BAB II

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MUSEUM GEOLOGI BANDUNG SEGMENTASI ANAK-ANAK

2.1. Museum

2.1.1. Perkembangan Museum di Indonesia

Museum Pertama yang ada di Indonesia bernama *Bataviaasch Genootschap van Kunsten en Wetenschappen*, yang didirikan oleh Pemerintah Belanda pada tanggal 24 April 1778. Pada masa itu di Eropa tengah terjadi revolusi intelektual (*the Age of Enlightenment*), yaitu dimana orang mulai mengembangkan pemikiran-pemikiran ilmiah dan ilmu pengetahuan. Pada tahun 1752 di Haarlem, Belanda berdiri *De Hollandsche Maatschappij der Wetenschappen* (Perkumpulan Ilmiah Belanda). Hal ini mendorong orang-orang Belanda di Batavia (Indonesia) untuk mendirikan organisasi sejenis.

Bataviaasch Genootschap van Kunsten en Wetenschappen (BG) merupakan lembaga independen yang didirikan untuk tujuan memajukan penelitian dalam bidang seni dan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang-bidang ilmu biologi, fisika, arkeologi, kesusastraan, etnologi dan sejarah. Lembaga ini mempunyai semboyan "*Ten Nutte van het Algemeen*" (Untuk Kepentingan Masyarakat Umum).

Selama masa pemerintahan Inggris di Jawa (1811-1816), Letnan Gubernur Sir Thomas Stamford Raffles menjadi Direktur perkumpulan ini. Oleh karena rumah di Kalibesar sudah penuh dengan koleksi, Raffles memerintahkan pembangunan gedung baru untuk digunakan sebagai museum dan ruang pertemuan untuk *Literary Society* (dulu disebut gedung "*Societeit de Harmonie*"). Bangunan ini berlokasi di jalan Majapahit nomor 3. Sekarang di tempat ini berdiri kompleks gedung Sekretariat Negara, di dekat Istana kepresidenan.

2.1.2. Fungsi Museum

Fungsi museum menurut Tjahjopurnomo (1988. 18:32) adalah, “sebuah lembaga dan berkembang dalam masyarakat jika dirasakan ada manfaatnya. Dalam hal museum, manfaat itu dapat terangkum dalam pengertian berikut yaitu: Edukatif, Inovatif, Rekreatif, dan Imajinatif. Semua manfaat itu didasarkan pada sebuah teorema bahwa museum merupakan sumber informasi yang terdapat di dalam museum kepada publik pengunjungnya”.

Adapun penjabaran dari pengertian tersebut adalah:

1. Edukatif

   Dengan mengunjungi museum maka akan mendapatkan pengetahuannya terutama yang berkenaan dengan benda-benda yang dikoleksi oleh museum tersebut.

2. Inovatif

   Dengan mengunjungi museum seseorang dapat mendapatkan ide baru sehingga menghasilkan karya baru.

3. Rekreatif

   Dengan mengunjungi museum maka seseorang dapat rileks, santai dan melepaskan beban kegiatan sehari-hari.

4. Imajinatif

   Dengan mengunjungi museum maka seseorang dapat berimajinasi, membayangkan sesuatu yang berasal dari koleksi museum tersebut dan dapat mengembangkan imajinasinya.

2.1.3. Klasifikasi Museum Menurut Koleksi

Menurut Sutaarga Sutaarga, Amir (1999: 25). Sebagai lembaga ilmiah, klasifikasi koleksi tunduk pada kepada disiplin-disiplin ilmu pengetahuan yang ada karenanya dapat mengenal:

1. Museum Ilmu Hayat
2. Museum Ilmu dan Teknologi
3. Museum Ilmu Purbakala dan Sejarah
4. Museum Ilmu Anthropologi
5. Museum Ilmu Seni Rupa

Museum-museum dari penjabaran di atas memiliki pengertian sebagai berikut:

1. Museum Ilmu Hayat

   Museum yang memiliki koleksi berupa benda-benda hidup seperti binatang atau tumbuhan.

2. Museum Ilmu dan Teknologi

   Museum yang memiliki koleksi berupa teknologi yang ditemukan oleh manusia.

3. Museum Ilmu Purbakala dan Sejarah

   Museum yang memiliki koleksi berupa peninggalan-peninggalan yang berasal dari zaman dahulu.

4. Museum Ilmu Anthropologi

   Museum yang memiliki koleksi berupa informasi mengenai kebudayaan suatu etnis.

5. Museum Ilmu Seni Rupa

   Museum yang memiliki koleksi berupa hasil karya seni yang dibuat oleh manusia baik itu patung atau lukisan.

2.2. Geologi

2.2.1. Definisi Geologi

Dibawah ini adalah beberapa penjelasan definisi Geologi dari beberapa ahli:

1. Menurut Ahli Geologi Lange, Ivanova & Lebedeva, “geologi adalah ilmu pengetahuan mengenai bumi”.
2. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, “geologi adalah ilmu tentang komposisi, struktur dan sejarah bumi”.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa geologi adalah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan bumi mulai dari komposisi, sampai bencana alam yang berkaitan dengan bumi.

2.3. Museum Geologi

2.3.1. Definisi Museum Geologi

Dengan penjabaran dari dua definisi di atas, maka dapat didefinisikan bahwa Museum Geologi adalah suatu lembaga yang bersifat badan hukum tetap, tidak mencari keuntungan dalam pelayanannya kepada masyarakat tetapi bertujuan untuk memajukan masyarakat lingkungannya, serta terbuka untuk umum yang berisi ilmu pengetahuan mengenai bumi baik itu yang berada di dalam lapisan dalam bumi ataupun luarnya.

2.3.2. Profil Museum Geologi

Museum Geologi adalah institusi pendidikan non formal yang bertugas mengumpulkan, merawat, meneliti, mendokumentasikan benda atau hal-hal yang berkaitan dengan benda-benda yang berasal dari bumi yang ada di Indonesia, dan memamerkannya pada masyarakat umum yang berguna untuk pendidikan, konservasi dan rekreasi.



Gambar 2.1. Museum Geologi

Sumber: http://azizah.blog.upi.edu/2011/01/19/46/ (15 April 2011)

2.3.3. Perihal Awal Mula Berdirinya Museum Geologi

Menurut data yang diterima dari Museum Geologi. Sebelum menjadi seperti sekarang Museum Geologi memiliki sejarah dari zaman Belanda. Sejarah tersebut dapat dibagi menjadi tiga masa yaitu:

1. Masa Penjajahan Belanda

   Keberadaan Museum Geologi berkaitan erat dengan sejarah penyelidikan geologi dan tambang di wilayah nusantara yang dimulai sejak pertengahan abad ke-17 oleh ahli geologi dari Eropa. Pemerintah Belanda sadar akan pentingnya penguasaan bahan galian di wilayah nusantara. Dengan jalan itu diharapkan perkembangan industri di Negeri Belanda dapat ditunjang.

Maka dibentuklah *Dienst van het Mijnwezen* pada tahun 1850. Kelembagaan ini berganti nama jadi *Dienst van den Mijnbouw* pada tahun 1922, yang bertugas melakukan penyelidikan geologi dan sumberdaya mineral. Hasil penyelidikan yang berupa contoh-contoh batuan, mineral, fosil, laporan dan peta memerlukan tempat untuk penganalisaan dan penyimpanan, sehingga pada tahun 1928 *Dienst van den Mijnbouw* membangun gedung di *Rembrandt Straat* yang berada di kota Bandung.

Gedung tersebut pada awalnya bernama *Geologisch Laboratorium* yang kemudian juga disebut *Geologisch Museum*. Gedung *Geologisch Laboratorium* dirancang dengan gaya *Art Deco* oleh arsitek Menalda van Schouwenburg, dan dibangun selama 11 bulan dengan 300 pekerja dan menghabiskan dana 400 Gulden, mulai pertengahan tahun 1928 sampai diresmikannya pada tanggal 16 Mei 1929. Peresmian tersebut bertepatan dengan penyeleng-garaan Kongres Ilmu Pengetahuan Pasifik ke-4 (*Fourth Pacific Science Congress*) di Bandung pada tanggal 18-24 Mei 1929.

2. Masa Penjajahan Jepang

Sebagai akibat dari kekalahan pasukan Belanda dari pasukan Jepang pada perang dunia II, keberadaan *Dienst van den Mijnbouw* berakhir. Letjen. H. Ter Poorten (Panglima

Tentara Sekutu di Hindia Belanda) atas nama Pemerintah Kolonial Belanda menyerahkan kekuasaan teritorial Indonesia kepada Letjen. H. Imamura (Panglima Tentara Jepang) pada tahun 1942.

Penyerahan itu dilakukan di Kalijati, Subang. Dengan masuknya tentara Jepang ke Indonesia, Gedung *Geologisch Laboratorium* berpindah kepengurusannya dan diberi nama *Kogyo Zimusho*dan setahun kemudian berganti nama *Chishitsu Chosacho*.

3. Masa Kemerdekaan

Setelah Indonesia merdeka pada tahun 1945, pengelolaan Museum Geologi berada dibawah Pusat Djawatan Tambang dan Geologi (PDTG/1945-1950). Pada tanggal 19 September 1945, pasukan sekutu pimpinan Amerika Serikat dan Inggris yang diboncengi oleh *Netherlands Indies Civil Administration* (NICA) tiba di Indonesia.

Di Bandung mereka berusaha menguasai kembali kantor PDTG yang sudah dikuasai oleh para pegawai Indonesia. Tekanan yang dilancarkan oleh pasukan Belanda memaksa kantor PDTG dipindahkan ke Jl. Braga No. 3 dan No. 8 Bandung pada tanggal 12 Desember 1945. Kepindahan kantor PDTG rupanya terdorong pula oleh gugurnya seorang pengemudi bernama Sakiman dalam

rangka berjuang mempertahankan kantor PDTG. Pada waktu itu, Tentara Republik Indonesia Divisi III Siliwangi mendirikan Bagian Tambang, yang tenaganya diambil dari PDTG. Setelah kantor di *Rembrandt Straat* ditinggalkan oleh pegawai PDTG, maka di tempat itu pasukan Belanda mendirikan kembali kantor yang bernama *Geologische Dienst*.

Di mana-mana terjadi pertempuran, maka sejak Desember 1945 sampai dengan Desember 1949, selama 4 tahun kantor PDTG terlunta-lunta pindah dari satu tempat ke tempat lain. Pemerintah Indonesia berusaha menyelamatkan dokumen-dokumen hasil penelitian geologi sehingga harus berpindah pindah tempat dari Bandung - Tasikmalaya - Solo - Magelang - Yogyakarta, baru pada tahun 1950 kembali ke Bandung.

Sekembalinya ke Bandung, Museum Geologi mulai mendapat perhatian dari pemerintah RI. Terbukti pada tahun 1960 Museum Geologi dikunjung oleh Presiden pertama RI, Ir. Soekarno. Pengelolaan Museum Geologi yang tadinya dibawah Pusat Djawatan Tambang dan Geologi (PDTG) berganti nama menjadi: Djawatan Pertambangan Republik Indonesia (1950-1952), Djawatan Geologi (1952-1956), Pusat Djawatan Geologi (1956-1957), Djawatan Geologi (1957-1963), Direktorat Geologi (1963-1978), Pusat

Penelitian dan Pengembangan Geologi (1978 - 2005), Museum Geologi mulai akhir tahun 2005 sampai sekarang.

2.3.4. Visi Museum Geologi

Museum Geologi sebagai sebuah badan pemerintah harus memiliki sebuah visi agar perusahaan tersebut memiliki harapan serta tujuan. Visi dari Museum Geologi adalah terwujudnya sumber informasi geologi (dokumentasi koleksi/warisan geologi Indonesia) yang profesional untuk masyarakat.

2.3.5. Misi Museum Geologi

Sebagai sebuah badan yang memiliki visi diperlukan sebuah misi agar visi dari perusahaan tersebut dapat terwujud.

Berikut adalah misi-misi dari Museum Geologi:

1. Memperagakan dan mengkomunikasikan koleksi museum.
2. Menyediakan informasi dan materi edukasi geologi.
3. Mendokumentasikan dan mengkonservasi koleksi museum.
4. Melakukan penelitian koleksi dan pengembangan museum.
5. Melakukan pameran museum dan geologi.
6. Melakukan penyuluhan dan sosialisasi geologi.
7. Melakukan kerjasama dengan instansi dan sekolah.
8. Melakukan pengelolaan museum secara profesional.
9. Memberikan pelayanan jasa permuseuman.

2.3.6. Fungsi Museum Geologi

Secara umum fungsi museum adalah tempat menyimpan, merawat, serta memamerkan benda-benda koleksi dan disesuaikan

dengan jenis museumnya. Demikian juga dengan fungsi Museum Geologi adalah tempat menyimpan, merawat. Serta memamerkan benda-benda koleksi yang berhubungan dengan ilmu kebumian. Pada kasus ini adalah benda-benda yang berhubungan dengan bumi.

Fungsi Museum Geologi terdiri dari:

1. Penyiapan rencana dan program penelitian, pengembangan, konservasi, peragaan dan publikasi koleksi geologi.
2. Pelaksanaan pengelolaan dan pengembangan dokumentasi.
3. Pelaksanaan pengelolaan dan pengembangan peragaan.
4. Pelaksanaan penelitian dan pengembangan serta publikasi.
5. Pelaksanaan dan pengembangan kerja sama serta pelayanan jasa permuseuman.
6. Pelaksanaan ketatausahaan, kepegawaian, keuangan dan rumah tangga.
7. Evaluasi pelaksanaan rencana dan program penelitian, pengembangan, konservasi, peragaan dan publikasi koleksi geologi.

2.3.7. Tujuan Museum Geologi

Museum Geologi mempunyai tugas teknis penunjang dan operasional untuk melaksanakan penelitian, pengembangan dan konservasi serta memperagakan koleksi geologi.

2.3.8. Jenis Museum Geologi

Museum Geologi dilihat dari pembagian jenis museum menurut koleksinya termasuk ke dalam Museum Ilmu Purbakala dan Sejarah.

2.3.9. Lokasi Museum Geologi

Lokasi Museum Geologi di kota Bandung Jl. Diponegoro No. 57, 40122 Bandung Jawa Barat.

2.3.10. Pengunjung Museum Geologi

Pengunjung Museum Geologi ini dapat dibagi menjadi dua:

1. Pengunjung dengan tujuan studi dan penelitian.
2. Pengunjung dengan tujuan rekreasi.

2.3.11. Bentuk Kegiatan Museum Geologi

Bentuk Kegiatan yang diselenggarakan oleh Museum Geologi adalah:

1. Eksibisi/Pameran

   Tujuan utamanya adalah memperlihatkan informasi mengenai bumi baik dalam dua dimensi maupun tiga dimensi dan dibagi menjadi dua jenis yaitu:

   1. Pameran tetap
   2. Pameran temporer

2. Auditorium

   Pelaksanaan diskusi, ceramah dan pemutaran film dokumenter mengenai bumi.

3. Penunjang

Kegiatan pengelola, pelayanan makanan dan pelayanan teknis.

2.3.12. Jam Kerja Museum Geologi

Sabtu-Kamis : 08.00 – 15.00

Jum'at dan Hari Besar : Tutup

2.3.13. Koleksi Museum Geologi

Pengelompokan Materi Koleksi:

1. Benda Geologi

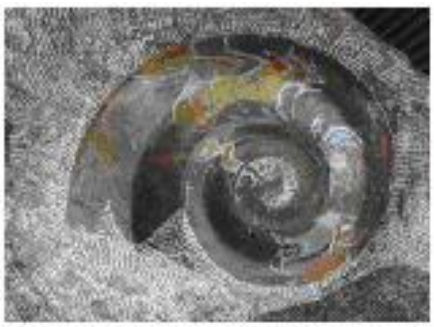
Museum Geologi memiliki koleksi yang berhubungan dengan benda yang berasal dari bumi terutama yang terdapat di Indonesia, benda-benda tersebut diklasifikasikan menjadi 4 jenis koleksi yaitu:

a) Fosil (*Fossils*)

Fosil (*Fossils*) adalah sisa, kesan atau jejak kehidupan baik tumbuhan maupun binatang yang hidup di masa lampau/purba dan telah terawetkan/membatu akibat proses alamiah.

Fosil terdiri dari:

1. Fosil Vertebrata
2. Fosil Invertebrata
3. Fosil Tumbuhan



Gambar 2.2. Fosil Invertebrata

Sumber:http://museum.bgl.esdm.go.id (16 April 2011)



Gambar 2.3. Fosil Tumbuhan

Sumber:http://museum.bgl.esdm.go.id (16 April 2011)

b) Batuan (*Rocks*)

Batuan (*Rocks*) adalah bahan padat bentukan alam yang umumnya tersusun oleh kumpulan atau kombinasi dari satu macam mineral atau lebih.

Batuan terdiri dari:

1. Batuan Beku
2. Batuan Endapan
3. Batuan Malihan



Gambar 2.4. Batu

Sumber:http://museum.bgl.esdm.go.id (16 April 2011)

c) Meterorit

Meteorit adalah masa batuan sisa meteor yang berasal dari angkasa luar (biasanya pecahan asteroid) yang jatuh ke permukaan bumi akibat pengaruh gravitasi bumi.

Meteorit terdiri dari:

1. Meteorit Batu
2. Meteorit Besi



Gambar 2.5. Meteor

Sumber:http://museum.bgl.esdm.go.id (16 April 2011)

d) Mineral

Mineral (*Minerals*) adalah bahan padat homogen bersifat anorganik yang terbentuk secara alamiah, memiliki ciri-ciri khas dan komposisi kimiawi tertentu serta tersusun oleh atom-atom yang biasanya memperlihatkan bentuk kristal yang khusus.

Mineral terdiri dari:

1. Mineral Logam
2. Mineral Non Logam



Gambar 2.6. Mineral

Sumber:http://bulancahaya9.blogspot.com (17 April 2011)

2. Peralatan Geologi

Peralatan dan perlengkapan yang digunakan untuk mempelajari, mengamati, memeriksa, mengumpulkan data dan contoh batuan dalam pekerjaan geologi lapangan (pemetaan geologi) diantaranya:

1. Kompas dan Palu Geologi

2. Peta Topografi
3. Foto Udara dan Lup
4. Buku catatan lapangan dan alat tulis
5. HCl 0,1 N
6. Komparator batuan
7. Pita/Tali Ukur
8. Tas Lapangan dan Clipboard
9. Kantung contoh batuan
10. Kamera

2.3.14. Ruang Peragaan Museum Geologi

Sebagai sebuah museum. Museum Geologi harus memiliki Ruang Peragaan yang berfungsi sebagai tempat untuk memamerkan koleksinya, Ruang Peragaan tersebut dibagi menjadi 3 yaitu:

1. Ruang Geologi Indonesia (Sayap Barat - Lantai 1)

   Peragaan diawali dengan proses terjadinya bumi, dilanjutkan dengan perkembangan pembentukan kepulauan Indonesia yang terkait dengan teori tektonik lempeng, di mana Indonesia terletak pada pertemuan tiga lempeng, yaitu Lempeng Eurasia, Lempeng Pasifik, dan Lempeng Indo-Australia.

   Geologi Indonesia terbagi ke dalam 5 pulau besar dan kepulauan Maluku. Setiap bagian menggambarkan fenomena geologi dan tektonik yang spesifik, antara lain terdapatnya sabuk gunung api, sesar aktif, dan gempa bumi.

Batuan tertua dijumpai di Irian Jaya (Papua) yang berumur Pra-Kambrium (604-790 juta tahun yang lalu). Tiga Ruang lainnya memperagakan batuan dan mineral, gunung api, dan kegiatan penyelidikan geologi di Indonesia.

Dan di ruangan ini terdapat berbagai macam koleksi batuan, meteorit dan mineral.



Gambar 2.7. Ruang Geologi Indonesia

Sumber: http://museum.bgl.esdm.go.id (16 April 2011)

2. Ruang Sejarah Kehidupan (Sayap Timur - Lantai 1)

Di ruang Sejarah Kehidupan digambarkan perkembangan kehidupan dari waktu ke waktu yang didahului oleh awal terbentuknnya bumi sekitar 4,6 milyar tahun yang lalu. Jejak kehidupan paling primitif yang pernah ditemukan adalah Stromatolite.

Selanjutnya kehidupan berkembang pada Masa Paleozoikum ditandai dengan adanya fosil trilobit, krinoid, dan tumbuhan jenis paku-pakuan. Masa berikutnya, yaitu

Masa Mesozoikum, adalah masa keemasan hewan raksasa yang disebut Dinosaurus. Di Museum Geologi terdapat replika fosil dinosaurus **Tyranosaurus rex**. Pada Masa ini Indonesia sebagian besar masih berada di bawah laut yang ditandai dengan banyaknya fosil amonit dan beberapa jenis fosil invertebrata lainnya.

Dan di ruangan ini memiliki berbagai macam koleksi fosil. Mulai dari fosil invertebrata, vertebrata, dan fosil tumbuhan.



Gambar 2.8. Tyranosaurus rex

Sumber: http://museum.bgl.esdm.go.id (16 April 2011)

3. Ruang Geologi dan Kehidupan Manusia (Sayap Timur - Lantai 2)

Bagian ini menggambarkan cara penambangan dan pengolahan mineral serta minyak dan gas bumi yang telah menjadi sumber pendapatan dan devisa Negara, juga

pendayagunaan sumber dan cadangan air bawah tanah yang amat besar manfaatnya bagi manusia.

Selain mengandung manfaat, kondisi geologi suatu daerah dapat pula menjadi sumber bencana, misalnya letusan gunung api, gerakan tanah, dan gempa bumi. Dampak bencana alam dapat dikurangi dengan melakukan kegiatan mitigasi bencana alam geologi.

Dan di ruangan ini terdapat berbagai macam peralatan geologi untuk melakukan ekspedisi ke alam.



Gambar 2.9. Ruang Geologi dan Kehidupan Manusia

Sumber: http://museum.bgl.esdm.go.id (16 April 2011)

4. Ruang Dokumentasi

Ruang Dokumentasi adalah ruang yang dimiliki museum yang fungsinya sebagai tempat mendokumentasikan koleksi geologi yang terdiri dari batuan,

mineral dan fosil, termasuk dokumen lainnya yang sangat berharga bagi sejarah dan perkembangan ilmu geologi di masa yang akan datang. Pendokumentasian koleksi batuan, mineral dan fosil tersebut menjadi tugas Seksi Dokumentasi.



Gambar 2.10. Ruang Dokumentasi

Sumber:http://azizah.blog.upi.edu/2011/01/19/46/ (17 April 2011)

5. Ruang Auditorium

Ruang Auditorium adalah ruang yang dimiliki museum yang fungsinya sebagai sarana pemberian informasi kepada para pengunjung, dimana para pengunjung dapat melihat film dokumenter dan film mengenai geologi. Namun pengunjung baru dapat menikmati fasilitas ini apabila jumlah pengunjung yang ingin menikmatinya mencapai minimal 50 orang.



Gambar 2.11. Ruang Auditorium

Sumber:http://azizah.blog.upi.edu/2011/01/19/46/ (17 April 2011)

2.3.15. Fasilitas Media Informasi Museum

Media Informasi Museum yaitu:

1. Media Informasi Elektronik (multimedia)
2. Touchscreen Komputer
3. Film
4. Display/Monitor
5. Media informasi
6. Poster
7. Maket

2.4. Media

2.4.1. Definisi Media

Media memiliki banyak sekali definisi, namun secara garis besar dapat ditarik kesimpulan, bahwa media adalah segala bentuk yang dipergunakan untuk proses penyaluran informasi.

2.4.2. Jenis Media

Media jika digolongkan dari bentuknya dapat digolongkan menjadi:

1. Berbasis Cetak

   Media Berbasis Cetak adalah media yang hasil akhirnya dicetak pada sebuah benda/*print out*.

2. Berbasis *Digital*

   Media Berbasis *Digital* adalah media yang hasil akhirnya berupa digital.

   a. Online

   Media *Digital Online* adalah media *digital* yang dapat di akses melalui sebuah jaringan internet.

   b. Offline

   Media *Digital Offline* adalah media *digital* yang tidak dapat diakses secara online hanya terbatas pada satu jaringan lokal atau satu unit saja.

2.5. Promosi

2.5.1. Definisi Promosi

Promosi memiliki barbagai macam definisi, berikut adalah beberapa definisi promosi dari berbagai sumber:

1. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, “promosi yaitu mempropagandakan atau memperkenalkan sesuatu, baik itu barang maupun jasa”.
2. Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (2000), “promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan

informasi suatu barang dan jasa untuk menarik minat beli konsumen, terhadap barang atau jasa yang akan diperdagangkan".

3. Menurut Tjiptono (2001:219), "promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan".
4. Sementara Sistaningrum (2002:98) mengungkapkan, "promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial, agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau dimasa yang akan datang".

Konsumen aktual adalah konsumen yang langsung membeli produk yang ditawarkan pada saat atau sesaat setelah promosi produk tersebut dilancarkan perusahaan. Dan konsumen potensial adalah konsumen yang berminat melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan dimasa yang akan datang.

Dari berbagai definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk

melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya.

2.5.2. Tujuan Promosi

Ada tiga tujuan promosi menurut para ahli, yaitu:

1. Menurut Kasali (1998), tujuan dasar dilaksanakannya promosi adalah “untuk mempengaruhi konsumen membeli produk yang dihasilkan penjual”.
2. Adapun tujuan dari pada perusahaan melakukan promosi menurut Tjiptono (2001, 221) adalah “menginformasikan (*informing*), mempengaruhi dan membujuk (*persuading*) serta mengingatkan (*reminding*) pelanggan tentang perusahaan dan bauran pemasarannya”.
3. Sistaningrum (2002, 98) menjelaskan tujuan promosi adalah empat hal, yaitu “memperkenalkan diri, membujuk, memodi-fikasi dan membentuk tingkah laku serta mengingatkan kembali tentang produk dan perusahaan yang bersangkutan”.

Pada prinsipnya antara ketiganya adalah sama, yaitu sama-sama menjelaskan bila produk masih baru. Maka perlu memperkenalkan atau menginformasikan kepada konsumen bahwa saat ini ada produk baru yang tidak kalah dengan produk yang lama. Setelah konsumen mengetahui produk yang baru, diharapkan konsumen akan terpengaruh dan terbujuk sehingga beralih ke produk tersebut. Dan pada akhirnya, perusahaan hanya sekedar

mengi-ngatkan bahwa produk tersebut tetap bagus untuk dikonsumsi. Hal ini dilakukan karena banyaknya serangan yang datang dari para pesaing.

2.5.3. Bentuk-Bentuk Promosi

Menurut Kotler (2001, 98-100), dalam melakukan promosi, agar dapat efektif perlu adanya bauran promosi, yaitu kombinasi yang optimal bagi berbagai jenis kegiatan atau pemilihan jenis kegiatan promosi yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan. Ada empat jenis kegiatan promosi, antara lain:

1. Periklanan (*Advertising*), yaitu bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
2. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*), yaitu bentuk promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
3. Publisitas (*Publisity*), yaitu suatu bentuk promosi non personal mengenai, pelayanan atau kesatuan usaha tertentu dengan jalan mengulas informasi/berita tentangnya (pada umumnya bersifat ilmiah).
4. Promosi Penjualan (*Sales promotion*), yaitu suatu bentuk promosi diluar ketiga bentuk di atas yang ditujukan untuk merangsang pembelian.

5. Pemasaran Langsung (*Direct marketing*), yaitu suatu bentuk penjualan perorangan secara langsung ditujukan untuk mempengaruhi pembelian konsumen.

2.5.4. Jenis- Jenis Promosi

Beberapa jenis promosi, yaitu:

1. Promosi Konsumsi, yaitu merupakan aktifitas pemasaran, pengiklanan dan promosi penjualan yang mengarahkan konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk.
2. Promosi Niaga, yaitu kegiatan promosi yang khusus ditujukan untuk meningkatkan volume nilai perdagangan suatu produk.
3. Promosi Penjualan, yaitu kegiatan, bahan, sarana dan teknik yang digunakan untuk mendukung upaya periklanan dengan usaha penjualan pribadi berupa lotre, kupon, diskon, kontes pembelian hadiah dan potongan harga.
4. Promosi Perorangan, yaitu upaya promosi yang berpangkal pada upaya untuk menjual suatu produk atas dasar penonjolkan kepribadian seseorang tokoh yang terkenal *(celebrity promotion)*.
5. Promosi Produk, yaitu usaha promosi yang dilakukan di dalam toko.
6. Promosi Terpadu, yaitu perpaduan antara beberapa cara promosi untuk memberikan dampak yang lebih luas terhadap

pemasaran produk atau penjualan-penjualan produk dalam setiap paket penjualan.

2.5.5. Fungsi Promosi

Menurut Terence A. Shimp (2000), promosi memiliki lima fungsi yang sangat penting bagi suatu perusahaan/lembaga. Diantaranya:

1. Memberikan informasi (*Informing*)

   Promosi membuat konsumen sadar akan produk-produk baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa.

2. Membujuk (*Persuading*)

   Media promosi atau iklan yang baik akan mampu mempersuasi pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan.

3. Mengingatkan (*Reminding*)

   Iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen.

4. *Adding Value* (Menambah nilai)

   Terdapat tiga cara mendasar dimana perusahaan bisa memberi nilai tambahbagi penawaran mereka, inovasi, penyempurnaan kualitas, atau mengubahpersepsi konsumen.

5. *Assisting* (Mendampingi upaya-upaya lain dari perusahaan)

Periklanan merupakan salah satu alat promosi. Promosi membantu perwakilan penjualan. Iklan mengawasi proses penjualan produk-produk perusahaan dan memberikan penda-huluan yang bernilai bagi wiraniaga sebelum melakukan kontak personal dengan para pelanggan yang prospektif.

2.6. Definisi Anak-Anak

Menurut Undang-undang No. 23 Tahun 2009, definisi anak pada Pasal 1, disebutkan bahwa yang dimaksud dengan seorang anak adalah seseorang yang belum berusia 18 (delapan belas) tahun, termasuk anak yang masih dalam kandungan.

2.7. Analisis SWOT

2.7.1. Analisis SWOT

1. Kekuatan (*Strength*)

   -Didukung oleh pemerintah.

   -Gratis biaya masuk.

2. Kelemahan (*Weakness*)

   -Promosi yang dilakukan selalu sama.

   -Kurangnya Promosi.

   - Media Promosi yang digunakan terbatas.

3. Peluang (*Opportunities*)

   - Kemajuan teknologi dalam pembuatan media.

   - Kemajuan teknologi dalam penyebaran media.

4. Ancaman (*Threats*)

- Tempat sejenis yang memiliki fasiltas lebih.

2.8. Target Audiens

Segmentasi dari informasi ini adalah pelajar dimana informasi yang ada dalam Museum Geologi tersebut dapat membantu mereka dalam pelajaran di sekolah, sekaligus memupuk rasa cinta untuk pada bumi tercinta kita ini.

2.8.1. Demografis (Jenis/Tipe Orang)

1. Target audiens yang dituju berprofesi sebagai pelajar tingkat sekolah dasar.
2. Target audiens adalah laki-laki maupun perempuan.
3. Usia 9-12 tahun.

2.8.2. Geografis

1. Target audiens adalah warga Indonesia.
2. Target audiens bertempat tinggal di kota.

2.8.3. Sosial Ekonomi Status

Target Menengah Atas.

2.8.4. Psikografis (sifat/karakteristik)

1. Target audiens adalah anak yang belum memiliki tanggung jawab.
2. Target audiens memiliki sifat suka mencoba-coba hal yang baru.

2.8.5. Behavioristis (perilaku)

1. Target audiens memiliki perilaku yang belum dewasa.
2. Target audiens masih suka bermain.