

## ABSTRACT

**JUDUL** : *Strategic Communication Museum Kereta Api Ambarawa*  
(*Research Manager*)  
**NAMA** : **Hendrikus Setya Pradhana**  
**NIM** : **14030111130053**

Ambarawa train museum is a history tourism place of which is really potential to be promoted to the wide community because of having steam train that are still active and the only one in the world. But, the problem is the lack of promotion by PT KAI. Besides was related to the aspects of research, the availability of research data visitors also be the substansial problems because there is no systematic and credible data. So, this work is a form of activities that aims to back to promote Ambarawa train museum that better known in the community.

In this strategic communication, research manager responsible obtain data to determine a strategy of promotion effective. Research manager were research visitors pra-event until post-event. Pra-event result of the research indicates that the knowledge about Ambarawa Train Museum (cognition) are still in figures 58 % and the attitude to visit low enough that is in figures 37 % .

So to increase that aspects, during the period May to June carried out activities strategic communication “Sepoorheroes” through event, promotion and massive publication in the media. Research manager also take measurements of the success of every activity to research post-event for measuring the success of after all activities held. In doing this job, research manager to finish its appropriate duties timeline. Even though there are multiple obstacles which are external, but it was can be handled and research activities will continue to be carried

Overall, this strategic communication can be assessed as being successful, seen with the increase in the aspect of the cognition which in its implementation can be increased to 73 %, earlier from the original target 58 % to 70 % .While attitude aspect, earlier from the original target 37 % to 55 %, in its implementation can be increased as much as 66%. The whole job description research manager can also well done from the pre-event until post-event. In addition, this activity can also be admitted PT KAI to back promote their assets effectively and sustainable.

Keywords: Visitor research, research data, promotion strategy

## **PENDAHULUAN**

Industri pariwisata merupakan salah satu aspek penting yang berpotensi meningkatkan perekonomian suatu negara. Obyek wisata sejarah saat ini juga telah menjadi ikon baru dalam daftar kunjungan wisata. Dengan banyaknya alternatif, wisata museum menjadi salah satu pilihan yang menarik. Salah satu dari sekian banyak museum di Indonesia yang memiliki nilai sejarah penting adalah museum Kereta Api (KA) Ambarawa.

Museum KA Ambarawa adalah sebuah potensi wisata sejarah yang sangat menjanjikan. Namun dari hasil penelitian dan pengamatan di lapangan, *Positioning* museum KA Ambarawa kurang kuat di benak konsumen, terbukti dari hasil riset, diperoleh angka *brand knowledge* informan terhadap museum KA sebesar 58% dan tingkat afeksi hanya menunjukkan angka 37%. Hal ini menjadi suatu permasalahan yang patut diangkat, mengingat betapa potensialnya tempat wisata ini namun masyarakat belum mengetahui secara baik mengenai Museum KA Ambarawa.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka dibuatlah sebuah karya bidang yang bertujuan untuk mendorong masyarakat untuk lebih mengenal dan mau berkunjung ke Museum KA Ambarawa. Rangkaian acara untuk mempromosikan kembali museum KA Ambarawa dirangkum dalam bentuk kegiatan yang bertajuk **“SEPOORHEROES”**. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan *brand knowledge*, *interest* dan *action* pengunjung tentang museum KA Ambarawa.

Permasalahan lain yang substansial yaitu tidak adanya riset pengunjung tentang pengetahuan, tingkat kepuasan, maupun harapan terhadap Museum KA Ambarawa. Maka dalam proyek ini dibentuklah suatu divisi yang fokus di aspek riset pengunjung yaitu divisi riset dan dilaksanakan oleh seorang *Research Manager*. *Research Manager*

bertanggungjawab dalam pengumpulan dan pengolahan data baik primer maupun sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam karya bidang ini adalah melalui kuesioner, observasi dan wawancara. Berikut *job description Research Manager*: Menyediakan instrumen pengumpul data; pengurusan perijinan riset; melakukan keseluruhan tahap riset (pra-acara hingga pasca acara); Mengukur dan menganalisis objective per kegiatan; Pengumpulan dan Pengolahan data, secara kuantitatif maupun kualitatif ; Penyajian data dalam bentuk diagram, tabel, maupun deksriptif

Lebih lanjut, evaluasi juga harus dilakukan setelah rangkaian kegiatan karena penting untuk mengetahui seberapa besar dampak yang ditimbulkan dari pelaksanaan kegiatan ini. Dengan demikian, akan terlihat apakah target yang sudah ditentukan di awal tercapai atau tidak. Beberapa hal yang ditargetkan adalah:

- Aspek kognisi, dihitung peningkatan pengetahuan pengunjung tentang Museum KA Ambarawa dari 58 % menjadi 70%. Aspek tersebut mencakup pengetahuan keberadaan Museum KA Ambarawa, akses masuk, harga tiket, informasi kereta wisata dan benda pamer, fasilitas, serta sejarah Museum KA.
- Dari aspek afeksi, dihitung peningkatan minat masyarakat untuk mau berkunjung ke Museum Kereta Api Ambarawa dari 37% menjadi 55%. Aspek afeksi ini mencakup mengenai sikap dan keinginan pengunjung untuk mau berkunjung kembali serta turut mempromosikan Museum KA Ambarawa
- Peningkatan pengunjung museum dari 600 orang perhari menjadi 800 orang perhari.

## PELAKSANAAN

### (PEMBAHASAN)

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai pelaksanaan kegiatan *Strategic Communication* Sepoorheroes Museum Kereta Api Ambarawa. Laporan pelaksanaan kegiatan ini akan lebih berfokus pada pelaporan divisi riset.

#### Evaluasi Timeline Perencanaan dan Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan kegiatan, ada perbedaan antara timeline perencanaan dan pelaksanaan dari divisi riset meskipun tidak terlalu berpengaruh besar dalam kegiatan riset. Perbedaan hanya terjadi ketika riset pelaksanaan acara saja. Sedangkan timeline perencanaan divisi riset dari tahap pembuatan kuesioner, hingga kegiatan riset pasca-acara dapat terlaksana tepat waktu. Pelaksanaan kegiatan riset pasca-acara sesuai dengan perencanaan timeline awal. Berikut ini adalah tabel *timeline* pelaksanaan dari divisi riset:

Description	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pembuatan kuesioner pre	■	■																		
Konsultasi Kuesioner & Teknik Riset	■	■																		
Pengurusan Perijinan Riset	■	■	■																	
Koordinasi Crew Sepoorheroes terkait teknik pengumpulan data		■	■																	
Pelaksanaan Riset Awal			■	■																
Pengumpulan dan Pengolahan Data				■	■															
Konsultasi Hasil Riset					■	■														
Riset Event Sepoorheroes (Roadshow, CFD, Gelar Budaya)									■	■	■									
Pelaksanaan Riset Pasca Acara													■							
Pengumpulan dan Pengolahan Data Riset Pasca Acara													■	■	■					
Evaluasi dan pembuatan laporan															■	■	■	■	■	■

## **Evaluasi Job Description Divisi Riset**

Berikut ini adalah Pembahasan (Evaluasi) dari Job Description yang telah dilaksanakan:

### **1. Persiapan Instrumen Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Dalam pencarian data, teknik dan pedoman pengumpulan data merupakan faktor penting. Hal ini berkaitan dengan cara pengumpulan data, sumbernya, dan alat yang digunakan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, observasi dan wawancara. *Research manager* bertanggungjawab mempersiapkan instrumen pengumpul data berupa lembar cek list, kuesioner, pedoman wawancara, dokumentasi. *Research Manager* melaksanakannya dengan lancar serta tidak ada kendala.

### **2. Pengurusan Perijinan Riset**

*Research manager* memiliki tanggungjawab untuk berkoordinasi mengenai hal-hal terkait dengan perijinan dan sistematika riset. Pengurusan perijinan riset itu sendiri dibagi menjadi 2 bagian yaitu perijinan internal yaitu pihak kampus dan juga perijinan eksternal, dalam hal ini PT KAI (bagian heritage) dan Museum Kereta Api Ambarawa. Pengurusan perijinan internal ini dilakukan dalam minggu I-II bulan Mei. Secara keseluruhan tidak ada kendala dalam pengurusan surat. Dalam mengurus perijinan riset di KAI (bagian Heritage DAOP IV) maupun lingkungan museum KA Ambarawa, tidak ada kendala bahkan hal ini mendapat dukungan dan respon baik dari pihak KAI.

### **3. Koordinasi dengan Internal Crew Sepoorheroes**

*Research manager* memiliki tugas mengkoordinir tim dalam teknik pengumpulan data di lapangan hingga pengolahan data. Koordinasi ini terkait dengan pemahaman setiap crew atas pertanyaan, cara mewawancarai, target wawancara, cara menuliskan data

hasil wawancara, hingga bagaimana pengolahan data. Koordinasi ini dilakukan pada minggu ke-3 Bulan Maret setelah instrumen penelitian siap. Dalam pelaksanaannya tidak ditemukan kendala, hal ini dikarenakan tim sudah memiliki timeline yang jelas.

#### **4. Evaluasi Keseluruhan Tahap Riset**

Berikut ini adalah detail kegiatan riset yang dilakukan oleh *research manager*:

##### **▪ Kegiatan Riset Pra-Acara**

Data riset ini sebagai pedoman dalam menentukan strategi komunikasi apa yang cocok dan efektif untuk mempromosikan Museum KA Ambarawa secara lebih masif serta dapat diterima masyarakat dengan baik. Ada 100 orang pengunjung yang menjadi informan dalam kegiatan riset ini. Data Riset Pra-Acara yang didapatkan antara lain mengenai aspek: Informasi Motif Berwisata dan Obyek Wisata Favorit, Informasi Penggunaan Media, Pengetahuan Informan tentang Museum KA Ambarawa, Pengetahuan Informan tentang Kereta Wisata, tentang Ketersediaan Merchandise , Kegiatan Pengunjung di Museum KA Ambarawa, Respon Pengunjung setelah berkunjung, Masukkan Acara Promosi. Riset Pra-Acara yang dilaksanakan pada Minggu ke-3 dan ke-4 Bulan Maret ini sesuai timeline. Secara keseluruhan riset pra-acara terlaksana dengan lancar serta informan yang didapatkan juga memenuhi target.

##### **▪ Riset Pelaksanaan Acara**

Riset ini diperlukan untuk mengukur apakah objective yang telah ditetapkan dalam perencanaan dapat dicapai dalam pelaksanaannya. Berikut ini adalah beberapa kegiatan Sepoorheroes yang diriset oleh *research manager*: Sepoorheroes Goes to CFD Semarang; Sepoorheroes Goes to CFD Ambarawa; Sepoorheroes Goes to Campuss; Promosi di Polder Tawang; Main Event: Gelar Budaya

Riset yang dilakukan oleh *Research Manager* selama pelaksanaan acara berjalan dengan baik serta sesuai target. Walaupun ada kendala yaitu ketika *Research Manager* juga menjabat sebagai PIC, akan ada kesulitan untuk melakukan pengamatan dan observasi, hal ini diatasi dengan kesediaan crew lain dalam melakukan riset. Secara keseluruhan riset di setiap kegiatan promosi dapat dilaksanakan secara baik dan lancar.

#### ▪ **Riset Pasca Acara**

Kegiatan ini untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan secara keseluruhan maka perlu dilakukan pula riset pasca acara. Hal ini untuk melihat apakah target yang telah ditentukan sudah tercapai atau belum. Pelaksanaan kegiatan post-riset ini sendiri dilaksanakan pada awal bulan Juni hingga Minggu ke-3.

Berikut adalah data yang didapatkan dari hasil riset terhadap 100 informan:

- Dari aspek *kognisi* yaitu mengenai peningkatan pengetahuan pengunjung tentang Museum Kereta Api Ambarawa dari target semula dari 58 % menjadi 70%. Namun dalam pelaksanaannya, Tim Sepoorheroes melalui “Strategic Communication” dapat meningkatkan hingga presentase 73%
- Dari aspek afeksi, dihitung peningkatan minat masyarakat untuk mau berkunjung ke Museum Kereta Api Ambarawa dari target semula 37% menjadi 55%. Dalam pelaksanaannya, dapat ditingkatkan sebesar 66%.

#### **5. Pengumpulan Data Pengunjung Museum KA Ambarawa**

*Research manager* mempunyai tanggungjawab mendapatkan data data pengunjung sebelum kegiatan Sepoorheroes maupun setelah pelaksanaan. Hal ini berguna untuk mengukur keberhasilan kegiatan. Dalam pelaksanaannya, KAI memberikan support yang bagus dalam hal permintaan data pengunjung.

Kendala dalam hal ini adalah data yang dimiliki oleh pihak Museum masih berbentuk data manual, bukan bentuk komputerisasi. Hal tersebut bukanlah menjadi masalah dan rekap data dapat dilakukan oleh *Research Manager* secara manual ke komputer sehingga membantu pengukuran *goal* dan *objective*.

## **6. Supporting Act Research Manager**

### **~ Person in Charge “Sepoorheroes Goes To Car Free Day (CFD) Semarang”**

Kegiatan “*Sepoorheroes Goes To CFD Semarang*” pada hari Tanggal 10 Mei 2015 ini terdiri dari beberapa kegiatan antara lain pembagian flyer, brosur, serta stiker Museum KA Ambarawa, kemudian adanya orasi singkat di spot-spot tertentu serta dimeriahkan dengan kehadiran “Si Loko” yang mampu menarik atensi pengunjung. Cara “movement” ini dipilih karena lebih efektif serta bisa menjangkau masyarakat yang lebih luas dan lebih fleksibel dalam pelaksanaannya.

### **▪ Evaluasi “Sepoorheroes Goes to CFD Semarang”**

Objective yang telah ditetapkan sebelumnya adalah mampu menarik pengunjung sebanyak 200 orang. Dalam pelaksanaannya, yang didapatkan Tim mampu memberikan eksposur sekitar 600 orang pengunjung. Secara keseluruhan kegiatan ini berlangsung secara lancar mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan pada hari H, hingga pengukuran keberhasilan. Beberapa hal yang menjadi kendala dalam melakukan kegiatan ini antara lain yaitu terbatasnya personil dari crew Sepoorheroes itu sendiri. Hal ini cukup menyulitkan pada saat pelaksanaan di hari H karena beberapa orang merangkap berbagai *job description*. Namun dengan personil yang cukup terbatas, kegiatan dapat terlaksana dengan baik serta mencapai goal yang sudah ditetapkan sebelumnya.

## **PENUTUP**

Dalam seluruh rangkaian kegiatan Sepoorheroes yang telah dilaksanakan, dapat ditarik beberapa kesimpulan terutama terkait dengan pelaksanaan kegiatan divisi riset:

- Pengurusan perijinan dan koordinasi terkait riset pengunjung, tidak menemukan kendala serta mendapatkan dukungan yang baik dan dapat terlaksana sesuai timeline.
- Keseluruhan tahap riset dari mulai pra-acara, pelaksanaan kegiatan, hingga pasca acara berjalan dengan baik sesuai *timeline*, meskipun ada perubahan di timeline riset, namun hal ini tidak mempengaruhi kegiatan riset yang telah direncanakan.
- Tahap Riset Pra-Acara berjalan dengan baik sesuai dengan timeline yaitu pada Minggu ke-3 dan ke-4 Bulan Maret. Kendala yang muncul adalah dari pihak eksternal, seperti kurangnya target informan yang bisa diwawancarai di Museum KA Ambarawa pada saat *weekdays*. Solusi yang dilakukan untuk mengatasi kurangnya informan tersebut adalah dengan memperbanyak target informan di hari selanjutnya agar target secara keseluruhan dapat terpenuhi. Secara keseluruhan kegiatan terlaksana baik serta informan juga memenuhi target sebanyak 100 orang.
- Riset yang dilakukan oleh *Research manager* selama pelaksanaan acara “Sepoorheroes Goes to CFD”, “Goes to Campuss”, “Kendhuri Nasional”, dan “Gelar Budaya” berjalan dengan lancar. Walaupun begitu, ada kendala misalnya ketika *Research manager* menjabat sebagai PIC sebuah acara. Hal itu dapat diatasi dengan adanya crew lain yang membantu dalam melakukan riset serta observasi lapangan.
- Pengukuran objective secara keseluruhan dapat terlaksana dengan baik sesuai timeline yaitu pada Minggu ke-1 dan ke-2 Bulan Juni, serta jumlah informan juga

dapat memenuhi target yaitu 100 informan. Di samping itu, pengolahan data post-riset secara keseluruhan juga selesai sesuai dengan timeline yang telah ditentukan.

- Terkait dengan *jobdescription* tambahan *research manager* yaitu menjadi PIC “Sepoorheroes Goes to CFD Semarang”. Secara keseluruhan, kegiatan ini berlangsung secara lancar baik mulai tahap persiapan, pelaksanaan di lapangan, hingga pengukuran keberhasilan. Indikator keberhasilan tersebut tampak dari tercapainya target dari aspek pengunjung serta respon masyarakat terhadap kegiatan.
- Selama periode bulan Mei hingga Juni, kegiatan *Strategic Communication* “Sepoorheroes” telah berhasil memenuhi goal yang sudah ditentukan. Hal ini terlihat dari meningkatnya aspek kognisi dari target semula 58 % menjadi 70%, dalam pelaksanaannya dapat ditingkatkan hingga 73%. Persentase tersebut mendeskripsikan bahwa sekitar 73% informan sudah memahami mengenai informasi terkait Museum KA Ambarawa seperti benda pamer, letak museum KA, harga tiket masuk, informasi kereta wisata, sejarah Museum KA.
- Indikator keberhasilan dalam aspek afeksi dari target semula 37% menjadi 55%, dalam pelaksanaannya dapat ditingkatkan sebesar 66%. Persentase itu mendeskripsikan bahwa sekitar 66% persen mau kembali mengunjungi museum KA Ambarawa serta berniat ikut mempromosikan Museum KA Ambarawa.

## **Saran**

Dari kesimpulan yang telah dipaparkan, berikut beberapa saran yang dapat dijadikan bahan masukan PT KAI dalam promosi atau kegiatan riset pengunjung:

- Pihak Museum KA Ambarawa seharusnya mempunyai data terkait pengunjung Museum secara lebih baik dan sistematis, mengingat data yang dimiliki masih terkesan konvensional yaitu berbentuk catatan manual.

- Pihak KAI (khususnya *heritage* dan promosi) seharusnya mempunyai divisi dalam menangani riset, di mana riset tersebut dilakukan secara berkesinambungan dan konsisten. Data pengunjung yang didapat berguna sebagai suatu *input* serta menjadi pertimbangan dalam menentukan strategi yang efektif dalam mempromosikan Museum KA Ambarawa, sehingga Museum KA lebih dikenal ke masyarakat luas.
- Secara keseluruhan, *Strategic Communication* “Sepoorheroes” dapat dikatakan berhasil untuk meningkatkan aspek kognisi, afeksi (sikap untuk mau berkunjung ke Museum), maupun behaviour melalui meningkatnya jumlah pengunjung Museum KA Ambarawa. Tentu hal ini seharusnya menjadi perhatian bagi PT KAI untuk terus secara berkesinambungan melakukan sarana promosi yang efektif sehingga dapat menarik masyarakat untuk mau berkunjung ke Museum KA Ambarawa.