EFEKTIVITAS KEGIATAN "*NIGHT AT THE MUSEUM*" OLEH MUSEUM GEOLOGI BANDUNG TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG

Rangga Putra Anugrah [1)],
Tine Agustin Wulandari [2)]

[1] Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia
[2] Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia

email: ranggaputraanugrah6@gmail.com
email: Tine.wulandari@email.unikom.ac.id

Abstract

This research purpose to find out how far effect between The Effectiveness Of "Night at The Museum" By Museum Geologi Bandung To Visitors Satisfactions. To answer the problem, the researcher analyzes the purpose, cost, time and personnel to the feelings and expectations of the visitors who join the activity. This research used quantitative with survey method and regression technique analysis. Technical data that used are questionnaires, interviews, literature study, and online searching. The population of this study was made by 134 visitors of the "Night at The Museum" in May 2017. Simple Random Sampling used to obtained 57 samples. The results of the research of the research showed that the effect between the Effectiveness of "Night at The Museum" by Museum Geologi Bandung to visitors Satisfaction is 98,3%. It prove that the variable of Effectiveness is relevant to variable Satisfaction for a research. The suggestion by researcher on the "Night at The Museum" event at Museum Geologi Bandung to do direct promotion to the people trough short counseling about "Night at The Museum" event.

Keywords: Effectiveness, Night at The Museum, Satisfaction, Museum Geologi Bandung.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana P e n g a r u h Efektivitas Kegiatan "*Night at The Museum*" Oleh Museum Geologi Bandung terhadap Kepuasan Pengunjung. Sehingga untuk menjawab masalah tersebut peneliti menganalisa tujuan, biaya, waktu dan personil terhadap perasaan dan harapan pengunjung yang hadir pada kegiatan tersebut. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survey dan teknik analisis regresi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket, wawancara, studi pustaka, dan penelusuran data online. Populasi penelitian ini berjumlah 134 pengunjung kegiatan "*Night at The Museum*" pada bulan Mei tahun 2017. Dengan menggunakan *Simple Random Sampling* kemudian diperoleh sebanyak 57 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besar pengaruh antara Efektivitas kegiatan "*Night at The Museum*" oleh Museum Geologi Bandung terhadap Kepuasan Pengunjung sebesar 98,3%. Sehingga terbukti relevan jika variabel efektivitas dikaitkan dengan variabel kepuasan untuk sebuah penelitian. Saran yang peneliti berikan setalah melakukan penelitian pada kegiatan "*Night at The Museum*" di Museum Geologi Bandung agar melakukan promosi kegiatan secara langsung kepada masyarakat melalui penyuluhan singkat mengenai kegiatan "*Night at The Museum*".

Kata Kunci: Efektivitas, *Night at The Museum*, Kepuasan, Museum Geologi Bandung.

1. Pendahuluan

Semua lini organisasi adalah sistem, setiap sistem mengambil sumber *input* dari lingkungan disekitarnya kemudian memprosesnya dan mengeluarkan *output* terhadap lingkungannya (publik eksternal). Organisasi melakukan sesuatu untuk memproses *input*, kemudian menciptakan *output* yang akan membantu mencapai tujuan dari suatu lembaga atau perusahaan (Bertalanffy dalam Muhammad, 2014: 47).

Tujuan dalam sistem yang telah dibentuk tersebut dapat diperoleh melalui efektivitas sebuah kegiatan dalam organisasi yang terlembaga. Efektivitas itu sendiri adalah komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sama dengan dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang telah ditetapkan, dan jumlah personil yang ditentukan sebelumnya (Effendy, 2007: 15).

Efektivitas kegiatan pada sebuah lembaga tersebut tentu harus menciptakan sebuah *output*, *output* tersebut dapat berupa rasa kepuasan yang muncul dalam benak publik khusunya publik eksternal. Faktor-faktor kepuasan publik eksternal itu sendiri dapat terwujud apabila suatu organisasi mengerti betul apa yang diinginkannya seperti perasaan dan harapan publik.

Sementara itu menurut Phillip Kotler kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler 2002: 42).

Maka, kepuasan dalam konteks komunikasi organisasi dapat diperoleh apabila publik eksternal tersebut dapat memunculkan *output* berupa perasaan senang atau gembira dan harapan-harapan atas kegiatan yang diselenggarakan lembaga tersebut sesuai dengan keinginannya atau tidak. Kegiatan yang peneliti akan teliti adalah sebuah kegiatan yag diselenggarakan oleh salah satu museum yang berada di Kota Bandung yang menyediakan berbagai macam koleksi geologi seperti fosil, batu-batuan, dan mineral, yaitu Museum Geologi Bandung.

1.1 Latar Belakang

Museum Geologi Bandung adalah salah satu unit pelaksana teknis di lingkungan Badan Geologi yang berdiri sejak tanggal 16 Mei tahun 1929 dan dengan luas gedung ± 3617,08 m², beralamat di Jalan Diponegoro No. 57, Bandung, Jawa Barat. Museum Geologi Bandung menjadi salah satu tempat penyimpanan segala fosil tumbuhan, hewan dan manusia purba, serta ditunjang dengan jenis batuan, mineral, replika gunung berapi dan berbagai peralatan dari aplikasi geologi.. Mempunyai tugas untuk melaksanakan pengelolaan, penelitian, pengembangan, konservasi, peragaan dan penyebarluasan informasi koleksi geologi. Serta mempunyai misi sebagai berikut:

1. Memperagakan dan Mengkomunikasikan koleksi Museum,
2. Menyediakan Informasi dan materi edukasi geologi,
3. Mendokumentasikan dan mengkonsevasikan 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 intasi dan sekolah,
8. Melakukan pengelolaan museum secara professional, dan
9. Memberikan pelayanan jasa permuseuman.

Menilik dari tugas dan misi yang dimilikinya maka pihak Museum Geologi Bandung wajib mempunyai suatu kegiatan yang dapat memberikan pelayanan bagi publik yang efektivitas kegiatannya dapat memunculkan rasa kepuasan dalam benak publik. Salah satu kegiatan yang menjadi unggulan pihak Museum Geologi Bandung adalah "*Night at The Museum*".

Kegiatan "*Night at The Museum*" adalah kegiatan yang berlangsung di Museum Geologi Bandung pada malam hari yang melibatkan banyak publik eksternal yakni pengunjung dengan prespektif edukasi mengenai koleksi-koleksi geologi yang dimiliki oleh Museum Geologi Bandung.

Kegiatan ini sendiri sudah berlangsung sejak tahun 2013 dan dilaksanakan secara berkala setiap satu bulan satu kali, dan biasanya dilaksanakan pada hari besar nasional atau berdekatan dengan hari besar nasional karena jadwal kegiatan per bulannya disesuaikan agar kegaitan tersebut dapat terlaksana pada sabtu malam dimana masyarakat tengah libur dalam menjalankan aktivitas kesehariannya.

"*Night at The Museum*" merupakan salah satu program dari bagian Seksi Peragaan 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 mayoritas adalah siswa/siswi SD, SMP, dan SMA. Kegiatan yang dimulai pada pukul 19.00 – 22.00 WIB ini cukup menyita perhatian masyarakat khusunya pada kalangan umum untuk mengunjungi Museum Geologi Bandung. Hal tersebut memang tujuan utama diselenggarakannya kegiatan "*Night at The Museum*" tersebut yaitu untuk meningkatkan pelayanan publik agar masyarakat umum dapat hadir dan mengunjungi museum tanpa harus mengganggu aktivitas yang kerap dilakukan masayarakat pada siiang 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.

Dalam kegiatan "*Night at The Museum*" oleh Museum Geologi Bandung, peneliti akan menelaah tentang efektivitas kegiatan tersebut di dalam benak pengunjung pada saat menghadiri kegiatan tersebut. Dengan adanya kegiatan tersebut betul dapat memunculkan rasa kepuasan di dalam benak pengunjung atau kah tidak sama sekali. Karena, menilik dari target khalayaknya yaitu masayarakat kalangan umum (bukan pelajar) 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, sehingga menimbulkan pertanyaan bahwa kegiatan "*Night at The Museum*" efektif atau tidak untuk memunculkan kepuasan bagi pengunjung.

Dalam komunikasi efektif, terdapat peran komunikator yang sangat berpengaruh. Pesan yang datang dari pihak yang kredibel lebih mudah mempengaruhi penerima pesan. Komunikator yang kredibel (dalam memiliki dua komponen, yaitu: *expertise* (keahlian) dan *trustworthtiness* (kepercayaan). Berarti, komunikator harus menyampaikan pesan kepada komunikan dengan memanfaatkan keahlian yang dimiliki untuk memperoleh kepercayaan komunikan.

Komunikasi yang efektif juga dipengaruhi oleh daya pesan atau tingkat kemampuan pesan untuk mempengaruhi komunikan tergantung pada penyampaian isi pesan secara tepat dan jelas. Faktor- faktor komunikasi efektif adalah:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga menarik perhatian komunikan.
2. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang

1.2 Rumusan Masalah

Sejauhmana Efektivitas Kegiatan "*Night at The Museum*" Oleh Museum Geologi Bandung Terhadap Kepuasan Pengunjung?

2. Tinjauan Pustaka dan Kerangka Pemikiran

2.1 Tinjauan Tentang Efektivitas

Efektivitas merupakan kata sifat yang berasal dari kata dasar efektif, yang mengandung arti berhasil atau tepat guna. Efektif atau efektivitas adalah komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan, dan jumlah personil yang ditentukan (Effendy, 2007: 15).

sama antara komunikan dan komunikator sehingga sama-sama mengerti.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut. (Schramm dalam Effendy, 2007: 32).
4. Selain itu, intensitas komunikasi, yaitu frekuensi dan durasi komunikasi yang dilakukan juga turut mempengaruhi hasil dari suatu proses komunikasi tersebut.

2.2 Tinjauan Tentang Kepuasan

Kepuasan dapat diartikan sebagai erasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Phillip Kotler menyatakan kepuasan mempunyai definisi yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya. (Kotler 2002: 42)

Kepuasan pelanggan yaitu tingkatan dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa puas atau merasa amat gembira. (Kotler: 2004:10)

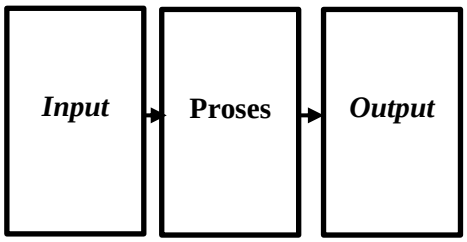
Kepusaan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan yang tidak cocok dilipat gandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk dalam pelanggan tentang pengalaman pengkonsumsian (Oliver dalam Peter, 1996: 157).

2.3 Tinjauan Teori Sistem Umum Organisasi

Dalam mejalankan roda sebuah lembaga atau perusahaan diperlukan sistem organisasi yang tepat. Sistem yang dijalanan tersebut tidak hanya menargetkan pada publik internalnya saja, namun turut memberikan kontribusi bagi publik eksternal yang berada disekitar lingkungan kehidupan organisasi tersebut. Kontribusi tersebut haruslah tersusun secara sistematis agar dapat mewujudkan tujuan yang sesuai dengan harapan.

Teori sistem umum organisasi adalah teori yang berasumsi bahwa organisasi sebagai suatu set bagian-bagian yang kompleks yang saling berhubungan dan berinteraksi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan yang selalu berubah agar dapat mencapai tujuannya. Semua lini organisasi adalah sistem, setiap sistem mengambil sumber *input* dari lingkungan disekitarnya kemudian memprosesnya dan mengeluarkan *output* terhadap lingkungannya (publik eksternal). Organisasi melakukan sesuatu untuk memproses *input*, kemudian menciptakan *output* yang akan membantu mencapai tujuan dari suatu lembaga atau perusahaan. (Muhammad, 2014: 47)

Gambar 2.1 Model Teori Sistem Umum Organisasi

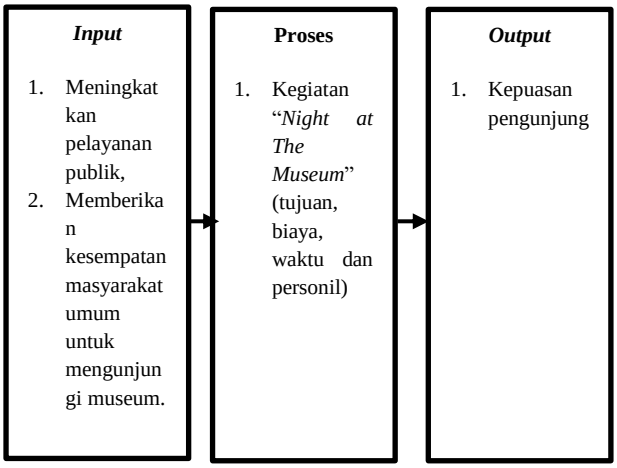


(*Anthony dan Gales dalam Ruliana, 2014: 55*)

Teori yang digunakan oleh peneliti demi mendukung jalannya penelitian ini adalah teori sistem umum organisasi. Teori sistem umum organisasi adalah teori yang berasumsi bahwa

organisasi sebagai suatu set bagian-bagian yang kompleks yang saling berhubungan dan berinteraksi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan yang selalu berubah agar dapat mencapai tujuannya. Semua lini organisasi adalah sistem, setiap sistem mengambil sumber *input* dari lingkungan disekitarnya kemudian memprosesnya dan mengeluarkan *output* terhadap lingkungannya (publik eksternal). Organisasi melakukan sesuatu untuk memproses *input*, kemudian menciptakan *output* yang akan membantu mencapai tujuan dari suatu lembaga atau perusahaan. (Muhammad, 47:2014)
Berikut adalah pengaplikasian model teori sistem umum organisasi:

Gambar 2.2 Aplikasi Model Teori Sistem Umum Organisasi



Dalam penelitian ini teori sistem umum organisasi merepresentasikan *input* sebagai upaya pihak Musuem Geologi Bandung untuk meningkatkan pelayanannya terhadap publik dan memeberikan kesempatan untuk masyarakat umum untuk mengunjungi museum. Karena, *input* tersebut muncul dengan alasan waktu yang dimiliki oleh masyarakat atau khalayak umum yang terbatas, seperti sibuk dengan aktivitas kesehariannya pada siang hari. Maka dari itu Museum Geologi Bandung memproses *input* yang telah diterimanya dengan menciptakan sebuah kegiatan bernama "*Night at The Museum*" dengan mempertimbangkan efektiivitas (tujuan, biaya, waktu dan personil) dalam kegiatan tersebut. Kemudian, kegiatan "*Night at The Museum*" ini diharapkan akan memunculkan kepuasan di dalam benak pengunjung berupa perasaan senang atau gembira dan harapan-harapan atas kegiatan "*Night at The Museum*" yang diselenggarakan Musueum Geologi Bandung tersebut sesuai dengan keinginannya atau tidak

Sedangkan, dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu Efektivitas sebagai variabel X dan Kepuasan sebagai variabel Y. Sebagai konsep dalam penelitian ini menjelaskan Variabel X yang meliputi empat indikator yaitu tujuan, biaya, waktu, dan personil, sedangkan variabel Y yang meliputi dua indikator yaitu perasaan dan harapan.

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada kerangka teoritis menurut Onong Uchjana Efendy tentang Efektivitas dengan empat indikator yang akan peneliti aplikasikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

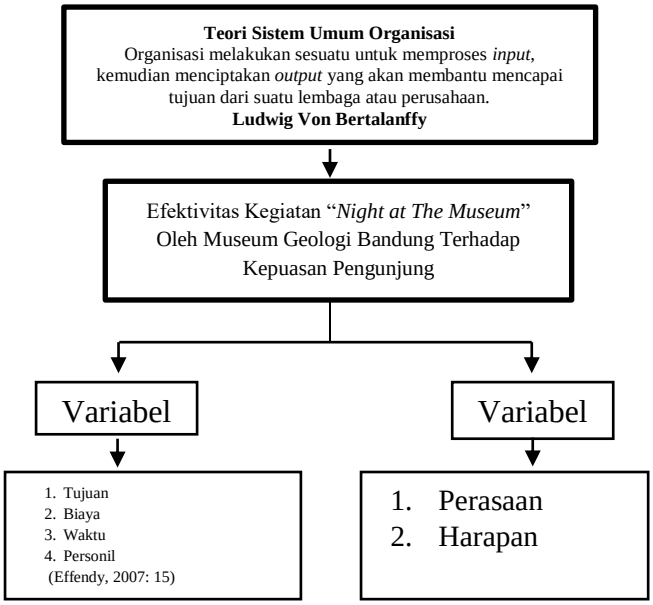
1. Tujuan, merupakan hasil akhir yang ingin diperoleh oleh pihak Museum Geologi Bandung pada kegiatan "*Night at The Museum*" sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya. Dalam mencapai tujuannya pihak Museum Geologi menyusun orientasi sasaran dan target yaitu mengembangkan pelayanan publik.
2. Biaya, adalah berupa kesesuaian anggaran yang dikeluarkan oleh pihak Museum Geologi Bandung pada kegiatan "*Night at The Museum*" dengan apa yang dihadirkan pada kegiatan tersebut.
3. Waktu, adalah seluruh rangkaian kegiatan "*Night at The Museum*" yang diselenggarakan oleh pihak Museum Geologi Bandung. Apakah sesuai atau tidak dengan waktu yang telah ditetapkan.
4. Personil, adalah panitia yang berpartisipasi pada kegiatan "*Night at The Museum*" sudah sesuai dengan peraturan yang ditetapkan oleh Museum Geologi Bandung.

Selanjutnya peneliti akan mengamati tentang variabel Y yaitu Kepuasan. Bertolak dari definisi Kepuasan menurut Kotler yang mempunyai dua indikator yaitu:

1. Perasaan adalah keadaan atau state dari pengunjung yang telah mengunjungi kegiatan "*Night at The Museum*" yang diselenggarakan oleh pihak Museum Geologi Bandung.
2. Harapan adalah adalah sesuatu yang diinginkan oleh pengunjung pada kegiatan "*Night at The Museum*", apabila tercapai pegunjung akan merasa senang dan gembira.

Berikut ini adalah model kerangka penelitian yang peneliti anggap sesuai dengan jalannya penelitian ini pada gambar 2.3:

Gambar 2.3 Kerangka Penelitian Peneliti



3. Metode Penelitian

3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif metode survei dengan teknik analisis deskriptif. Metode Penelitian Kuantitatif digunakan dalam meneliti status kelompok manusia, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran atau kelas peristiwa pada waktu tertentu. Sehingga melalui metode ini akan diperoleh data dan informasi tentang gambaran suatu fenomena, fakta, sifat serta hubungan fenomena tertentu secara komperehensif dan integral. Dengan demikian pengulangan dalam penelitian kuantitatif dilakukan dalam rangka mendapatkan konsistensi atau reliabilitas data penelitian yang ada (Sugiyono, 2015 : 19)/

Menurut Ulber Silalahi, dalam bukunya mengatakan tentang peneitian survei adalah:Tiga ciri utama penelitian survei adalah data dikumpulkan dari responden atau sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi, pengumpulan data dilakukan dengan menggunkan kuesioner, dan umumnya unit analisa adalah individu (Silalahi, 2012 : 293).

Teknik pengumpulan data yang igunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1) Studi Literatur

Peneliti mencari data dengan mengadakan penelaahan terhadap buku-buku literatur, karya tulis yang bersifat ilmiah yang dapat mendukung jalannya penelitian ini dan memiliki hubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

2) Penelusuran Data Online

Penelusuran data online menurut Burhan Bungin adalah tata cara melakukan penelusuran data melalui media online seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas online, sehingga memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data informasi online yang berupa data maupun informasi teori, secepat atau semudah mungkin dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis (Bungin dalam Ardianto, 2011: 110).

3) Angket/Kuisioner

Angket/kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2009, 194) Angket/kuisioner merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dipilih oleh peneliti. Karena angket mempunyai banyak kebaikan sebagai instrumen pengumpulan data. Angket ini akan peneliti bagikan kepada 57 orang pengunjung yang hadir pada kegiatan "*Night at The Museum*" di Museum Geologi Bandung pada bulan Mei tahun 2017.

4) Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survey melalui daftar pertanyaan yang di ajukan

secara lisan terhadap responden. (Ruslan, 2004:23). Wawancara yang dilakukan dalam penelitian kali ini merupakan wawancara pendukung data penelitian dimana wawancara ini berisi hal-hal mendasar mengenai kegiatan "*Night at The Museum*" di Museum Geologi Bandung pada bulan Mei tahun 2017.

3.2 Teknik Analisa Data

1. Uji Validitas

Validitas menunjukan sejauhmana pengaruh suatu alat ukur itu mengukur sesuatu. Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukan sejauhmana pengaruh hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran diulangi duakali atau lebih (Ardianto, 2011: 188).

Pada penelitian ini, uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada sebagian dari total sampel yaitu sebanyak 30 responden. Hal tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Singarimbun yang mengatakan bahwa jumlah minimal uji coba kuisioner adalah minimal 30 responden. Dengan jumlah minimal 30 orang maka distribusi nilai akan lebih mendekati kurva normal (Singarimbun, 2012: 89).

Dalam menguji validitas angket peneliti menggunakan rumus Korelasi Rank Spearman.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keterandalan (*reliability*) dari suatu pengukuran. Alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas apabila instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama, yang berarti bahwa realibilitas berhubungan dengan konsistensi, akurasi, atau ketepatan. Untuk mengetahui reliabilitas Instrument ini digunakan rumus Alpha.

3. Uji Statistik Penelitian

Untuk melihat pengaruh variabel X dan Variabel Y, serta menguji hipotesis yang diajukan, peneliti meggunakan bantuan software SPSS (*Statistics Product and Service Solution*). Dengan menggunakan rumus Regresi Linier, Koefisien Determinasi, Koefisien Residu, dan Uji t untuk menguji hipotesis.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Uji Statistik Penelitian

Pengujian pengaruh, koefisien determinasi (KD), koefisien residu (KR) pada Efektivitas(X) dan Kepuasan(Y) pada kegiatan "*Night at The Museum*" oleh Museum Geologi Bandung pada bulan Mei tahun 2017 akan dijabarkan pada bagian ini, diantaranya adalah:

Tabel 4.1 Pengaruh Efektivitas(X) Terhadap Kepuasan(Y)

Indikator/Variabel	Korelasi	Regresi	tHitung
Efektivitas(X)	0,991	0,983	56,253
Kepuasan(Y)			

Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 23, 2017

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 23 di atas, maka hasil analisis menunjukan bahwa besarnya regresi antara indikator Efektivitas(X) Kegiatan "*Night at The Museum*" Oleh Museum Geologi Bandung Terhadap Kepuasan(Y) Pengunjung adalah sebesar 0,983. Hal ini berarti, berdasarkan kriteria regresi, Efektivitas(X) Kegiatan "*Night at The Museum*" Oleh Museum Geologi Bandung Terhadap Kepuasan(Y) Pengunjung mempunyai regresi yang sangat kuat.

Regresi bernilai positif (+), artinya semakin baik Efektivitas(X) kegiatan "*Night at The Museum*" oleh Museum Geologi Bandung. maka Kepuasan(Y) pengunjung terpenuhi, dan regresi antara Efektivitas(X) kegiatan "*Night at The Museum*" dengan Kepuasan(Y) pengunjung adalah signifikan, karena angka signifikannya (0,000) lebih kecil daripada 0,05.

Kemudian, untuk menentukan seberapa besar pengaruh Efektivitas kegiatan terhadap Kepuasan pengunjung dapat menggunakan rumus Koefisien Determinasi(KD):

KD= r2 x 100%
= (0,991)2 x 100%
= 98,3%

Artinya pengaruh yang diberikan oleh efektivitas pada kegiatan terhadap kepuasan pengunjung adalah sebesar 98,3%.

Sedangkan, untuk melihat seberapa besar besar faktor lain terhadap variabel Y dihitung dengan menggunakan rumus koefisien residu. Dengan rumus sebagai berikut:

KR = 100% - KD
= 100% - 98,3%
= 1,7%

Artinya, besar pengaruh faktor lain terhadap kepuasan pengunjung adalah sebesar 1,7%.

Menentukan Uji Hipotesis, dengan langkah-langkah:

Tentukan Hipotesis

H1: Jika Efektivitas Kegiatan "*Night at The Museum*" Oleh Museum Geologi Bandung Baik Maka Kepuasan Pengunjung Terpenuhi

H0: Jika Efektivitas Kegiatan "*Night at The Museum*" Oleh Museum Geologi Bandung Tidak Baik Maka Kepuasan Pengunjung Tidak Terpenuhi

Uji Hipotesis, dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

Jika thitung ≤ ttabel, maka H0 diterima dan H1 ditolak

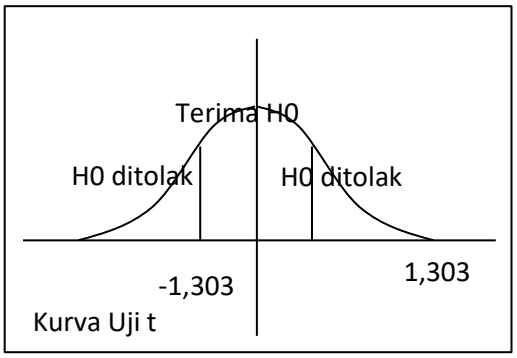
Jika thitung ≥ ttabel, maka H0 ditolak dan H1 diterima

Mencari ttabel dengan menggunakan *degree of freedom* :

df = n – 2
= 57 – 2
= 55

Dengan df = 55, dan α = 0.1, maka diperoleh ttabel sebesar 1,303. Maka diperoleh kurva uji t berikut:

Gambar 4.1 Efektivitas Kegiatan "*Night at The Museum*" Oleh Museum Geologi Bandung Terhadap Kepuasan Pengunjung



Sumber:Data Penelitian, 2017

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa:

$t_{hitung} > t_{tabel}$, karena 56,253 > 1.303

Maka H_0 ditolak

Dengan demikian kesimpulan yang dapat diambil dari keseluruhan adalah terdapat pengaruh antara Efektivitas kegiatan "*Night at The Museum*" oleh Museum Geologi Bandung terhadap Kepuasan Pengunjung.

4.2 Pembahasan

Sebelum peneliti melakukan pembahasan pada hasil penelitian dan melakukan analisis pada identifikasi masalah maka peneliti membuat tabel ringkasan analisis data regresi, agar memudahkan pembaca dalam melihat pengaruh antara variabel atau indikator X dan Y, yakni sebagai berikut:

Tabel 4.39 Ringkasan Analisis Data Regresi

No	Variabel/Indikator(XY)		Regresi	Pengaruh (%)	Pengaruh Faktor Lain (%)	Nilai Signifikan	Hipotesis
1	Tujuan(X1) Kegiatan "*Night at The Museum*"	Kepuasan(Y) Pengunjung	0,862	86,2	13,18	Signifikan (0,000 < 0,05)	H1 Diterima
2	Biaya (X2) Kegiatan "*Night at The Museum*"	Kepuasan(Y) Pengunjung	0,810	81	19	Signifikan (0,000 < 0,05)	H1 Diterima
3	Waktu(X3) Kegiatan "*Night at The Museum*"	Kepuasan(Y) Pengunjung	0,981	98,1	1,9	Signifikan (0,000 < 0,05)	H1 Diterima
4	Personil(X4) Kegiatan "*Night at The Museum*"	Kepuasan(Y) Pengunjung	0,973	97,3	2,7	Signifikan (0,000 < 0,05)	H1 Diterima
5	Efektivitas (X) Kegiatan "*Night at The Museum*"	Perasaan(Y1) Pengunjung	0,957	95,7	4,3	Signifikan (0,000 < 0,05)	H1 Diterima
6	Efektivitas (X) Kegiatan "*Night at The Museum*"	Harapan(Y2) Pengunjung	0,958	95,8	4,2	Signifikan (0,000 < 0,05)	H1 Diterima
7	Efektivitas (X) Kegiatan "*Night at The Museum*"	Kepuasan(Y) Pengunjung	0,983	98,3	1,7	Signifikan (0,000 < 0,05)	H1 Diterima

Sumber: Data Penelitian, 2017

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Terdapat Pengaruh Efektivitas kegiatan "*Night at The Museum*" terhadap Kepuasan pengunjung berdasarkan hasil perhitungan didapatkan hasil pengaruh yang kuat dan signifikan. Dapat disimpulkan bahwa Museum Geologi Bandung berhasil membuat sebuah kegiatan yang dapat meningkatkan kepuasan publiknya.

5.2 Saran

Museum Geologi Bandung diharapkan memaksimalkan akun sosial media sebagai sarana promosi kegiatan "*Night at The Museum*" tidak hanya melaui media sosial namun juga melalui pendekatan langsung ke masyarakat sekitar seperti penyuluhan mengenai kegiatan tersebut.

Daftar Pustaka

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: PT Prenhalindo.

Kotler, Phillp dan Gary Armstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. *Consumer Behavior (Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran) Edisi Ke Empat*. Jakarta: Erlangga.

Ruliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: Rajawali Pers

Ruslan, Rosady. 2004. *Public Relation: Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.

Singarimbun, Masri. 2012. *Metode Penelitian Survey Edisi Revvisi*. Jakarta: LP3ES

Sugiyono. 2009.*Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2015. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : CV. Alfabeta.