

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA KOTA
PEMATANG SIANTAR DALAM MENINGKATKAN
PENGUNJUNG MUSEUM SIMALUNGUN**

SKRIPSI

**OLEH :
RODIATI ULFA DAYANI LUBIS
208530056**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA KOTA
PEMATANG SIANTAR DALAM MENINGKATKAN
PENGUNJUNG MUSEUM SIMALUNGUN**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Pematang Siantar Dalam Meningkatkan Pengunjung Museum Simalungun
Nama : Rodiati Ulfa Dayani Lubis
NPM : 208530056
Prodi : Ilmu Komunikasi

Disetujui Oleh Komisi Pembimbing



Armansyah Matondang, S.Sos., M.Si.
Pembimbing



Dea Sembiring, S.Sos., M

Dekan



Dr. M. Rizki Wahid Hidayat, S.Sos.M.AP.

Ka. Prodi

Tanggal Lulus : 28 September 2024

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 28 September 2024



Rodiati Ulfa Dayani Lubis
208530056

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/ SKRIPSI/ TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rodiati Ulfa Dayani Lubis
NPM : 208530056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Noneklusif (*Non-exclusif Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Pematang Siantar Dalam Meningkatkan Pengunjung Museum Simalungun”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat, dan memublikasikan tugasakhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/penciptaan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 28 September 2024



Rodiati Ulfa Dayani Lubis
20853005

ABSTRAK

Museum Simalungun di Pematangsiantar, Sumatera Utara, didirikan pada tahun 1939 oleh tujuh raja Simalungun dan tokoh masyarakat, awalnya bernama Rumah Pusaka Simalungun. Museum ini menyimpan berbagai koleksi budaya Simalungun, seperti Pustaka Lak-lak, patung megalitik, dan perhiasan. Penelitian ini dilatarbelakangi dengan beberapa kendala yang dialami Museum Simalungun Pematang Siantar yang mana telah terjadi penurunan pengunjung akibat pandemi Covid-19. Penelitian bertujuan untuk memahami strategi komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata dalam meningkatkan jumlah pengunjung, terutama setelah penurunan akibat pandemi Covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan studi dokumen. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Strategi Komunikasi yang digunakan Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar yaitu menggunakan Strategi Komunikasi Massa. Kemudian hambatan Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar yaitu pada komunikator yang kurang memanfaatkan media sosial modern saat ini yang menjadi wadah untuk memberikan informasi ke khalayak luas ataupun Masyarakat umum dalam menyebarkan informasi seperti Instagram, TikTok, Snack Video dan Twitter. Platform-platform ini lebih populer di kalangan Masyarakat luas saat ini dibandingkan dengan website pemerintah, Facebook, dan YouTube. Untuk mengatasi hal ini, museum perlu memperluas strategi promosi dengan konten visual dan interaktif di platform tersebut. Dengan cara ini, museum dapat lebih efektif menjangkau dan melibatkan audiens yang lebih luas lagi, serta meningkatkan visibilitas, dan menarik lebih banyak pengunjung. Adaptasi terhadap tren digital ini akan memperluas dampak promosi dan meningkatkan kesadaran tentang museum.

Kata Kunci : Museum Simalungun, Strategi Komunikasi, Peningkatan Jumlah Pengunjung

ABSTRACT

The Simalungun Museum in Pematangsiantar, North Sumatra, was established in 1939 by seven Simalungun kings and community leaders. Initially, it was named the Simalungun Heritage House. This museum houses various Simalungun cultural collections, such as Pustaka Lak-lak, megalithic statues, and jewelry. This research was motivated by several challenges faced by the Simalungun Museum in Pematangsiantar, such as a decline in visitors due to the Covid-19 pandemic. The research aimed to understand the communication strategies implemented by the Pematangsiantar City Tourism Office to increase the number of visitors. The method used in this research was descriptive qualitative. Data collection techniques included observation, interviews, and document studies. The research findings concluded that the communication strategy used by the Pematangsiantar City Tourism Office was Mass Communication Strategy. One challenge faced was that communicators were not fully utilizing modern social media platforms like Instagram, TikTok, Snack Video, and Twitter to disseminate information to the public. These platforms are more popular with the public compared to government websites, Facebook, and YouTube. To address this, the museum needs to expand its promotional strategy with interactive visual content on these platforms. This would allow the museum to reach a wider audience, increase visibility, attract more visitors, and raise awareness of the museum's importance.

Keywords: *Simalungun Museum, Communication Strategy, Visitor Increase*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tak henti penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya karena atas izin-Nya lah peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Strategi Komunikasi DinasPariwisata Kota Pematang Siantar Dalam Meningkatkan Pengunjung Museum Simalungun “ Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Medan Area.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta **Ayahanda Iswadi Lubis dan Ibunda Hafni Hanum** yang telah membesarkan penulis, memberikan kasih sayang yang tiada hingga. Mengiringi setiap langkah penulis dengan doa dan nasehat yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan. Rasa syukur serta terima kasih juga penulis sampaikan sebesar-besarnya kepada :

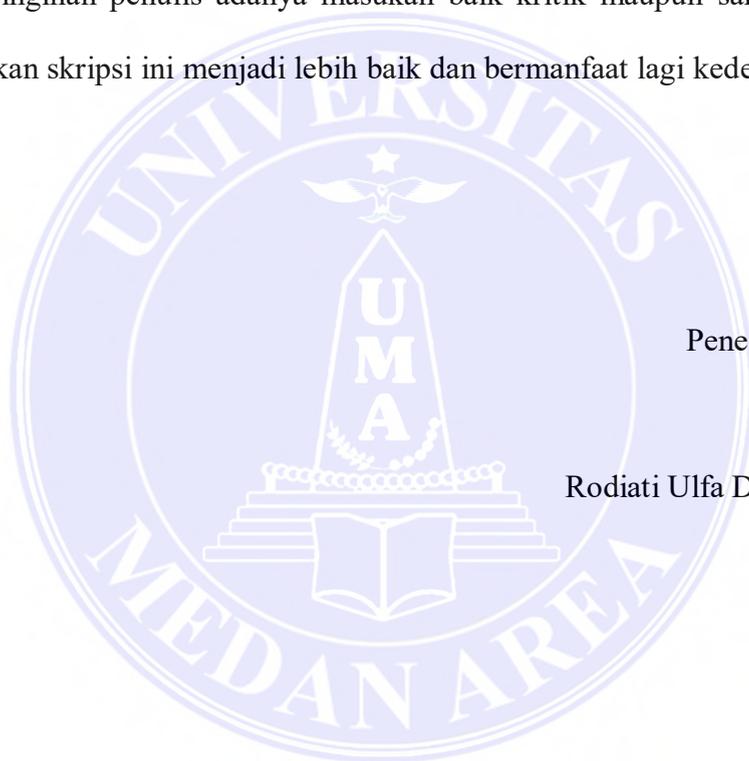
1. Bapak Dr. Walid Musthafa Sembiring, S.Sos., M.IP., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Selamat Riadi, M.I.Kom., selaku Wakil Dekan BidangPenjamin Mutu Akademik Program Studi (Prodi) Ilmu Komunikasi
3. Bapak Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos. M.AP., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univeritas Medan Area.
4. Bapak Armansyah Matondang, S.Sos., M.Si., Selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing, mendidik, mendukung, dan memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini. Staf pegawai beserta seluruh

Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, terkhusus dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

5. Bapak Ara Auza, S.Sos, M.I.Kom, selaku dosen Penasehat Akademik Saya.
6. Bapak Dr. Abdul Haris, S.Ag, M.Si., selaku dosen penguji saya pada saat Sidang Skripsi.
7. Bapak Angga Tinova Yudha, S.Sos, M.I.Kom., selaku dosen penguji saya pada saat Seminar Proposal, Seminar Hasil, dan Sidang.
8. Bapak Drs. Djomen Purba selaku ketua Yayasan Museum Simalungun, serta petugas Museum Simalungun Ibu Lili yang telah memberikan akses dan kemudahan kepada penulis sehingga penulis dapat meneliti di sana
9. Bapak Perdana Raymon Hutagalung selaku Analisis Objek Wisata Ahli Muda. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pematang Siantar.
10. Segenap Para pengunjung Museum Simalungun yang mana kiranya telah bersedia saya wawancarai
11. Keluarga besar dari penulis, Kakak Syarifa Hanum Al Mardiah Lubis, Opung M. Nurman Lubis, Alm. Nenek Saya Tercinta Isnah Asariyah Rangkuti, Nenek Siti Oloan Nasutin, Ibu Fauziah Nur Lubis, Uda Erfin Lubis, serta kerabat lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Yang selalu memberikan cinta, dukungn, dan juga semangat yang tiada hentinya kepada penulis.
12. Teman-teman Saya Jihan Tamima Afina Daulay, Sabina Salsabila Auzura, Siti Warahma Nasution serta kelas A1 angkatan 2020 khususnya kepada Uliasi Patricia Siahaan, Putri Rezekita Permata, Hendra Kurniawan Lubis,

Didi Setiawan, Saroha Imanuel, Frofery Nainggolan. Yang selalu memberikan semangat dan kebersamaan

Akhirnya penyusun sangat mengharapkan semoga dari penyusunan proposal penelitian sederhana ini dapat diambil manfaatnya. Penulis juga menyadari bahwa tugas akhir skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan baik dalam hal penulisan, penggunaan bahasa atau pemaknaannya. Besar keinginan penulis adanya masukan baik kritik maupun saran agar dapat menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik dan bermanfaat lagi kedepannya.



Peneliti

Rodiati Ulfa Dayani Lubis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN	
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	4
1.3. Rumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1. Manfaat Akademis.....	5
1.5.2. Manfaat Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Komunikasi.....	7
2.2. Strategi Komunikasi	7
2.2.1. Strategi Komunikasi Massa.....	13
2.3. Tahapan – tahapan Strategi Komunikasi	13
2.4. Hambatan Komunikasi	14
2.3.1 Hambatan pada komunikaor atau komunikan	14
2.4.2 Hambatan Semantik.....	15
2.5. Museum	16
2.6. Jenis - jenis Museum	19
2.7. Fungsi Museum.....	23
2.8. Tujuan Museum	23
2.9. Suku Batak Simalungun	24
2.10. Peneliti Terdahulu	24
2.11. Krangka Berpikir.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Metode Penelitian.....	29
3.2. Jenis Penelitian.....	30
3.2.1. Pendekatan Penelitian	30
3.3. Tempat Penelitian	30
3.3.1. Tempat Penelitian	30
3.4. Teknik Pengumpulan Data	30
3.4.1. Wawancara.....	31
3.4.2. Observasi	31
3.4.3. Dokumentasi	31
3.4.4. Teknik Analisis	32

1. Editing.....	32
2. Interpretasi.....	32
3. Teknik Analisis Data.....	32
3.1. Pengumpulan Data (<i>Data Collection</i>).....	32
3.2. Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>).....	33
3.3. Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	33
4. Penarik Kesimpulan dan Verifikasi	33
3.4.5. Uji Keabsahan Data	34
1. Triangulasi Sumber	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1. Profil Museum Simalungun.....	36
4.2. Visi dan Misi.....	38
4.3. Hari dan Jam Layanan Museum	39
4.4. Struktur Organisasi.....	40
4.5. Klasifikasi Museum	41
4.6. Koleksi Museum	42
4.7. Analisis Strategi Komunikasi yang digunakan Dinas Pariwisata Museum Simalungun.....	42
4.8. Hambatan Komunikasi yang dihadapi Dinas Pariwisata dalam Mempromosikan Museum Simalungun	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peneliti Terdahulu	24
Tabel 1.2 Jam Layanan Kunjungan Museum	39
Tabel 1.3 Jumlah Pengunjung Museum Simalungun Tahun 2020-2024.....	55
Tabel 1.4 Lampiran Hasil Wawancara.....	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Berfikir	28
Gambar 1.2. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata	40
Gambar 1.3. Struktur Organisasi Museum.....	41
Gambar 1.4. Peralatan Ikan dan Berburu	83
Gambar 1.5. Alat dan Wadah Perhiasan	83
Gambar 1.6. Peralatan Rumah Tangga	83
Gambar 1.7. Alat Pemintal Benang	84
Gambar 1.8. Buluh Marsurat.....	84
Gambar 1.9 Uang Jaman Dahulu.....	84
Gambar 1.10. Stempel.....	85
Gambar 1.11. Kesan dan Pesan Pengunjung Museum.....	85
Gambar 1.12 Media Promosi Dinas Pariwisata dalam bentuk Online.....	86
Gambar 1.13 Even Yang Diadakan di Museum Simalungun.....	87
Gambar 1.14 Media Promosi Pariwisata dalam bentuk Cetak.....	87
Gambar 1.15 Wawancara dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pematangsiantar	88
Gambar 1.16 Wawancara dengan Kepala Yayasan Museum Simalungun	89
Gambar 1.17 Spanduk Museum Simalungun.....	89
Gambar 1.18 Pemasangan Spanduk Museum Simalungun.....	90
Gambar 1.19 Kunjungan SD Negeri Pematang Siantar.....	90
Gambar 1.20 Kunjungan SMP Negeri Pematang Siantar.....	91
Gambar 1.21 Kunjungan Universitas.....	91
Gambar 1.22 Even 17 Agustus.....	92

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dibandingkan negara tetangga, Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya, pariwisata, dan peninggalan sejarah. Hal itu harus dihargai oleh masyarakat dan dikenal sebagai jati diri bangsa. Mengenali potensi suatu objek atau daya tarik wisata merupakan hal yang sangat penting agar objek tersebut dapat dikenal luas di kalangan wisatawan dan dikunjungi oleh calon wisatawan. Setiap provinsi dan kota di Indonesia mempunyai potensi dan daya tarik kawasan masing-masing. Kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian Indonesia terus meningkat dalam beberapa. Hal ini dibuktikan dengan pemulihan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif semakin menguat pasca pandemi meski belum mencapai level prapandemi. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) pada triwulan I 2023 secara kumulatif mencapai 2,5 juta kunjungan wisman hinggaakhir tahun ini bisa menembus kurang lebih sebanyak 9 juta kunjungan.

Museum Simalungun, yang berdiri sejak tahun 1939, berada di Sumatera Utara, tepatnya berada di Kota Pematangsiantar. Museum ini menyimpan berbagai barang bersejarah dari masyarakat suku Simalungun dari masa lalu. Museum Simalungun dibangun atau diprakarsai oleh tujuh raja Simalungun serta wakil pemerintah, tokoh masyarakat, dan bupati di Dewan Harungan. Pada awal berdirinya Museum Simalungun bernama Ruma Heritage Simalungun, namun lama kelamaan berganti nama menjadi Museum Simalungun. Museum dikelola secara profesioanl selama 14 tahun oleh

Yayasan Museum Simalungun yang didirikan pada tanggal 27 September 1954. Dengan diresmikannya Museum Simalungun tersebut raja-raja marpitu memberikan sumbangan untuk mengisi koleksi museum berupa Pustaka Laklak, Patung-patung batu peninggalan megalitik, peralatan dapur, peralatan makan, peralatan tenun, perhiasan emas dan perak, koin dan uang serta yang lainnya. Museum Simalungun merupakan peristiwa sejarah yang sangat penting bagi Simalungun, mengingat kepedulian Raja Malpitu agar generasi mendatang tidak melupakan sejarah Simalungun.

Kota Pematangsiantar mempunyai banyak potensi yang sangat besar untuk pariwisata, budaya, dan peninggalan sejarah. Dengan mempertimbangkan potensi dan peluang yang dimiliki Kota Pematangsiantar, potensi tersebut harus dikembangkan dan dimanfaatkan. Bagi Kota Pematangsiantar keberadaan Museum Simalungun merupakan aset berharga dalam sejarah keberadaan Kota Pematangsiantar Simalungun dan dunia wisata budaya karena dapat menjadikan sebagai media edukasi dalam upaya penanaman jati diri dan ketahanan budaya bangsa.

Museum Simalungun memiliki peran penting sebagai pusat perkembangan kebudayaan dengan berbagai koleksi barang bersejarahnya. Namun kenyataannya dari data pengunjung yang terdapat di Museum Simalungun pada tahun 2020 jumlah kunjungan berkisar kurang lebih 200 orang perminggu yang didominasi oleh pelajar sedangkan pengunjung umum sangat minim. Jumlah pengunjung tentunya diharapkan terus meningkat. Pengembangan museum sebagai tempat edukasi oleh masyarakat adalah salahsatu tujuan yang telah ditetapkan oleh masyarakat sekitar.

Selain meningkatkan sarana dan prasarananya, Museum Simalungun juga meningkatkan hubungannya agar museum dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat setempat tidak hanya untuk tujuan wisata tetapi juga sebagai tempat pendidikan. Tentu saja, bagian dari misi museum adalah meningkatkan fasilitasnya karena berfungsi sebagai alat pendidikan. Penurunan jumlah kunjungan masyarakat ke Museum Simalungun pada tahun 2020 mendorong pemilihan Museum Simalungun sebagai lokasi penelitian, Oleh karena itu, sangat penting dilakukan penelitian untuk mengatasi permasalahan menurunnya pengunjung Museum Simalungun di masa yang akan datang. Selain itu, Museum Simalungun sangat penting dalam memberikan informasi mengenai koleksi budaya tradisional Simalungun kepada masyarakat setempat, dan penelitian ini akan membantu dalam memilih strategi komunikasi yang tepat untuk mempromosikan budaya tradisional Simalungun pengelolaan Museum Simalungun. Khususnya masyarakat di kota Pematansiantar.

Museum Simalungun memiliki peran penting sebagai sarana pelestarian budaya Simalungun karena Museum Simalungun sebagai pusat perkembangan yang memiliki banyak koleksi benda-benda bersejarah, Museum Simalungun merupakan sarana sumber pembelajaran dan pengetahuan sejarah. Koleksi Museum Simalungun juga dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran bagi dosen, mahasiswa, pelajar dan masyarakat umum. Museum juga merupakan ekspresi bangsa dan perjalanan kebangsaan, tidak hanya sebagai ekspresi sejarah, sarana rekreasi, dan media pendidikan, tetapi juga sebagai tempat masyarakat dapat mempelajari sejarah negara dan

bangsanya melalui benda benda koleksi museum.

Museum sangat dihargai oleh pelajar dan masyarakat, terutama mereka yang menyukai peradaban alam dan ingin mengetahui lebih banyak tentangnya. Upaya yang terencana, terpadu, dan terarah diperlukan agar kebudayaan Simalungun berkembang sehingga mampu meningkatkan perannya dalam pembangunan sesuai dengan perubahan sosial dan budaya. Akibatnya, diperlukan perbaikan baik di dalam maupun di luar Museum Simalungun. Untuk menunjukkan kepada masyarakat betapa pentingnya menjaga dan melestarikan kebudayaan masyarakat Simalungun asli terdahulu melalui benda-benda peninggalan yang ada di dalamnya.

Berdasarkan latar belakang itulah penulis tertarik untuk mengangkat penelitian ini mengenai “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar dalam Meningkatkan Pengunjung Museum Simalungun.

1.2. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus kepada strategi komunikasi seperti apa yang paling tepat dan efektif dalam meningkatkan jumlah pengunjung Museum Simalungun.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, permasalahan yang akan diungkapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi Dinas Pariwisata Kota Pematang Siantar dalam Mempromosikan guna meningkatkan pengunjung paada Museum Simalungun ?
2. Apa hambatan komunikasi dinas pariwisata Kota Pematang Siantar

dalam mempromosikan Museum Simalungun ?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan Dinas Pariwisata Kota Pematang Siantar dalam meningkatkan jumlah pengunjung Museum Simalungun.
2. Untuk mengetahui hambatan komunikasi yang dihadapi dinas pariwisata kota pematang siantar dalam mempromosikan Museum Simalungun.

2.1. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat baik untuk tujuan akademis maupun praktis.

2.1.1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan dalam pengembangan ilmu komunikasi khususnya yang berhubungan dengan strategi komunikasi.

2.1.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Museum Simalungun

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk Museum Simalungun terutama pada pengelola museum untuk menerapkan strategi komunikasi yang tepat dan efektif. Selain itu Museum Simalungun juga dapat mempublikasikan koleksi budaya adat Simalungun dengan baik.

2. Bagi Instansi Terkait

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada instansi terkait khususnya Dinas pariwisata dalam melakukan promosi dan publikasi Museum Simalungun untuk mengenalkan koleksi budaya adat Simalungun kepada masyarakat Kota Pematangsiantar Simalungun.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat digunakan bagi masyarakat dalam pengembangan budaya adat Simalungun dan pemanfaatan Museum Simalungun sebagai salah satu tempat untuk menggali pengetahuan mengenai adat budaya Simalungun.

4. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi tentang strategi komunikasi yang tepat dan efektif sebagai referensi bagi peneliti lain dalam kerangka pengembangan bidang ilmu pengetahuan khususnya di bidang ilmu komunikasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, makna atau pesan dianut secara sama. Komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih, sehingga peserta komunikasi ini mungkin termasuk hewan, tanaman atau bahkan jin. Komunikasi didefinisikan secara luas sebagai berbagi pengalaman. Komunikasi adalah Upaya untuk membuat pendapat/ide, menyatakan perasaan, agar diketahui atau dipahami oleh orang lain dan Kemampuan untuk menyampaikan informasi/pesan dari Komunikator ke Komunikan melalui saluran/media dengan harapan mendapatkan umpan balik.

2.2. Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*ag*” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya memimpin tentara tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan

peperangan. Sedangkan strategi menurut kamus besar bahasa Indonesia yaitu rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Sehingga dari uraian di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwasannya strategi komunikasi adalah sebuah perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan.

Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication managemen*) untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi, yang terdiri dari teknik komunikasi, isi informasi dan media yang digunakan (Effendy, 2010). Akan tetapi untuk mencapai target tersebut, strategi bukanlah petunjuk yang memberi petunjuk saja, akan tetapi juga menunjukkan taktiknya.

Selanjutnya menurut (Effendy 2010) dijelaskan mengenai teknik komunikasi, isi informasi dan media yang digunakan sebagai berikut:

Menurut (Arifin 2012), strategi komunikasi adalah keseluruhan keputusan kondisi tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Strategi komunikasi merupakan suatu seni atau cara dalam menentukan posisi dan membangun citra organisasi dan juga harus didukung oleh teknik komunikasi yang baik, metode penyampaian dan pemilihan media yang tepat. Strategi komunikasi juga dapat diterapkan untuk proyek terpisah dalam rencana jangka yang panjang maupun pendek, atau dapat

menunjuk ke strategi komunikasi di luar rencana periodik tersebut atau di bawah strategi organisasi yang menyeluruh.

Menurut (Liliweri 2011), strategi komunikasi itu:

1. Strategi yang mengartikulasikan, menjelaskan dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan satuan tujuan komunikasi dalam rumusan yang baik.
2. Strategi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasarkan satu pilihan (keputusan) dari beberapa opsi komunikasi.
3. Strategi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi. Adapun taktik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Strategi komunikasi agar berjalan dengan baik, perlu memperhatikan hal-hal seperti berikut:

1. Sasaran

Perlunya mengidentifikasi sasaran siapa dengan siapa yang perlu berkomunikasi untuk mencapai tujuan organisasi.

2. Tujuan

Tujuan adalah kunci sukses strategi komunikasi. Tujuan tersebut harus mampu memastikan bahwa strategi komunikasi yang dikembangkan merupakan tuntutan kebutuhan organisasi, bukan karena adanya kebutuhan

atas komunikasi itu sendiri. Kegiatan komunikasi bukan merupakan akhir dari semua kegiatan, tetapi dilakukan demi organisasi dan karena itu harus dikaitkan dengan tujuan organisasi. Menggabungkan tujuan komunikasi dan tujuan organisasi akan menegaskan pentingnya dan relevansi komunikasi dan karena itu akan menjadi kasus yang meyakinkan untuk melakukan kegiatan komunikasi dalam organisasi.

3. Pesan

Mencari target yang strategis dan konsisten adalah kunci pesan organisasi. Ciptakan sesuatu yang komprehensif dan mencakup semua pesan kunci, dan beri tekanan pada unsur-unsur yang berbeda untuk pendengar yang berbeda.

4. Instrumen dan kegiatan

Mengenalinya instrumen dan kegiatan yang sesuai untuk mengkomunikasikan pesan kunci.

5. Evaluasi dan Amandemen

Pertimbangkan melakukan audit komunikasi untuk memperkirakan efektivitas strategi komunikasi dengan pendengar internal maupun external dengan melakukan diskusi internal.

Strategi komunikasi secara makro (*planned multimedia strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda (Effendi, 2000). Yaitu :

1. Menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif dengan cara sistematis kepada sasaran untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

2. Menjembatani “kesenjangan budaya” (*cultural gap*), yaitu kondisi yang mudah didapat dan kemudahan media yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai yang dibangun.

Strategi komunikasi sangat menentukan keberhasilan dalam komunikasi. Dalam menyusun strategi komunikasi seorang pemimpin harus memahami fungsi strategi komunikasi baik secara makro maupun mikro. Dengan pendekatan makro berarti organisasi dipandang struktur global yang berinteraksi dengan lingkungannya. Sedangkan dengan pendekatan mikro lebih memfokuskan kepada komunikasi dalam unit dan sub unit pada suatu organisasi.

Seorang pakar perencanaan komunikasi (Middleton, 1980) membuat definisi dengan menyatakan : Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Strategi komunikasi menurut Cangara Hafid merujuk pada proses perencanaan yang sistematis dalam menyusun komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam bukunya yang berjudul "*Pengantar Ilmu Komunikasi*", Hafid Cangara menjelaskan bahwa strategi komunikasi adalah upaya yang terencana dan sistematis untuk memengaruhi pihak lain melalui proses komunikasi dengan memperhatikan berbagai aspek, seperti:

1. Pesan : Isi atau konten yang ingin disampaikan.
2. Media : Saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan.
3. Target audience : Penerima atau sasaran dari pesan tersebut.
4. Tujuan : Hasil yang diharapkan dari komunikasi tersebut.

Strategi ini bertujuan agar proses penyampaian informasi berjalan efektif dan pesan dapat diterima, dipahami, serta memengaruhi pihak yang dituju sesuai dengan keinginan pengirim pesan.

(Quinn dan Mintzberg, 1991) berpendapat bahwa strategi berkaitan dengan lima hal, yaitu :

1. *Strategy as a plan*. Strategi merupakan suatu rencana yang menjadi pedoman bagi organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan.
2. *Strategy as a pattern*. Strategi merupakan pola tindakan konsisten yang dijalankan organisasi dalam jangka waktu lama.
3. *Strategy as a position*. Strategi merupakan cara organisasi dalam menempatkan atau mengalokasikan sesuatu pada posisi yang tepat.
4. *Strategy as a perspective*. Strategi merupakan cara pandang organisasi dalam menjalankan kebijakan. Cara pandang ini berkaitan dengan visi dan budaya organisasi.
5. *Strategy as a play*. Strategi merupakan cara bermain atau manuver spesifik yang dilakukan organisasi dengan tujuan untuk mengalahkan rival atau kompetitor.

Jadi dapat ditarik kesimpulan dengan melihat beberapa definisi di atas bahwa strategi komunikasi adalah suatu perpaduan antara perencanaan dan manajemen komunikasi yang melibatkan komponen-komponen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

2.2.1. Strategi komunikasi massa

Strategi Komunikasi Massa adalah perencanaan dan pelaksanaan cara menyampaikan pesan kepada audiens yang luas melalui media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, internet, atau media sosial. Strategi ini bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu, seperti memberikan informasi, memengaruhi opini publik, meningkatkan kesadaran, atau mempromosikan produk dan layanan.

Beberapa elemen kunci dalam strategi komunikasi massa meliputi:

1. Menentukan tujuan: Apa yang ingin dicapai oleh kampanye komunikasi, seperti menyebarkan informasi, mempromosikan produk, atau mengubah perilaku audiens.
2. Mengenal audiens target: Memahami siapa yang menjadi target pesan, termasuk karakteristik demografi dan psikografi mereka.
3. Pemilihan media: Memilih platform yang tepat untuk menjangkau audiens, seperti media cetak, elektronik, atau digital.
4. Penyusunan pesan: Membuat pesan yang jelas, menarik, dan relevan, serta memastikan bahwa pesan tersebut sesuai dengan media yang digunakan.
5. Evaluasi dampak: Mengukur efektivitas kampanye melalui survei, analisis audiens, atau alat metrik lainnya.

2.3. Tahapan – tahapan Strategi Komunikasi

Terdapat empat tahapan dalam proses strategi komunikasi dalam pengelolaan komunikasi yang paling penting, yaitu :

1. Analisis situasi (*fact Finding*)
2. Mengembangkan tujuan dan strategi komunikasi (*planing*)
3. Menjalankan strategi komunikasi (*actuating*)
4. Evaluasi yang mencakup *monitoring* atau *controling*

2.4 Hambatan Komunikasi

Hambatan komunikasi terjadi ketika pesan tidak tersampaikan atau dipahami dengan baik oleh pihak penerima. Hambatan ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi, baik dari sisi komunikator maupun komunikan. Beberapa hambatan komunikasi utama meliputi:

2.4.1 Hambatan pada komunikaor atau komunikan

Dalam proses komunikasi, salah satu hambatan utama adalah perbedaan bahasa atau penggunaan istilah yang sulit dipahami antara komunikator dan komunikan. Hambatan ini terjadi ketika pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator tidak dapat dipahami secara jelas oleh penerima pesan. Hal ini disebabkan karena penggunaan istilah teknis, jargon, atau bahasa asing yang tidak familiar bagi audiens. Misalnya, jika komunikator menggunakan istilah yang terlalu rumit atau khusus dalam suatu bidang, seperti istilah medis atau hukum, komunikan yang tidak memiliki latar belakang tersebut akan kesulitan untuk mengerti maksudnya.

Selain itu, perbedaan latar belakang sosial dan budaya antara komunikator dan komunikan juga dapat memperburuk hambatan ini. Komunikator yang berasal dari budaya atau lingkungan tertentu mungkin terbiasa dengan istilah atau simbol yang hanya dipahami oleh kelompoknya,

tetapi sulit dipahami oleh kelompok lain. Misalnya, penggunaan metafora atau peribahasa yang hanya relevan dalam satu budaya bisa menimbulkan kebingungan bagi penerima pesan dari latar belakang budaya yang berbeda.

Hambatan pada komunikator atau komunikan juga dapat terjadi ketika ada perbedaan persepsi atau pengetahuan di antara kedua pihak. Komunikator mungkin menganggap bahwa komunikan sudah memahami topik tertentu, sehingga ia tidak memberikan penjelasan yang cukup rinci. Namun, jika asumsi ini salah, pesan yang disampaikan bisa saja tidak sepenuhnya dipahami atau bahkan disalahartikan oleh komunikan. Komunikasi yang efektif memerlukan kesadaran dari komunikator tentang audiensnya, dan penggunaan bahasa yang sesuai agar pesan bisa diterima dengan baik.

Solusi dari hambatan ini melibatkan penyesuaian gaya komunikasi yang digunakan oleh komunikator, seperti menyederhanakan istilah teknis, menghindari bahasa yang tidak perlu, dan selalu mengonfirmasi pemahaman komunikan terhadap pesan yang disampaikan.

2.4.2 Hambatan semantik

Hambatan semantik adalah jenis hambatan komunikasi yang terjadi ketika pesan yang disampaikan tidak diterima dengan baik oleh penerima karena makna dari kata-kata yang digunakan bersifat ambigu, berbeda persepsi, atau tidak jelas. Semantik berkaitan dengan makna kata atau bahasa yang digunakan dalam komunikasi. Kata atau frasa tertentu dapat menyebabkan kebingungan atau salah tangkap, yang akhirnya menghambat tujuan komunikasi.

Salah satu bentuk hambatan semantik adalah penggunaan kata-kata yang memiliki lebih dari satu makna. Misalnya, sebuah kata seperti "segera" bisa diartikan berbeda oleh setiap orang. Bagi seseorang, kata tersebut mungkin berarti "dalam satu atau dua hari," sedangkan bagi yang lain bisa diartikan sebagai "dalam beberapa minggu." Perbedaan interpretasi ini dapat menyebabkan salah pengertian antara komunikator dan komunikan.

Selain itu, hambatan semantik juga bisa terjadi karena perbedaan konteks budaya atau sosial. Kata atau ungkapan yang dianggap normal dalam suatu budaya bisa memiliki makna yang sama sekali berbeda dalam budaya lain. Misalnya, sebuah ekspresi bahasa daerah mungkin tidak dimengerti atau bahkan disalahartikan oleh penerima dari budaya yang berbeda.

Untuk mengatasi hambatan ini, penting bagi komunikator untuk menyadari potensi perbedaan makna dalam pesan yang mereka sampaikan. Salah satu solusinya adalah dengan menghindari penggunaan kata-kata yang ambigu atau istilah yang mungkin memiliki interpretasi ganda. Mengklarifikasi maksud dari pesan yang disampaikan dan memberikan konteks tambahan juga dapat membantu meminimalkan potensi salah pengertian.

2.5 Museum

Museum menjaga, mengembangkan, dan memanfaatkan koleksi dan mengomunikasikannya dengan masyarakat. Berdasarkan konferensi umum ICOM (International Council of Museums) yang ke-22 di Wina, Austria, pada 24 Agustus 2007, definisi museum adalah sebagai lembaga tetap yang tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat dan kemajuan mereka. Museum terbuka untuk

umum dan bertanggung jawab untuk mengumpulkan, merawat, meneliti, mengomunikasikan, dan memamerkan warisan budaya dan lingkungannya baik secara kebendaan maupun takbenda untuk pengkajian, pendidikan, dan rekreasi.

Secara etimologis kata museum berasal dari bahasa latin yaitu "museum" ("*musea*"). Aslinya dari bahasa Yunani "*mouseion*" yang merupakan kuil yang dipersembahkan untuk Muses (9 dewi seni dalam mitologi Yunani), dan digunakan sebagai tempat pendidikan dan kesenian, terutama sebagai institusi filosofi dan penelitian di perpustakaan Alexandria, yang didirikan oleh Ptolomy I Soter pada tahun 280 SM.

Sedangkan pengertian museum Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), itu berarti suatu gedung atau bangunan yang dimaksudkan untuk menampilkan benda-benda yang bersifat permanen. di antaranya adalah artefak sejarah, karya seni, dan temuan ilmiah. Sudah seharusnya masyarakat umum memperhatikan hal-hal ini. Museum memiliki makna karena memiliki informasi dan pengetahuan sejarah. Berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No.19 tahun 1995, museum adalah tempat penyimpanan, perawatan, pengamatan, dan pemanfaatan benda-benda bukti materil hasil budaya manusia, serta alam dan lingkungannya. Tugas mereka adalah untuk mendukung perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa.

Beberapa pengertian museum menurut para ahli dan pemerintah secara international sebagai berikut :

a. Douglas A. Allan (Ahli Geologi & seorang kurator)

Museum adalah bangunan yang dirancang untuk tujuan penelitian, rekreasi, dan penelitian yang mengandung artefak sejarah.

b. International Council of Museum (ICOM)

Museum merupakan institusi yang memiliki tugas mengoleksi, merawat, mengomunikasikan, dan memamerkan warisan sejarah serta informasi manusia yang berwujud maupun tak berwujud dan alamnya untuk tujuan penelitian, studi dan hiburan. Sifat yang dimiliki yaitu permanen, nirlaba, memberikan pelayanan dan terbuka kepada masyarakat. Museum merupakan suatu badan atau lembaga yang tidak mencari keuntungan yang bertugas menghimpun, merawat, meneliti, dan menyajikan benda-benda sebagai pembuktian alam, manusia dan kebudayaan untuk kepentingan studi dan rekreasi. Museum menyimpan bukti budaya dan alam serta lingkungannya yang berharga untuk sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, kebudayaan, agama, pariwisata, atau teknologi. Bukti-bukti ini dikomunikasikan dan dipamerkan kepada masyarakat umum melalui pameran permanen, temporer, atau keliling. Museum biasanya memiliki program dan kegiatan untuk semua orang, termasuk orang dewasa, anak-anak, seluruh keluarga, dan tingkat pekerjaan lainnya. Program untuk umum termasuk kuliah atau pelatihan dengan guru, pakar, film, musik, atau tarian, dan demonstrasi teknologi.

Museum adalah institusi yang digunakan untuk mengumpulkan, melestarikan, dan mengekspos benda-benda bersejarah, seni, ilmiah, atau budaya. Sejarah museum bermula dari zaman kuno, tetapi konsepnya telah berkembang seiring berjalannya waktu.

Salah satu museum tertua yang tercatat adalah Museum Ashmolean di Oxford, Inggris, didirikan pada tahun 1683. Pada abad ke-18, museum

mulai muncul di berbagai negara Eropa sebagai tempat untuk menyimpan dan memamerkan koleksi seni, artefak sejarah, dan spesimen ilmiah.

Di Amerika Serikat, Museum Seni Rupa Boston, yang didirikan pada tahun 1870, adalah salah satu museum tertua. Seiring berjalannya waktu, museum-museum ini terus berkembang dalam ukuran dan koleksi mereka, dan mereka memainkan peran penting dalam pendidikan dan pelestarian warisan budaya. Sejarah museum terus berlanjut hingga saat ini, dengan berbagai jenis museum yang ada di seluruh dunia, seperti museum seni, museum sejarah alam, museum sains, dan lainnya. Museum menjadi tempat penting bagi pendidikan, penelitian, dan hiburan, serta melestarikan dan membagikan pengetahuan dan budaya kepada masyarakat.

2.6 Jenis jenis Museum

2.6.1 Museum Seni Rupa

Museum Seni Rupa dirancang untuk menyediakan berbagai aktivitas dan tempat wisata yang menarik bagi pengunjung yang ingin mengetahui tentang seni rupa melalui berbagai jenis karya seni yang dipamerkan di dalamnya. Museum Seni Rupa juga berfungsi sebagai tempat yang berkaitan dengan benda-benda seni dan sebagai wadah atau sarana pengeksresi dan pengapresiasi seni rupa itu sendiri. Museum seni merupakan museum yang menampilkan berbagai koleksi gambar dan objek tiga dimensi yang beragam, dan sejarah dari berbagai negara yang akan di pameran di dalam Museum Seni Rupa tersebut. Hasil karya seni rupa tersebut dapat dikumpulkan menjadi satu melalui sebuah wadah yaitu museum, untuk

seni rupa yang berupa Seni Lukis, Seni Grafis, Seni Mozaic, Seni Ukiran, Seni Patung.

2.6.2 Museum arkeologi

Museum arkeologi adalah sebuah tempat di mana artefak dan benda-benda bersejarah yang ditemukan oleh para arkeolog dipamerkan dan disimpan untuk tujuan penelitian, pendidikan, dan pengetahuan publik. Museum ini menyediakan wadah untuk mempelajari sejarah manusia melalui peninggalan budaya seperti replika arca, peralatan kuno, tekstil, tulisan kuno, dan banyak lagi. Museum arkeologi adalah sumber berharga dalam memahami peradaban manusia dan masa lalu mereka. Museum arkeologi dapat membantu membangun identitas nasional dan mengenali dan menghargai tinggalan budaya material serta berbagai budaya lokal yang masih hidup. Bagian dari upaya untuk mewujudkannya adalah mengembangkan konsep Museum Arkeologi Indonesia .

2.6.3 Museum biografi

Museum biografi adalah tempat di mana kehidupan dan prestasi individu terkenal atau tokoh sejarah disajikan dan dipamerkan. Museum ini biasanya menggambarkan perjalanan hidup seseorang, pencapaian mereka, dan dampak yang mereka miliki dalam berbagai bidang seperti seni, ilmu pengetahuan, olahraga, politik, atau budaya. Contoh museum biografi termasuk Museum Albert Einstein di Swiss yang menampilkan kehidupandan karya ilmiah Einstein atau Museum Frida Kahlo di Meksiko yang mengenang seniman Frida Kahlo. Museum biografi memberikan penghargaan dan pemahaman lebih dalam tentang tokoh-tokoh berpengaruh dalam sejarah.

2.6.4 Museum anak

Museum anak-anak adalah tempat yang mendorong pembelajaran, eksplorasi, dan penemuan melalui pameran interaktif yang menyenangkan. Terdapat sedikit perbedaan di antara semua museum anak-anak karena masing-masing museum mencerminkan nilai-nilai sosial dan budaya dari konteks atau komunitas lokal. Museum anak-anak berbeda dari museum lain dalam beberapa hal: museum ini dirancang khusus untuk anak-anak, memberikan prioritas tinggi pada pendidikan interdisipliner, dan menggunakan koleksi mereka sebagai alat pengajaran—bukan sebagai tujuan akhir, namun sebagai alat untuk mencapai tujuan. Berbeda dengan pendekatan yang berpusat pada subjek di banyak museum biasa, museum anak-anak menganut filosofi yang berpusat pada klien.

2.6.5 Museum “universal” atau “ensiklopedis”

Saat ini terutama mengacu pada museum-museum terkenal yang memiliki koleksi seni dan benda budaya lainnya dari seluruh dunia, tidak hanya dari negara di mana museum tersebut berada. Namun, istilah ini juga digunakan untuk museum yang berfokus pada teknologi, sains, dan bidang lainnya. Museum terbaru yang menerapkan istilah ini mungkin adalah Universalmuseum Joanneum di Austria, yang secara resmi berganti nama pada tahun 2009.

2.6.6 Museum Etnologi

Museum Etnologi menyelidiki, mengumpulkan, memelihara, dan menampilkan artefak budaya dan objek yang berkaitan dengan antropologi dan etnologi. yang menampilkan dan mempelajari artefak dan praktik budaya

dari berbagai masyarakat dan kelompok etnis. Museum tersebut seringkali menampilkan pakaian tradisional, alat, karya seni, dan objek budaya lainnya, memberikan wawasan tentang keragaman budaya manusia. Museum seperti ini biasanya dibangun di negara-negara dengan banyak etnis atau etnis minoritas.

2.6.7 Museum Rumah Sejarah

Museum Rumah Sejarah adalah museum terbesar dalam kategori museum sejarah di dunia. Museum-museum ini biasanya adalah tempat yang memamerkan dan merawat rumah atau bangunan bersejarah untuk memperkenalkan dan memahami kehidupan pada masa lalu. Museum ini dapat menampilkan perabotan, peralatan, dan benda-benda lain yang mencerminkan gaya hidup dan budaya pada periode tertentu. Namun memiliki dana yang terbatas dan staf yang sangat sedikit. Sebagian besar dikelola oleh sukarelawan dan biasanya tidak memenuhi syarat untuk menjadi museum profesional.

2.6.8 Museum sejarah

Museum Sejarah adalah lembaga yang mengoleksi, merawat, dan memamerkan artefak, dokumentasi, dan benda-benda lain yang berkaitan dengan sejarah manusia. mencakup pengetahuan sejarah dan hubungannya dengan masa kini dan masa depan. Melalui pameran-pameran tersebut, museum sejarah bertujuan untuk mendokumentasikan dan memahami masyarakat mengenai peristiwa-peristiwa masa lalu, budaya, dan perkembangan sejarah suatu wilayah atau komunitas.

2.7 Fungsi Museum

Menurut (Van Mensch, 2003), Museum memiliki fungsi dasar yang dikenal sebagai "fungsi dasar museologi", yang mencakup melakukan penelitian, konservasi, dan komunikasi sebagai mediasi terhadap masyarakat. Pengelolaan koleksi adalah serangkaian tindakan yang mencakup berbagai hal, mulai dari pengadaan koleksi, registrasi dan inventarisasi, perawatan, penelitian, hingga koleksi disajikan di ruang pameran atau disimpan di ruang penyimpanan.

Berikut beberapa kegunaan museum menurut *International Council of Museum* (ICOM), antara lain:

- 1) Pengumpulan dan perawatan warisan sejarah;
- 2) Perlindungan dan pelestarian;
- 3) Pendokumentasian dan penelitian ilmiah;
- 4) Penyebaran dan penyetaraan ilmu;
- 5) Pengenalan kebudayaan;
- 6) Pengenalan dan peresapan kesenian;
- 7) Pendorong bertambahnya rasa ketakwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa

2.8 Tujuan Museum

Tujuan Museum yaitu memberikan pemahaman kepada warga dan cendekiawan setempat mengenai keberadaan dan peranan museum pendidikan, serta memberikan informasi mengenai perkembangan pendidikan nasional secara horizontal dan vertikal, baik jenis maupun jenjang pendidikan, melalui berbagai koleksi, simbol, dan dokumen terkait. Pemberian penghargaan kepada para pionir, tokoh dan jagoan pendidikan nasional yang tahun demi tahun berjasa terhadap penyelenggaraan pendidikan di Indonesia, memberdayakan civitas akademika dan

pemerhati pendidikan untuk berkreasi dalam meningkatkan mutu pendidikanserta memperluas dan meningkatkan mutu pendidikan. Sarana dan prasarana wisata kampus yang bersifat edukatif -rekreatif.

2.9 Suku Batak Simalungun

Suku Batak Simalungun merupakan salah satu suku Batak yang menyebar dan menetap di Kabupaten Simalungun dan sekitarnya di Sumatera Utara. Sepanjang sejarah, masyarakat Batak Simalungun telah terpecah menjadi beberapa kerajaan. Marga asli masyarakat Simalungun adalah marga Damanik, dan ketiga marga pendatang tersebut adalah marga Saragi, marga Sinaga, dan marga Purba. Belakangan, marga-marga tersebut menjadi empat marga utama Simalungun. Masyarakat Batak Toba menyebut suku ini dengan sebutan "Si Barungu" karena adanya legenda makhluk halus penyebab penyakit di daerah tersebut, dan masyarakat Batak Kalo menyebut suku ini dengan "Si Barungu" karena letaknya yang berada di sebelah timur mereka "Timur". Dalam bahasa Kalo-Batak, "Shimelungen" berarti "istirahat". Pasalnya, dahulu masyarakat wilayah Simalungun tinggal berjauhan sehingga terkesan sepi.

2.10 Peneliti Terdahulu

Tabel 1.1 Daftar Penelitian Terdahulu

NO.	PENELITIAN TERDAHULU	
1.	Nama peneliti:	Yohana Kusumawati
	Judul penelitian:	Strategi Pemasaran Objek Wisata Museum Trinil di Desa Kawu Kecamatan Kedunggalar Kabupaten Ngawi
	Tahun:	2022
	Persamaan:	Memiliki persamaan meneliti strategi dalam meningkatkan pengunjung museum
	Perbedaan:	Berbeda pembahasan serta tempat penelitian
	Hasil penelitian:	Kekuatan (Streght) museum trinil untuk memberikan nilai edukasi kepada pengunjung, dikelola oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Ngawi, suasana yang masih asri, dan

		harga tiket yang murah adalah beberapa komponen yang mendukung strategi pemasarannya. Peluang: Banyak fosil yang belum ditemukan di sekitar museum trinil menawarkan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.
2.	Nama peneliti:	Vivi Mayanti
	Judul penelitian:	Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kabupaten Padang Lawas Utara Dalam Publikasi Wisata Candi Bahal
	Tahun:	2021
	Persamaan:	Memiliki persamaan meneliti dalam konteks komunikasi Kebudayaan dan Pariwisata
	Perbedaan:	Berbeda Variabel, pembahasan serta tempat penelitian
	Hasil penelitian:	Kepala bidang pemasaran pariwisata dapat menggunakan media cetak untuk mempromosikan Objek Wisata Candi Bahal Portibi. ada pamflet, poster, spanduk, dll.
3.	Nama peneliti:	Riki Irawan
	Judul penelitian:	Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Pelalawan (Studi Kasus Objek Pariwisata Alam Bono)
	Tahun:	2021
	Persamaan:	Sama-sama meneliti Strategi bagaimana meningkatkan kunjungan wisatawan
	Perbedaan:	Pembedanya adalah dari pembahasan serta meneliti di tempat yang berbeda
	Hasil penelitian:	Strategi pemasaran pariwisata alam di kabupaten pelalawan dapat ditangani dengan baik. Melalui strategi tumbuh dan membangun. (<i>Growth and Build</i>) strategi yang disarankan adalah strategi penetrasi pasar dengan cara menawarkan paket wisata yang hemat untuk menarik minat wisatawan.
4.	Nama Peneliti :	Anisa'ul Fauziah
	Judul Penelitian:	Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Museum Anjuk Ladang Kabupaten Nganjuk
	Tahun:	2021
	Persamaan:	Memiliki persamaan meneliti strategi dalam meningkatkan pengunjung museum.
	Perbedaan:	Berbeda pembahasan serta tempat penelitian

	Hasil Penelitian:	Penerapan Strategi Pemasarn pada museum dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Strategi dapat menghasilkan ide baru dan inovasi untuk mempertahankan kegiatan dan program kerja, sehingga tidak dianggap sebagai vacuum. Untuk memungkinkan komunikasi yang sistematis dan terencana, strategi pemasaran yang ada di museum Anjuk Ladang terkait erat dengan pola komunikasi dan kerja sama.
5.	Nama peneliti:	Safe Catrin Enonia Hia
	Judul penelitian:	Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Nias Barat Oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Nias Barat
	Tahun:	2020
	Persamaan:	Sama sama meneliti bagaimana Strategi komunikasi Dinas Pariwisata dalam meningkatkan pengunjung
	Perbedaan:	Meneliti Kebudayaan yang berbeda serta lokasi yang berbeda
	Hasil penelitian:	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Nias Barat telah melakukan strategi pemasaran yang efektif dan canggih dengan memanfaatkan kemajuan IPTEK untuk mendukung prosesnya..
6.	Nama Peneliti:	Tety Eka Oktaviyani
	Judul Penelitian:	Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Pengelolaan Wisata Telaga Sarangan Di Kabupaten Magetan
	Tahun:	2020
	Persamaan:	Memiliki persamaan meniliti strategi dalam meningkatkan wisatawan.
	Perbedaan:	Memiliki variabel yang berbeda,pembahasan yang berbeda dan lokasi yang berbeda
	Hasil Penelitian :	Pengelola Wisata Telaga Sarangan Magetan menggunakan marketing mix 7P. Mereka dapat menggunakan matriks SWOT dengan menggunakan dukungan pemerintah untuk memasuki pangsa pasar yang lebih besar.
7.	Nama peneliti:	Aji Bayu Murti
	Judul penelitian:	Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Gunungapi Merapi dan Museum Affandi Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung
	Tahun:	2017

	Persamaan:	Sama sama meneliti tentang Strategi komunikasi dalam meningkatkan pengunjung Museum
	Perbedaan:	Memiliki variabel yang berbeda, pembahasan yang berbeda dan lokasi yang berbeda
	Hasil penelitian:	Untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke Museum Gunungapi Merapi dan Museum Affandi, yang dikelola oleh pihak swasta, mereka menggunakan strategi komunikasi pemasaran 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) Promosi digunakan melalui publisitas, pameran, dan internet.

2.11 Krangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan suatu gagasan dasar yang memuat gabungan antara teori, fakta, observasi, dan penelitian kepustakaan yang kemudian dijadikan landasan dalam penulisan suatu makalah akademis. Kerangka konseptual inilah yang akan dikembangkan sebagai landasan untuk menjelaskan konsep penelitian.

Kerangka berpikir disebut juga visualisasi yang berupa diagram koneksi. Dengan diagram tersebut dapat dikatakan bahwa kerangka berpikir merupakan suatu alur logis yang terjadi dalam penelitian. Namun kerangka berpikir ilmiah juga dapat dibangun dalam bentuk poin-poin yang sesuai dengan variabel. Manfaat kerangka berpikir sebagai berikut:

1. Membantu peneliti dalam mendapatkan suatu konsep yang matang yang kemudian dimanfaatkan untuk menjelaskan setiap masalah dalam penelitian.
2. Memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.
3. Menghubungkan setiap bagian yang ada di dalam penelitian.
4. Memberikan kemudahan kepada pembaca untuk memahami isi dari karya tulis ilmiah.
5. Karya ilmiah menjadi mudah diperiksa karena adanya gambaran dari alur

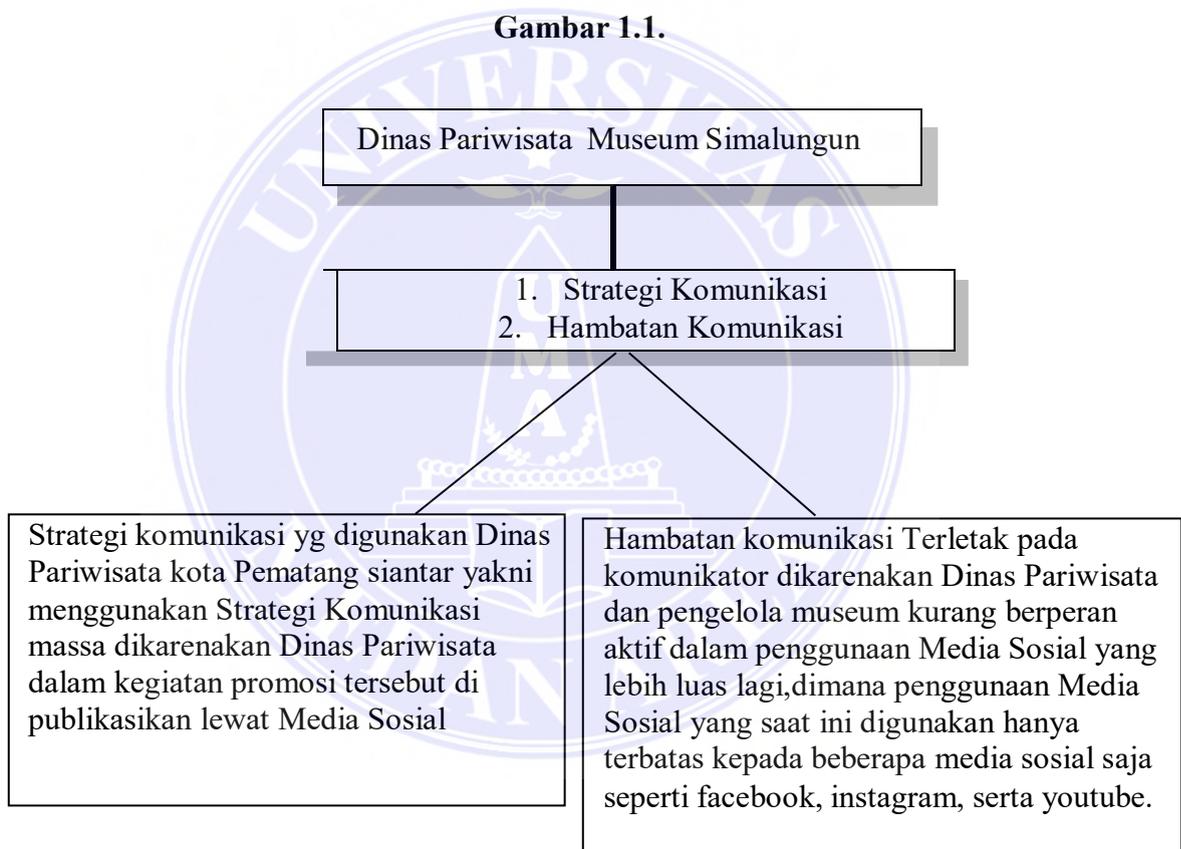
penelitian.

6. Membantu peneliti dalam menjelaskan dan menjawab rumusan masalah yang ada di dalam penelitian.

Kerangka berpikir adalah suatu penelitian yang menggunakan dua variabel atau lebih. Oleh karena itu, kerangka pemikiran ini terdiri dari beberapa variabel yang dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan

kerangka Berfikir

Gambar 1.1.



Sumber : Modifikasi Penulis 2024

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Penelitian tentang strategi komunikasi Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar dalam meningkatkan jumlah pengunjung Museum Simalungun menggunakan desain Deskriptif Kualitatif. Deskriptif Kualitatif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2008). Pada penelitian ini disusun deskripsi secara sistematis dan dianalisis bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh museum Simalungun. Metode yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus menurut (Kriyantono, 2008) adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (wawancara mendalam, dokumentasi, rekaman, bukti fisik dan observasi partisipan) untuk meneliti, menguraikan dan menjelaskan suatu peristiwa secara sistematis.

Penelitian Deskriptif Kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan- keterangan secara jelas dan faktual tentang strategi komunikasi Museum Simalungun dalam mempublikasikan koleksi budaya adat Simalungun. Karena penelitian ini bertujuan untuk memahami, mempelajari, menganalisis secara terperinci secara mendalam tentang Bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dalam meningkatkan jumlah pengunjung Museum Simalungun.

3.2. Jenis Penelitian

3.2.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian melalui pendekatan kualitatif dimana dalam penelitian yang telah dilakukan memiliki tujuan untuk menganalisis dan menggambarkan mengenai strategi komunikasi Museum Simalungun dalam mempublikasikan koleksi budaya adat Simalungun. Menurut (Bogdan dan Taylor, 1998) mendefinisikan kualitatif adalah Sebagai metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan/ucapan orang lain/perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berusaha mengetahui kebenaran dan membenarkan kebenaran tersebut, namun untuk mengetahui kebenaran tersebut tidak selalu dapat dan cukup diperoleh dengan melihat hal yang sebenarnya..

3.3. Tempat Penelitian

3.3.1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian yang akan dilakukan adalah Museum Simalungun yang beralamatkan di Jl. Jenderal Sudirman P. Siantar, Proklamasi, Siantar Baru, Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara 21144, Indonesia. Subjek dalam penelitian ini yaitu pengelola Khususnya Dinas Pariwisata dan humas museum simalungun serta para wisatawan yang ada di Museum Simalungun Pematang Siantar. Dengan subjek tersebut diharapkan peneliti dapat lebih fokus dalam pengambilan data

3.4. Teknik pengumpulan Data

Pada penelitian ini peneliti mencari tahu bagaimana pemerintah khususnya Dinas Pariwisata mengelolah museum tersebut agar tetap terjaga serta terawat dengan baik sampai sekarang. serta peneliti juga langsung mensurvei ke museum

simalungun bagaimana minat para pengunjung terhadap museum tersebut di era sekarang. Dengan perawatan yang dilakukan pemerintah dapat menarik minat pengunjung untuk melihat keaslian budaya simalungun, sehingga peneliti melakukan observasi dan wawancara dalam penelitian ini.

Menurut (Hadari,2000), untuk memperoleh data dalam penelitian ini, maka digunakan teknik pengumpulan data melalui:

3.4.1. Wawancara

Keterangan responden dikumpulkan melalui metode wawancara mendalam. Sebelum wawancara dimulai, peneliti menguraikan topik penelitian. Setelah itu, subjek penelitian diizinkan untuk berbicara tentang cara Museum Simalungun menggunakan strategi komunikasi untuk mempublikasikan koleksi budaya adat Simalungun. Wawancara dilakukan peneliti pada:

1. Dinas Pariwisata Museum Simalungun
2. Pengelola Museum Simalungun
3. Pengunjung Museum Simalungun

3.4.2. Observasi

Digunakan peneliti dalam rangka pengamatan pada komunikasi strategi komunikasi Museum Simalungun dalam mempublikasikan koleksi budaya adat Simalungun.

3.4.3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu suatu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam rangka pengumpulan data sekunder seperti data tentang gambaran strategi komunikasi Museum Simalungun dalam mempublikasikan koleksi

budaya adat Simalungun.

3.4.4. Teknik Analisis

Setelah data diperoleh dari lapangan terkumpul maka tahap berikutnya ialah mengolah data tersebut. Adapun teknik yang digunakan dalam pengolahan data sebagaimana yang disebutkan (Moleong, 2006) meliputi:

1. Editing

Editing adalah metode pengolahan data yang mengevaluasi data yang berhasil dikumpulkan untuk memastikan bahwa itu valid dan dapat diproses segera. Tahapan Editing yang akan dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini menyajikan hasil wawancara dan observasi tentang strategi komunikasi Museum Simalungun dalam mempublikasikan koleksi budaya adat Simalungun.

2. Interpretasi

Upaya untuk memahami dan memahami hasil penelitian yang lebih mendalam dan luas dikenal sebagai interpretasi. Penelitian dilakukan dengan meninjau hasil penelitian secara kritis dan menggabungkannya dengan teori yang relevan dan data lapangan tentang struktur birokrasi, sumber daya, disposisi, dan komunikasi dalam strategi komunikasi Museum Simalungun untuk mempublikasikan koleksi budaya adat Simalungun.

3. Teknik Analisis Data

a. Pengumpulan Data (*Data collection*)

Penelitian kualitatif mengumpulkan data melalui

observasi. Wawancara mendalam dan dokumentasi, atau kombinasi ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data terjadi selama sehari-hari atau bahkan berbulan-bulan, sehingga sejumlah besar data dikumpulkan. Tahap pertama, peneliti melakukan survei umum terhadap situasi sosial/subyek yang diteliti dan segala sesuatu yang dilihat dan didengar dicatat. Dengan cara ini peneliti memperoleh data yang sangat besar dan sangat beragam.

b. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan yang berfokus pada penyederhanaan, mengabstrakan, dan transformasi data kasar yang diperoleh dari catatan tertulis di lapangan. Setelah penulis mendapatkan data, mereka harus menentukan data mana yang benar-benar diperlukan untuk penelitian ini.

c. Penyajian Data (*Data Display*)

Data didefinisikan sebagai sekumpulan informasi yang disusun sehingga dapat ditarik kesimpulan dan diambil tindakan.. Pada penelitian ini penulis menyajikan data yang dibutuhkan dengan menarik kesimpulan dan tindakan dalam penyajian data mengenai strategi komunikasi Museum Simalungun dalam mempublikasikan koleksi budaya adat Simalungun.

d. Penarik Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion drawing / verification*)

Kesimpulan yang diteliti adalah makna-makna yang muncul dari data yang telah diuji kebenarannya, kekokohan dan kesesuaiannya,

kebenarannya secara tegas dan kegunaannya. Setelah menerima seluruh data yang ada pada penulis, penulis akan menguji keakuratannya dalam praktik agar dapat menarik kesimpulan yang jelas dari data tersebut dan sampai pada kesimpulan yang jelas mengenai kebenaran dan kegunaan strategi komunikasi Museum Simalungun dalam penerbitan harus dicapai. Koleksi ini menggambarkan kebudayaan tradisional Simalungun.

3.4.5 Uji Keabsahan Data

1) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan salah satu teknik untuk memeriksa validitas data dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber, teknik, atau waktu. Dalam konteks penelitian kualitatif, triangulasi sumber bertujuan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan memiliki konsistensi dan akurasi. Dengan menggunakan berbagai sumber, peneliti dapat mengecek keandalan data dan melihat apakah informasi yang diperoleh menunjukkan hasil yang serupa atau berbeda dari masing-masing sumber (Sugiyono, 2007).

Proses triangulasi sumber dilakukan dengan mengumpulkan data dari narasumber atau responden yang berbeda, menggunakan teknik yang beragam seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, peneliti menganalisis dan membandingkan data dari sumber-sumber tersebut untuk mencari pola, kesamaan, atau

perbedaan. Ini membantu untuk meminimalisir bias atau kesalahan interpretasi yang mungkin terjadi jika hanya mengandalkan satu sumber data.

Konfirmasi anggota (*member checking*) juga dilakukan sebagai langkah tambahan. Dalam proses ini, peneliti meminta persetujuan atau verifikasi dari responden untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti atas data yang mereka sampaikan sudah sesuai dengan maksud asli responden. Ini penting agar hasil penelitian tidak hanya valid secara teoritis tetapi juga sesuai dengan realitas yang dialami oleh para partisipan.

Sugiyono (2007) juga menjelaskan bahwa triangulasi tidak hanya membantu meningkatkan validitas data, tetapi juga memperkaya perspektif dalam analisis, karena data dari berbagai sumber dapat memberikan wawasan yang lebih luas dan mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Pematang Siantar Dalam Meningkatkan Pengunjung Museum Simalungun”

Penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

Dalam upaya mempromosikan Museum Simalungun, dinas pariwisata menggunakan bentuk strategi Komunikasi massa dengan menerapkan beberapa strategi pada Periklanan, publikasi, event (acara), serta promosi mulut kemulut. Dari kegiatan pemasaran tersebut dapat memberikan dampak yang cukup baik terhadap peningkatan kunjungan museum Simalungun. hambatan utama terletak pada kurangnya pemanfaatan serta kurang berperan aktif pada media sosial seperti Instagram, TikTok, Snack Video, dan Twitter. Untuk mengatasi hal ini, museum perlu memperluas strategi promosi mereka dengan memanfaatkan kekuatan visual dan interaktif dari platform-platform tersebut. Dengan mengembangkan konten kreatif dan relevan di Instagram, TikTok, dan Twitter, museum dapat menjangkau dan melibatkan audiens luas secara lebih efektif, meningkatkan visibilitas, dan menarik lebih banyak pengunjung. Adaptasi terhadap tren digital ini akan memungkinkan Museum Simalungun untuk memperluas dampak promosi dan menciptakan kesadaran yang lebih besar mengenai keberadaan serta nilai budaya museum.

4.7 Saran

Berdasarkan hasil yang telah dipaparkan dalam penelitian ini, penulis menyatakan beberapa saran sebagai bentuk masukan atau alternatif sebagai bahan pertimbangan pengelola Museum Simalungun dalam melaksanakan

kegiatan promosi.

1. Diharapkan agar Dinas Pariwisata Kota Pematang Siantar serta yayasan Museum Simalungun agar dapat berperan aktif pada penggunaan media sosial.
2. Mencari lebih banyak lagi berbagai relasi yang bisa digunakan untuk mempromosikan Museum Simalungun.
3. Pemerintah kota Pematangsiantar diharapkan dapat lebih mengembangkan Museum dan memberikan bantuan kepada Museum Simalungun agar dapat menjadi tempat wisata dan tempat pendidikan yang di minati banyak orang.
4. Dinas Pariwisata dan Yayasan Museum Simalungun juga diharapkan juga tidak hanya memperhatikan aspek promosi semata, melainkan juga dapat mencakup beberapa variabel lain seperti analisis terhadap kepuasan konsumen (pengunjung).

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi dan Sari, Yeni Priyatna. 2004. Zakat, Pajak, dan Lembaga Keuangan Arifin, Zainal. (2012). Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, R. (2010). Pendidikan Lingkungan, Sosial, Budaya, dan Teknologi. Bandung: CV Maulana Media Grafika.
- Hadari Nawawi, (2000), Manajemen Strategik Ilustrasi di bidang pendidikan, Gajah Mada Press, Yogyakarta
- ICOM, 2004. Running a Museum : A Parctical Handbook, International Council of Museum, UNESCO, France.
- Kotler, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kriyantono, R. (2008). Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komuunikasi Pemasaran. Jakarta: Kencana Prenada media Group.
- Liliweri Alo. (2011). Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Jakarta: Kencana
- Middleton, John, 1980. Approaches to Communication Planning. Paris: Unesco.
- Mintzberg, Henry dan Quinn, James Brian.; “ The Strategy Process : Concepts, Contexts and Cases “, Prentice Hall International, Inc. New Jersey, 1991.
- Moleong, 2008, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung, Remaja. Rosdakarya
- Museum Simalungun, 2018. *Profil Museum Simalungun*, Bandar Simalungun.
- Moleong, Lexy J. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung, Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1998). *Introduction to qualitative research methods: A guidebook and resource* (3rd ed.). John Wiley & Sons Inc.
- Van Mensch, Peter. 2003. MUSEOLOGY AND MANAGEMENT: ENEMIES OR FRIENDS ?
- Wiersma, Wiliam. 1986. Memahami Penelitian Kualitatif. CV Alfabeta: Bandung

Sumber Lain :

Allan, Douglas A. (1995). “Site Museum in Scotland”, dalam *Museum*, Vol. VIII, n^o2., 1995. UNESCO-Paris. Hlm. 107.

<http://repository.uinbanten.ac.id/2783/4/BAB%20II.pdf> (7/11/2023)

<https://museum.kemdikbud.go.id/pengertian-museum> (7/11/2023)

https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3302/8/UNIKOM_Berikhistra%20Herlly_BAB%20II.pdf (8/11/2023)

<https://lib.ui.ac.id/detail?id=132802&lokasi=lokal> (10/11/2023)

<https://www.encyclopedia.com/humanities/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/childrens-museums> (10/11/2023)

https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-1-4419-0465-2_2434
(10/11/2023)
https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3302/8/UNIKOM_Berikhistra%20Herlly_BAB%20II.pdf (10/11/2023)
http://eprints.pknstan.ac.id/995/5/06.%20BAB%20II_Nadhifa%20Husnanur%20Rifda_2302190270.pdf (10/11/2023)
https://e-journal.uajy.ac.id/28821/4/150115815_Bab%202.pdf (10/11/2023)
View of MUSEUM SENI RUPA (istp.ac.id) (10/11/2023)
https://e-journal.uajy.ac.id/28821/4/150115815_Bab%202.pdf (10/11/2023)
<https://pdfdrive.to/filedownload/kotler-keller-marketing-management-15th-global-ed> (15/03/2024)
<http://repository.unas.ac.id/6945/3/BAB%20II.pdf> (15/02/2024)



LAMPIRAN

Tabel 1.4. Lampiran Hasil Wawancara

No	Pertanyaan Wawancara	Jawaban Narasumber
1.	Bagaiman sejarah awal museum ini berdiri?	<p>Narasumber : Drs. Djomen Purba Selaku Kepala Yayasan Museum Simalungun</p> <p>Jadi Museum Ini awal dibangun oleh raja marpitu simalungun, tanggal 10 april 1939. Yang pertama raja siantar, kedua raja tanah jawa, ketiga raja dolok silau, keempat raja panai, kelima raja raya, keenam raja purba, ketujuh raja raja silimakuta. Jadi mereka sepakat membangun ini dengan maksud tujuan mereka agar cagar budaya peninggalannenek moyang kita ini janagn hilang ditelan zaman. Jadi museum ini dibangun selama satu tahun selama satu tahun ini pulalah mereka mengumpulkan semua benda benda yang ada baik di dalam museum maupun diluar museum seperti patung patung.</p>
2.	Apakah sektor pariwisata merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perekonomian Kota pematang siantar	<p>Narasumber : Perdana Raymon Hutagalung Selaku AnalisisObjek Wisata Ahli Muda Dinas Pariwisata</p> <p>Adanya sektor pariwisata mempengaruhi perekonomian termasuk kunjungan pariwisata ke kebun bintang, hotel dan restoran sedangkan untuk museum simalungun itu sendiri untuk meningkatkan perekonomian ada pengaruhnya akan tetapi dari laporan yang ada, museum simalungun ini merupakan milik yayasan. akan tetapi lokasi aset tersebut berlokasi di kota madya siantar.</p>

<p>3.</p>	<p>bagaimana Cara dinas pariwisata dalam melakukan perencanaan kegiatan pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisata museum simalungun</p>	<p>Narasumber : Perdana Raymon Hutagalung Selaku AnalisisObjek Wisata Ahli Muda Dinas Pariwisata</p> <p>Inti dari pemasaran atau promosi adalah bertujuan meningkatkan pelayanan produk wisata, mengenai objek wisata, atraksi wisata, jasa produk wisata lainnya kepada calon wisatawan yang dilakukan dalam berbagai pertunjukan/ event yang dilaksanakan.</p>
<p>4.</p>	<p>Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan dinas pariwisata untuk mendukung suksesnya pemasaran pariwisata Museum Simalungun kota pematang siantar</p>	<p>Narasumber : Perdana Raymon Hutagalung Selaku AnalisisObjek Wisata Ahli Muda Dinas Pariwisata</p> <p>Strategi pemasaran yang kami lakukan adalah melalui pagelaran dan pameran contohnya seperti saat adanya pekan raya sumatra utara dimana pagelaran tersebut merupakan tempat berkumpulnya Kabupaten kota seluruh sumatera untuk memamerkan Kebudayaan. Seperti kita membawa UMKM, peralatan yang ada di museum simalungun seperti pedang, peralatan rumah tangga, baju adat, hewan yang diawetkan lalu pada malam harinya kita juga tampilkan tari tarian dari sanggar tari yang dikelola oleh museum disimalungun yang merupakan salah satu aset Simalungun. dengan tujuan bagaimana caranya agar calon wisatawan itu yang datang di pekan raya sumatra itu mau datang ke Siantar untuk Melihat Museum Simalungun.</p>

5.	Apa Strategi yang telah diterapkan oleh museum simalungun dalam meningkatkan lebih banyak pengunjung?	<p>Narasumber : Drs. Djomen Purba Selaku Kepala Yayasan Museum Simalungun</p> <p>Jadi usaha yang dibuat selama ini untuk meningkatkan pengunjung museum simalungun kita sudah melakukan promosi seperti melalui televisi (Efarina Tv, DAI Tv).</p>
5.	Apakah Museum Simalungun Bekerja Sama dengan Sekolah – sekolah atau universitas dalam upaya promosi?	<p>Narasumber : Drs. Djomen Purba Selaku Kepala Yayasan Museum Simalungun</p> <p>kemudian kami melakukan promosi dalam bentuk surat yang kami berikan kepada sekolah mulai dari TK, SD, SMP baik itu dikota maupun di kabupaten agar dapat pihak sekolah dapat membawa siswa/siswinya berkunjung ke museum. Jdi khusus untuk SLTA maupunSMK itu dari cabang dinas. Dengan tujuan agar dapat dikenal pengunjung.</p>
6.	Apakah ada Program atau acara Khusus yang dirancang untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke museum simalungun?	<p>Narasumber : Drs. Djomen Purba Selaku Kepala Yayasan Museum Simalungun</p> <p>Kemudian kita juga kerja sama dengan dinas pendidikan kota membuat perlombaan seni tari dan vokal solo. Jadi dalam meningkatkan lokasi wisata ini</p>
7.	Bagaimana peran pemerintah dalam meningkatkan pengunjung museum simalungun ini?	<p>Narasumber : Drs. Djomen Purba Selaku Kepala Yayasan Museum Simalungun</p> <p>Jadi dalam meningkatkan pengunjung lokasi wisata ini kita juga berkerja sama dengan BANKOM (Badan Komunitas siantar raya). Kalau dari Pemerintah sendiri setiap ada Pameran akan memberikan info kepada kami untuk dapat turut</p>

		serta menampilkan beberapa benda bersejarah di pameran tersebut,
9.	Bagaimana cara mengelola dan memelihara benda benda di museum simalungun?	<p>Narasumber : Ibu Lili Selaku Pengurusserta Tour Guide Museum Simalungun</p> <p>Kami melakukan beberapalangkah untuk menjaga kondisi artefak seperti ventilasi alami sangat penting. Kami memastikan ruangan memiliki sirkulasi udara yang baik dengan membuka jendela atau ventilasi secara berkala. Ini membantu menjaga kelembaban dan suhu yang stabil, yang sangat penting untuk artefak yang sensitif terhadap perubahan iklim. Selanjutnya kami melakukan pembersihan rutin menggunakan alat sederhana seperti kuas lembut dan kain mikrofiber. Pembersihan ini dilakukan dengan sangat hati-hati untuk menghindari kerusakan pada artefak. Kami juga memastikan bahwa semua artefak disimpan di tempat yang aman, jauh dari area yang rawan terhadap perubahan lingkungan drastis. Penyimpanan ini disusun dengan baik untuk menghindari penumpukan yang dapat menyebabkan kerusakan fisik.</p>
10.	Bagaimana Museum Simalungun menangani pendanaan anggaran untuk operasional sehari-hari?"	<p>Narasumber : Ibu Lili Selaku Pengurusserta Tour Guide Museum Simalungun</p> <p>Museum Simalungun mengandalkan beberapa sumber pendanaan untuk operasional sehari-hari. Sumber utama pendanaan kami berasal dari</p>

		pemerintah daerah yang memberikan dukungan anggaran tahunan. Selain itu, kami juga menerima dana dari donasi individu dan perusahaan yang memiliki minat dalam pelestarian budaya dan sejarah Simalungun. Pendapatan dari tiket masuk pengunjung dan penjualan suvenir juga berkontribusi signifikan terhadap pendanaan museum.
11.	Bagaimana kesan Anda setelah mengunjungi Museum Simalugun?	<p>Narasumber : Nisa Adelia Selaku salah satu pengunjung Museum Simalungun</p> <p>Kunjungan ke Museum Simalungun sangat mengesankan. Saya sangat terkesan dengan koleksi artefak dan peninggalan sejarah yang ditampilkan. Museum ini benar-benar berhasil memperlihatkan kekayaan budaya Simalungun, mulai dari pakaian adat, alat musik tradisional, hingga berbagai peralatan rumah tangga yang digunakan oleh masyarakat Simalungun pada masa lalu. Penyajiannya sangat baik dan informatif.</p>
9.	Apa bagian yang paling menarik perhatian Anda di Museum Simalungun?	<p>Narasumber : Endi Syahputra Selaku Salah Satu pengunjung Museum Simalungun</p> <p>Melihat alat-alat yang digunakan oleh masyarakat Simalungun dalam kehidupan sehari-hari dan memahami bagaimana mereka hidup dan bekerja di masa lalu memberikan wawasan yang sangat mendalam. Selain itu, rumah adat Simalungun dengan arsitektur khasnya sangat memukau dan memberikan gambaran yang jelas tentang budaya lokal.</p>

10.	Menurut Anda, apa pentingnya mengunjungi museum seperti Museum Simalungun bagi masyarakat?	Narasumber : Siti Warahma selaku salah satu pengunjung Museum Simalungun Mengunjungi museum seperti Museum Simalungun sangat penting karena ini merupakan cara yang efektif untuk mengenal dan memahami warisan budaya dan sejarah kita. Museum ini berfungsi sebagai tempat penyimpanan pengetahuan yang berharga dan dapat menjadi sumber inspirasi, terutama bagi generasi muda. Dengan mengunjungi museum, kita dapat belajar menghargai dan melestarikan kebudayaan yang telah diwariskan oleh leluhur kita
-----	--	---



Lampiran Dokumentasi



Gambar 1.4. Alat Perikanan dan berburu
Sumber : Peneliti 2024



Gambar 1.5. Alat dan Wadah Perhiasan
Sumber : Peneliti 2024



Gambar 1.6. Peralatan Rumah Tangga
Sumber : Peneliti 2024



Gambar 1.7. Alat Pemintal Benang
Sumber : Peneliti 2024



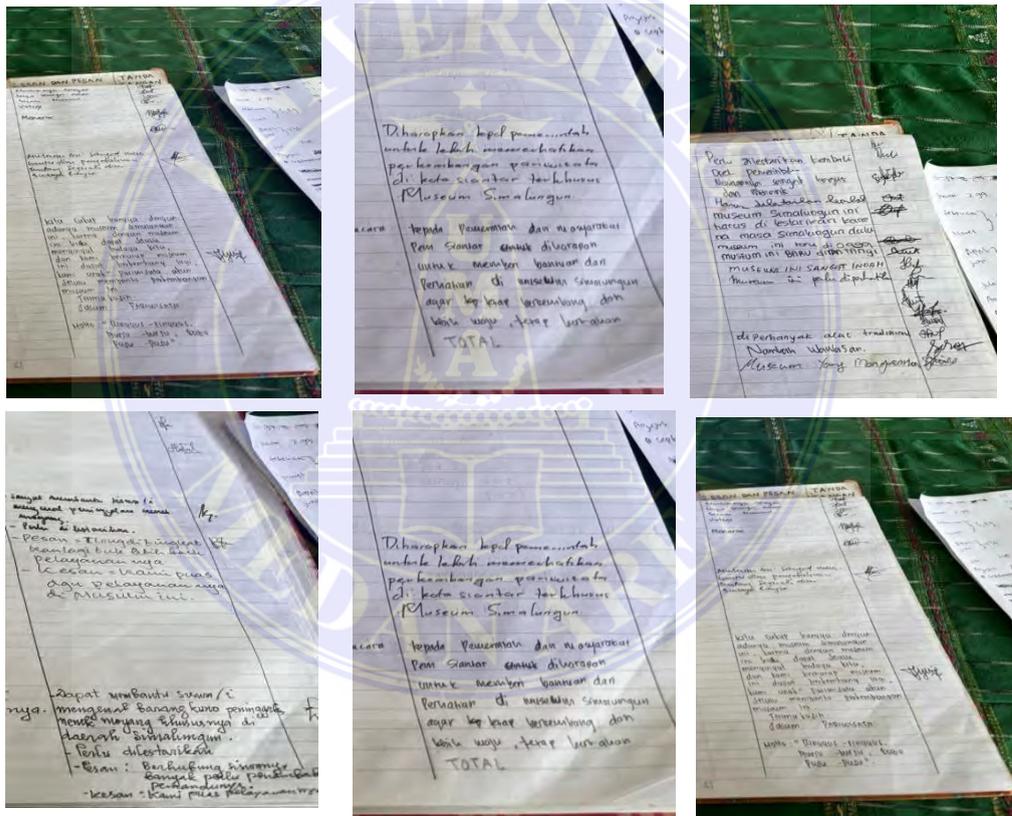
Gambar 1.8. Buluh Marsurat (Media penulisan obat tradisional)
Sumber : Peneliti 2024



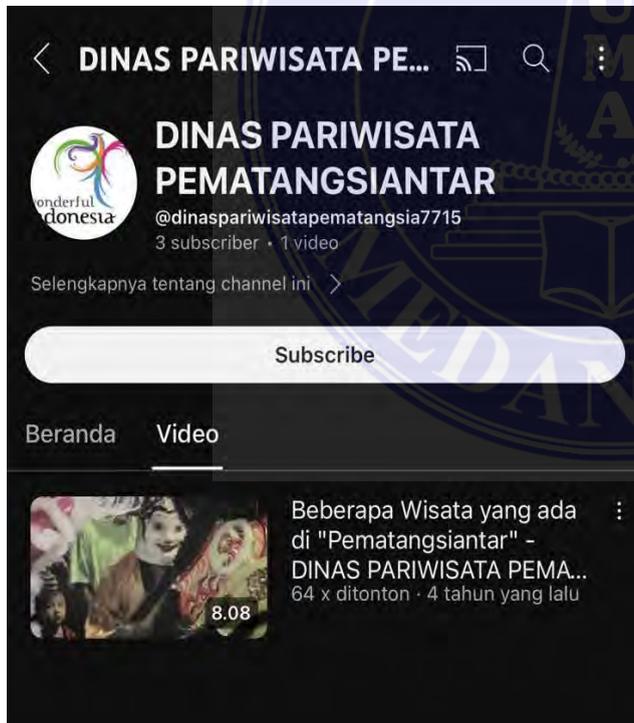
Gambar 1.9. Duit Zaman Dalulu Dari Beberapa Negara
Sumber : Peneliti 2024



Gambar 1.10 Stempel
Sumber : Peneliti 2024



Gambar 1.11 kesan dan Pesan Pengunjung Museum
Simalungun
Sumber : Peneliti 2024



Dinas Pariwisata Pematangsiantar

1 rb teman · 1 bersama

Siantar Sehat, Sejahtera dan Berkualitas!!!
Pariwisata, yesss!!!

Tambahkan teman

Kirim pesan

Postingan

Foto

Video

Gambar 1.12. Media Promosi Dinas Priwisata dalam betuk media online

Sumber : Peneliti 2024



Gambar 1.13. Event yang diadakan di Museum Simalungun
 Sumber : Museum Simalungun 2024



Gambar 1.14. Media Promosi Dinas Pariwisata dalam bentuk cetak
 Sumber : Dinas Pariwisata 2024



Gambar 1.15 Wawancara dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pematangsiantar

Sumber : Peneliti 2024



Gambar 1.16. Wawancara dan kunjungan dengan kepala yayasan Simalungun dan Staf museum Simalungun

Sumber : Peneliti 2024



Gambar 1.17. Spanduk Selamat Datang Museum Simalungun yang merupakan partisipasi Peneliti dalam bentuk promosi Media Cetak

Sumber : Peneliti 2024



Gambar 1.18. Penerimaan Serta Proses Pemasangan Spanduk Oleh Kepala Yayasan dan staf Museum Simalungun
Sumber : Peneliti 2024



Gambar 1.19. Kunjungan dari SD Negeri di Pematang siantar ke Museum Simalungun
Sumber : Peneliti 2024



Gambar 1.20. Kunjungan dari salah satu SMP Negeri di Pematang Siantar Ke Museum Simalungun

Sumber : Peneliti 2024



Gambar 1.21. Kunjungan dari Mahasiswa/I Universitas Simalungun ke Museum Simalungun

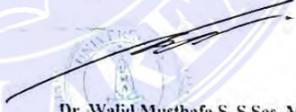
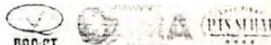
Sumber : Peneliti 2024



Gambar 1.22. Event 17 Agustus
Sumber : Museum Simalungun 2024

Lampiran Surat Menyurat

Surat Pengantar Izin Riset

	UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20223 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8226331 Medan 20122 Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ.medanarea@uma.ac.id
Nomor : <i>9/0</i> /FIS.3/01.10/IV/2024	Medan, 3 April 2024
Lampiran. : -	
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset	
Kepada Yth. Museum Simalungun Jln. Jenderal Sudirman No. 20 Pematangsiantar	
Dengan hormat, Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini :	
Nama : Rodiati Ulfa Dayani Lubis	
NIM : 208530056	
Program Studi : Ilmu Komunikasi	
Saat ini sedang membutuhkan beberapa data pada Museum Simalungun untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :	
"Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Pematang Siantar Dalam Meningkatkan Pengunjung Museum Simalungun"	
Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.	
Demikian surat ini kami ajukan. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.	
 Dekan Dr. Walid Musthafa S, S.Sos, M.IP	
Tembusan: 1. Ka. Prodi Ilmu Komunikasi 2. Mahasiswa ybs 3. Arsip	
	

Surat Keterangan Telah Selesai Riset

**YAYASAN MUSEUM SIMALUNGUN
PEMATANGSIANTAR**
JLN. JEND. SUDIRMAN NO. 20 TELP. 21954 - PEMATANGSIANTAR
SUMATERA UTARA INDONESIA

SURAT KETERANGAN
No. 449/YMS/IV/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs. DJOMEN PURBA
Jabatan: Ketua Yayasan Museum Simalungun
Alamat: Jln. Jend. Sudirman No.20 Pematangsiantar

Dengan ini menerangkan bahwa

Nama : Rodiati Ulfa Dayani Lubis
NIM : 208530056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : " Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar Dalam Meningkatkan Pengunjung Museum Simalungun "

Sesuai dengan surat DEKAN Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNIVERSITAS MEDAN AREA tanggal 03 April 2024 no. 918 FIS.3/01/IV/2024 perihal Permohonan Izin Pengambilan Data/ Riset penelitian, benar nama tersebut diatas telah mengadakan penelitian di Museum Simalungun sejak tanggal 23 April s/d 22 Mei 2024, dan telah mendapat keterangan dan data-data yang di perlukan berkaitan dengan judul Skripsi penulis .

Demikian Surat Keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Pematangsiantar, 22 Mei 2024
Yayasan Museum Simalungun
Ketua,

(Drs. Djomen Purba)

Dipindai dengan CamScanner