalam sebuah perusahaan atau organisasi. Keberadaannya mampu menyentuh dan menerobos aspek-aspek sosial dan kepentingan publik.

Pada konsep humas sangat diperlukan untuk menjalin hubungan yang baik antara seluruh jajaran personal, dengan saling percaya dan terbuka, salah satu ruang lingkungannya adalah humas, di mana dalam kegiatan kehumasaannya memerlukan proses pelayanan kehumasan pada masyarakat, pihak humas mempunyai kemampuan untuk mengevaluasi dan bukan sekedar mendengar aspirasi dari publiknya.

Humas Pusat Survei Geologi sangat erat dengan kegiatan pelayanan publik. Kegiatan pelayanan publik itu salah satunya adalah orientasi, sosialisasi, memandu dan memberikan informasi yang jelas kepada masyarakat maupun para pengunjung museum geologi dan juga mengadakan gelaran acara-acara yang berhubungan dengan kepentingan masyarakat seperti sosialisai/pengenalan tentang museum seperti mengadakan gelaran *night at the museum*, mengadakan sosialisai tentang kegeologian kepada masyarakat. Pelayanan publik ini adalah interaksi dan komunikasi secara langsung kepada masyarakat tentang kegeologian maupun tentang museum geologi. Inti dari kegiatan pelayanan publik adalah memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat tentang ilmu kegeologian agar nantinya

mengunjungi museum geologi sebagai museum terbesar di Asia Tenggara tentang kegeologian.

Museum Geologi Bandung adalah sebuah museum yang sudah menjadi bangunan bersejarah di kota Bandung, sehingga menarik minat banyak wisatawan. Museum yang dilindungi dan dirawat oleh pemerintah ini dibangun pada tanggal 16 Mei 1928 dan sempat direnovasi dengan dana bantuan dari Jepang sehingga saat ini tetap dalam kondisi baik sebagai tempat wisata yang layak dikunjungi di Bandung. Setelah renovasi Museum Geologi Bandung dibuka kembali oleh Megawati Soekarnoputri pada tanggal 23 Agustus 2000.

Selain sering mendapatkan kunjungan wisata Museum Geologi Bandung juga sering kali menjadi tempat tujuan study tour sekolah-sekolah yang berlokasi di kota Bandung dan sekitarnya. Hal ini dikarenakan koleksi yang dimiliki museum geologi Bandung sangat berguna untuk pendidikan serta mempunyai nilai-nilai sejarah kehidupan dan pelestarian alam yang sangat mendidik. Koleksi yang dimiliki oleh Museum Geologi Bandung yaitu bebatuan, fosil, dan mineral. Di tempat ini pengunjung juga dapat mempelajari banyak hal yang berhubungan dengan bencana alam, bumi, pemanfaatan sumber daya dengan benar, cara mengolah energi, dan lain-lain.

Koleksi beragam materi hasil penelitian geologi sejak tahun 1850 berupa macam fosil, berbagai jenis batuan hingga bahan-bahan mineral dan yang lainnya yang ada di Museum Geologi Bandung, terbagi menjadi beberapa ruangan pameran

atau peragaan yang menempati lantai satu dan dua dari gedung Museum Geologi Bandung, dan berikut adalah klasifikasi lantai dan ruangan-ruangannya.

Museum ini dibagi menjadi dua lantai dengan fungsi dan koleksi yang berbeda-beda pada setiap lantai dan ruangnya. Ada apa saja di museum yang dirancang oleh arsitek Belanda ini?

Museum Geologi Bandung adalah instansi milik pemerintah Indonesia. Tidak seperti perusahaan swasta yang memiliki divisi humas secara independent di mana humas bisa melakukan tugas dan kewenangan yang sesuai dengan tugas kehumasan.

Sebagaimana yang kita ketahui Indonesia kaya akan tempat-tempat wisatanya, masing-masing punya pesona dan keistimewaan khas tersendiri yang tak akan dapat ditemukan di belahan bumi manapun. Indonesia adalah negara kepulauan, tiap pulau memiliki ke-khasan/keunikan wisata tersendiri yang sangat menarik dan sayang bila dilewatkan. Dengan mengetahuinya kita akan tertarik, namun dengan menyaksikannya langsung akan membuat decak kagum terpesona. "Ternyata bumi nusantara menyimpan ribuan tempat wisatanya". Untuk itu daerah-daerah ataupun organisasi yang ada di daerah tersebut berlomba-lomba untuk mengajak ataupun menginformasikan tentang daerahnya yang menarik untuk dikunjungi. Salah satunya adalah museum geologi Bandung, museum ini adalah museum terbesar di Asia Tenggara tentang kegeologian yang bagus untuk dikunjungi, berwisata sambil belajar tentang ilmu kegeologian.

Untuk itu Humas Pusat Survei Geologi mengadakan kegiatan tentang kegiatan kegeologian dan juga menginformasikan Museum Geologi Bandung kemasyarakat luas agar museum tersebut di kunjungi sebanyak-banyaknya oleh masyarakat Indonesia maupun manca negara. Walaupun negara Indonesia sangat luas tidak jadi penghalang bagi Humas Pusat Survei geologi untuk mengadakan kegiatan tentang menginformasikan Museum Geologi Bandung.

Sebagaimana yang di katakan oleh Pak Donny Kepala Humas Pusat Survei Geologi bahwa Humas Pusat Survei Geologi Sendiri menargetkan tiga kategori wisatawan yaitu: Wisatawan Lokal, Wisatawan untuk Pelajar dan wisatawan asing.

Disini peneliti hanya meneliti tentang wisatawan pelajar, di mana peneliti tertarik untuk meneliti tentang Strategi Humas Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Sosialisasi Geologi Kepada Guru-Guru Di Banyuwangi Provinsi Jawa Timur Dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pelajar Di Museum Geologi Bandung Tahun 2018.

Kegiatan sosialisasi geologi ini di laksanakan pada tanggal 4-5 april 2018 di kabupaten banyuwangi provinsi Jawa timur di hotel Santika. Dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pelajar pihak Humas Pusat Survei Geologi mengadakan sosialisasi tentang kegeologian kepada guru-guru geografi yang ada di daerah-daerah Indonesia yang diadakan setiap tahun ke empat Provinsi yang berbeda. Kegiatan sosialisasi geologi ini guna memberikan ilmu pengetahuan atau wawasan yang lebih tentang kegeologian, geologi, permusiuman juga memperkenalkan museum geologi yang ada di kota Bandung kepada guru-guru yang menghadiri

kegiatan sosialisasi tersebut, agar nantinya pesan-pesan atau ilmu-ilmu tentang kegeologian kebumian, permusiuman ataupun museum geologi agar bisa di sampaikan dengan jelas kepada siswa-siswa atau peserta didik.

Setelah melaksanakan kegiatan sosialisasi geologi kepada guru-guru, Humas Pusat Survei Geologi, mengadakan pameran ataupun memperlihatkan dan pengenalan sebagian koleksi dari museum geologi kepada siswa-siswa sekolah ataupun guru-guru yang mendatangi tempat kegiatan guna menarik minat siswa-siswi ataupun guru-guru untuk berkunjung ke museum geologi Bandung. Target sosialisai geologi yang dilakukan Humas Pusat survei Geologi tersebut adalah guru-guru georafi yang nantinya guru georafi tersebut menyampaikan ilmu yang telah mereka dapat dari kegiatan sosialisasi geologi baik itu dari bidang kegeologian, kembumian, permusiuman, ataupun tentang Museum Geologi kepada siswa-siswinya.

Oleh sebab itu peneliti ingin mengetahui Strategi Humas Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Sosialisasi Geologi Kepada Guru-Guru Di Banyuwangi Provinsi Jawa Timur Dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pelajar Di Museum Geologi Bandung.

**Tabel 1.1****Daftar Tabel Wisatawan Pelajar**

<b>No</b>	<b>Tahun</b>	<b>Wisatawan Pelajar</b>
<b>1.</b>	2010	339.660
<b>2.</b>	2011	441.344
<b>3.</b>	September Hingga Desember, 2012	147.167
<b>5.</b>	2013	463.782
<b>6.</b>	2014	494.293
<b>7.</b>	2015	499.510
<b>8.</b>	2016	565.510
<b>9.</b>	2017	436.493
<b>10</b>	Januari hingga juli 2018	238.354

**Sumber** : Humas Pusat Survei Geologi tahun 2018

Dari latar belakang yang sudah di jelaskan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang Strategi Humas Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Sosialisasi Geologi Kepada Guru-Guru Di banyuwangi provinsi Jawa Timur Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pelajar Dimuseum Geologi Bandung. Peneliti juga sangat tertarik dengan proses Strategi Humas Pusat Survei Geologi untuk memperkenalkan meseum geologi kepada pelajar yang ada di Indonesia ataupun masyarakat luas dan juga media apa yang dipakai Humas Pusat Survei Geologi untuk memperkenalkan museum geologi lebih jauh lagi kepada masyarkat ataupun pelajar.

Peneliti juga sangat tertarik dengan aktivitas atau kegiatan Strategi Humas Pusat Survei Geologi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pelajar di Museum Geologi Bandung, maupun mempertahankan kunjungan wisatawan Pelajar agar tetap kondusif. Peneliti juga sangat tertarik dengan wisatawan pelajar yang berkunjung ke museum geologi, apakah dengan strategi Humas, aktivitas ataupun kegiatan-kegiatan yang dilakukan pihak Humas Pusat Survei Geologi untuk menarik minat mereka datang ke museum geologi atau tidak. juga untuk mengetahui dari mana mereka mengetahui tentang keberadaan atau informasi tentang Museum Geologi Bandung.

Selain tempat praktek kerja lapangan yang peneliti lakukan di Humas Pusat Survei Geologi, peneliti juga pada saat pertama kali ke Bandung pada tahun 2014, tempat wisata yang pertama kali peneliti kunjungi ialah museum geologi Bandung, untuk itulah peneliti sangat tertarik melakukan penelitian di Humas Pusat Survei Geologi mengenai museum geologi maupun melaksanakan praktek kerja lapangan.

## **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 Humas Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Sosialisasi Geologi Kepada Guru-Guru Di Banyuwangi Provinsi Jawa Timur Dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pelajar Di Museum Geologi Bandung ?

### **1.2.2 Rumusan Masalah Mikro**

1. Bagaimana perencanaan Humas Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Sosialisasi Geologi Kepada Guru-Guru Di Banyuwangi Provinsi Jawa Timur Dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pelajar Di Museum Geologi Bandung ?
2. Bagaimana pesan yang disampaikan Humas Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Sosialisasi Geologi Kepada Guru-Guru Di Banyuwangi Provinsi Jawa Timur Dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pelajar Di Museum Geologi Bandung ?
3. Bagaimana media digunakan Humas Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Sosialisasi Geologi Kepada Guru-Guru Di Banyuwangi Provinsi Jawa Timur Dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pelajar Di Museum Geologi Bandung ?
4. Bagaimana Kegiatan yang dilakukan Humas Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Sosialisasi Geologi Kepada Guru-Guru Di Banyuwangi Provinsi Jawa Timur Dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pelajar Di Museum Geologi Bandung?
5. Bagaimana Tujuan yang Ingin Capai Humas Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Sosialisasi Geologi Kepada Guru-Guru Di Banyuwangi Provinsi Jawa

Timur Dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pelajar Di Museum Geologi Bandung ?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Adapun maksud dari penelitian ini yaitu untuk mengkaji mengenai Strategi Humas Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Sosialisasi Geologi Kepada Guru-Guru Di Banyuwangi Provinsi Jawa Timur Dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pelajar Di Museum Geologi Bandung

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana perencanaan Humas Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Sosialisasi Geologi Kepada Guru-Guru Di Banyuwangi Provinsi Jawa Timur Dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pelajar Di Museum Geologi Bandung
2. Untuk mengetahui bagaimana pesan yang di sampaikan Humas Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Sosialisasi Geologi Kepada Guru-Guru Di Banyuwangi Provinsi Jawa Timur Dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pelajar Di Museum Geologi Bandung
3. Untuk mengetahui bagaimana media yang di gunakan Humas Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Sosialisasi Geologi Kepada Guru-Guru Di Banyuwangi Provinsi Jawa Timur Dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pelajar Di Museum Geologi Bandung

4. Untuk mengetahui bagaimana kegiatan yang dilakukan Humas Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Sosialisasi Geologi Kepada Guru-Guru Di Banyuwangi Provinsi Jawa Timur Dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pelajar Di Museum Geologi Bandung
5. Untuk mengetahui Bagaimana Tujuan yang Ingin di capai Humas Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Sosialisasi Geologi Kepada Guru-Guru Di Banyuwangi Provinsi Jawa Timur Dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pelajar Di Museum Geologi Bandung

#### **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 humas, maupun strategi humas di pusat survei geologi.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dalam kajian strategi, perencanaan khususnya konsentrasi humas
3. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi konsentrasi humas, serta 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 Humas Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Sosialisasi Geologi Kepada Guru-Guru Di Banyuwangi Provinsi Jawa Timur Dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pelajar Di Museum Geologi Bandung

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

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sarana acuan dalam meningkatkan dan menambah wawasan mengenai strategi humas di bidang humas.
- 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. Dan juga dapat diimplementasikan dalam kehidupan berkelompok untuk membangun kerja sama tim.

#### **4. Bagi Humas Pusat Survei Geologi**

Penelitian diharapkan bermanfaat bagi Humas Pusat Survei Geologi, baik dalam hal masukan-masukan, maupun untuk penelitian.