

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberagaman pariwisata di Indonesia memiliki potensi yang menarik untuk dikunjungi. Salah satu tujuan wisata yang menarik untuk dikunjungi adalah museum. Museum mampu memberikan pengetahuan tentang sejarah masa lampau dan dapat pula berfungsi sebagai media pembelajaran. Mempelajari sejarah menjadikan seseorang lebih bijak lagi dalam melangkah guna mencapai masa depan yang lebih cemerlang dan menjadi identitas. Dalam menyikapi potensi tersebut, manusia selaku pengelola dihadapkan dan dituntut untuk berinovasi serta berkreasi. Dalam inovasi dan kreasi yang dihasilkan perlu adanya strategi komunikasi yang dibangun untuk mendatangkan massa atau dalam hal ini meningkatkan kunjungan wisatawan (masyarakat). Museum menurut *American Association of Museum (AAM)* adalah lembaga publik non profit yang terorganisir, memiliki tujuan utama pendidikan dan estetika (*American Museum of Natural History*, 2019). Dalam hal ini, strategi komunikasi diperlukan agar informasi-informasi tentang ilmu pengetahuan seni dan koleksi-koleksi yang ada di museum bisa tersampaikan dengan baik pada masyarakat.

Berdasarkan penjelasan mengenai pengertian museum, maka museum tidak hanya berfungsi untuk menyimpan benda-benda bersejarah, namun juga memerlukan unsur hiburan. Pada kenyataannya beberapa museum tidak mampu menaikkan jumlah pengunjung secara signifikan dengan salah satu faktor ialah strategi komunikasi yang diterapkan kurang maksimal (Astuti, 2009, hal. 56). Menurut Rogers (1982) dalam Cangara (2017, hal 64) menyatakan bahwa strategi komunikasi menjadi bagian dari

suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.

Maraknya tempat hiburan di seluruh belahan dunia, tidak terkecuali Indonesia yakni salah satunya museum menjadi tempat yang memberikan layanan informasi mengenai sejarah, budaya, seni, dan lainnya kepada publik. Pemberian layanan ini berkaitan dengan kedudukan dan fungsi museum, terkait informasi kepada para pengunjung yaitu informasi seputar koleksi ataupun pengarsipan yang dipajang dalam museum dan beragam agenda yang diadakan oleh para pengelola museum. Pemberian layanan ini tidak terlepas dari peran pengelola (staf) museum baik sebagai pemberi informasi maupun sebagai pihak yang mempersiapkan tata pameran koleksi melalui peran kurator (Sekolah Musa, 2011).

Tempat wisata bertajuk sejarah dan seni modern, yang mana salah satunya museum ini diketahui masih belum merata untuk beberapa wilayah di Indonesia. Minimnya baik dari segi pengadaan dan pengelolaannya. Salah satu wilayah yang masih minim rekreasi seni dan sejarah ialah Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur. Dalam jurnal Implementasi Konsep “*Journey To The East*” Pada Interior Museum Nusa Tenggara Timur di Kupang oleh Gonzales (2014) menyatakan bahwa museum Nusa Tenggara Timur kurang menarik bagi para pengunjung, untuk itu dibutuhkan *redesign* agar museum dapat memenuhi nilai-nilai rekreatif, informatif, preservatif, dan edukatif. Permasalahan lain dari museum Nusa Tenggara Timur yang cukup memprihatinkan adalah belum adanya budaya lokal yang dapat menjadi identitas Nusa Tenggara Timur sendiri untuk diperkenalkan kepada masyarakat (Gonzales, 2014).

Adapun pernyataan dari mantan Kepala Museum Negeri NTT Leonardus Nahak yang mengatakan bahwa meskipun kualitas koleksi sudah baik, persoalan sumber daya manusia yang mengelola koleksi tersebut masih perlu ditingkatkan. Selain persoalan

minat pengunjung terlebih generasi muda yang masih minim, sumber daya juga perlu ditingkatkan. Agar adanya peningkatan jumlah pengunjung perlu dilakukan upaya promosi dan pengadaan kegiatan-kegiatan kreatif seperti pameran etnis yang pernah diselenggarakan di museum satu-satunya di NTT ini (Putra, 2016).

Adapun pra riset yang dilakukan dengan wawancara kepada 3 seniman (Obby Tukan, Alwi Kolin, Remon Nara Kaha) 2 masyarakat lokal (Junan Nalle, Ibu Antje Benu) pada 10 November 2022 di Taman Nostalgia Kota Kupang yang merupakan tempat berkumpul masyarakat. Bagi ketiga seniman menyatakan bahwa masih sangat minim dan beberapa masih adanya penerimaan skeptis dari masyarakat untuk ruang-ruang kreatif bahkan sekadar mengadakan pameran seni yang merupakan wujud respon dari sejarah yang terbentuk. Kemudian dari masyarakat lokal menyatakan bahwa beberapa memang ada tetapi belum dikelola secara maksimal perihal kurangnya strategi dalam menginfokan adanya kegiatan museum arsip ini, hingga bagaimana proses dalam menjangkau masyarakat di setiap kalangan usia, juga perihal beberapa faktor lain yang belum diketahui kepastiannya. Adapun wawancara bersama Manager Program Merekam Kota, Ifana Tungga (2022) yang menjelaskan perihal masih kurangnya pusat-pusat kesenian dengan promosi yang minim hingga berpotensi mematikan geliat berkesenian.

Berdasarkan keresahan yang hadir di belakangnya, pada tahun 2019 muncul sebuah ide pengadaan museum pengarsipan yang diprakarsai oleh Sekolah Multimedia Untuk Semua singkatnya SkolMus atau Sekolah Musa. Sekolah Musa yang merupakan sekolah non akademik ini didirikan pada tahun 2011 di Kota Kupang yang melangsungkan gerakan dan ranah kegiatan dengan fokus pada edukasi di bidang fotografi, videografi dan upaya pelestarian memori kolektif melalui pengarsipan digital arsip publik serta kolaborasi lintas disiplin ilmu. Dengan misi menciptakan,

memfasilitasi, meningkatkan pengetahuan multimedia, dan membangun jejaring warga yang melakukan perubahan sosial dengan pendekatan dokumentasi sosial serta visi yakni terus berbagi cahaya. Kini terhitung dari tahun 2011, SkolMus sudah berada di usia 11 tahun turut berdinamika memberikan ilmu pengetahuan juga pengadaan kegiatan hiburan bagi masyarakat yang berdomisili di Kota Kupang dan sekitarnya (Sekolah Musa, 2011).

Selama berdiri 11 tahun lamanya, Sekolah Multimedia Untuk Semua memiliki beberapa agenda program salah satunya yaitu program Merekam Kota (Memori Ruang Imajinasi) yakni pengarsipan digital jangka panjang melalui arsip publik sebagai upaya pelestarian memori kolektif dengan *output* utama yaitu museum pengarsipan. Program Merekam Kota ini sudah dilaksanakan sebanyak dua kali yang pertama diadakan pada tahun 2020 dan yang kedua pada tahun 2022 di Kota Kupang. Program ini diketahui hanya dilaksanakan setiap dua tahun sekali (Sekolah Musa, 2011).

Melihat program ini, penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai program Merekam Kota yang mana pada 17 hingga 31 Oktober 2020 dibawah perantara Sekolah Musa melangsungkan pameran museum arsip publik pertama di Kota Kupang yang bertempat di salah satu tempat bersejarah yaitu Pabrik Es Minerva, Kampung Solor, Kupang. Dengan total pengunjung sebanyak 1.500 orang. Kemudian berlanjut pada 8 hingga 22 Oktober 2022 yang hadir dengan tema “Ruang Berkumpul” bertempat di *de* Museum Cafe JKK, LLBK, Kota Lama, Kupang. Pameran yang berlangsung 2 minggu ini melangsungkan agenda mulai dari *exhibition tour*, *artist talk*, pengadaan *workshop* fotografi dan menggambar, penyediaan ruang bermain anak yang diisi dengan beberapa materi anak, bincang arsip dan pemutaran film yang berkolaborasi dengan Komunitas Film Kupang (KFK) (Sekolah Musa, 2011).

Museum arsip Merekam Kota edisi II “Ruang Berkumpul” memiliki alasan dibaliknya yang membuat peneliti merasa penting untuk mengulik kisah dibaliknya. Dengan tema ruang berkumpul merupakan salah satu kebutuhan warga terhadap kota yang ditinggalkannya. Diangkatnya tema “Ruang Berkumpul” dalam museum arsip Merekam Kota 2022 merupakan upaya yang akan menjadi cara warga kota membaca dan mendokumentasikan perubahan sosial yang terjadi di kota Kupang. Baginya perubahan sosial bisa saja disebabkan oleh berbagai hal, salah satunya adalah kebijakan negara atas nama pembangunan dan modernitas yang datang dalam banyak wajah (Ifana Tungga, 2022). Berdasarkan data yang diunggah pada *Instagram* Merekam Kota ini mendatangkan pengunjung 2 kali lipat dari museum arsip pertama yakni sebanyak 3.232 orang. Dengan menghadirkan 500 arsip yang didapatkan dari 12 keluarga 1 lembaga pemerintah. Membahas dan memamerkan arsip tentang sejarah Kota Kupang yang dibalut nuansa seni modern kolaborasi bersama para seniman NTT (Merekam Kota, 2020).

Wisata sejarah melalui kunjungan museum ini menjadi sarana edukasi bagi bagi masyarakat khususnya di Kota Kupang yang masih minim kegiatan seperti ini. Melihat data pengunjung museum arsip Merekam Kota yang meningkat di tahun kedua menjadi tolak ukur penulis bahwa antusias warga untuk mendapat edukasi serta hiburan ini sangat tinggi. Berdasarkan data wawancara pra riset bersama Manager p\Program Merekam Kota (Ifana Tungga, 2022) menjelaskan bahwa terlepas dari itu adanya strategi komunikasi dalam penyampaian informasi mengenai pergeleran tersebut. Mengenai bagaimana proses strategi komunikasi tersebut, yang tentunya untuk meningkatkan kunjungan masyarakat untuk turut mengambil peran ziarah pada museum arsip Merekam Kota edisi 2 (Merekam Kota, 2020).

Proses riset, penyusunan strategi komunikasi hingga tahap evaluasi dan pembuatan laporan ini kemudian dirasa penting untuk digali lebih jauh tentang bagaimana strategi komunikasi yang terjadi dilihat menggunakan metode perencanaan komunikasi lima langkah yakni bagaimana tim Merekam Kota edisi II melakukan penelitian atau riset mengenai penyebab kurangnya minat kunjungan pada edisi I, kemudian membuat rancangan komunikasi, mengeksekusi hasil rancangan atau pelaksanaan yang dapat dilakukan dalam bentuk tayangan di televisi, wawancara di radio, pemasangan iklan di surat kabar, dan pemberangkatan tim penyuluhan secara tatap muka. Lalu melakukan evaluasi dan membuat laporan (Cangara, 2017, hal 66).

Dengan demikian, tidak luput yang menjadi hal penting dalam melaksanakan penelitian adalah penyertaan kajian pustaka. Diharapkan dengan kajian pustaka dapat membantu peneliti dalam menyusun penelitian ini. Tujuan penyertaan kajian pustaka untuk menghindari terjadi pengulangan topik dan permasalahan serupa dari sebuah penelitian. Oleh karena itu, peneliti mengambil beberapa judul penelitian yang kiranya memiliki hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Terdapat 3 kajian pustaka diantaranya Jurnal “Strategi Komunikasi Museum Kontemporer (Studi Kualitatif Strategi Komunikasi Tumurun Private Museum dalam Memperkuat Citra Positif Museum sebagai Museum Edukasi Masyarakat di Bidang Apresiasi Seni Modern dan Kontemporer)” oleh Ratih Lanjaringtyas Nugraheni pada tahun 2021. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa bentuk strategi komunikasi yang dilakukan oleh Tumurun Private Museum yaitu melalui media sosial, selalu *up to date* dengan kegiatan dan koleksi karya seni dalam museum dan melakukan promosi secara berkala.

Penelitian sebelumnya yang kedua pada tahun 2020 oleh Setya Ramadhani dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Gempa Prof. Dr. Sarwidi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung” dengan hasil yang menyatakan bahwa

meskipun mampu menarik minat kunjungan wisatawan dengan strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh Museum Gempa Prof. Dr. Sarwidi perlu melakukan peningkatan atau menambah inovasi-inovasi di setiap cakupan pemasaran agar museum ini dapat bersaing dengan tempat wisata lainnya.

Penelitian sebelumnya yang menjadi acuan peneliti ada pada tahun 2022 oleh dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Benteng Vredeburg Melalui Media Online Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Masa Pandemi Covid-19 (Maret-Desember 2020)” dengan hasil penelitian yaitu strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan museum benteng Vredeburg pada pandemi covid-19 tahun 2020 lebih banyak memanfaatkan *website* dan *Instagram*. beberapa fitur yang sering digunakan yaitu *Instagram TV*, *live Instagram*, *highlight stories*, dan pesan melalui *DM*.

Ketiga referensi dari penelitian sebelumnya ini memiliki hasil akhir yang berbeda dan yang membedakan dengan penelitian yang akan dilaksanakan dengan penulis adalah dalam penelitian ini penulis mencoba melihat strategi komunikasi menggunakan model tahapan 5 langkah yakni mulai dari tahap riset target, perencanaan, eksekusi, evaluasi hingga laporan. Sehingga, tidak hanya memberikan solusi bagaimana cara meningkatkan kunjungan masyarakat tetapi menganalisis target, merancang, mengeksekusi, mengevaluasi strategi komunikasi yang sudah diterapkan hingga membuat laporan sebagai hasil akhir, untuk kemudian diharapkan bisa menjadi acuan strategi dalam museum arsip Merekam Kota III dan seterusnya. Melihat pra riset di awal dan beberapa referensi atau ketiga kajian pustaka, peneliti tertarik dan merasa penting untuk melihat lebih jauh bagaimana strategi komunikasi yang digunakan. Dengan demikian, peneliti ingin menelusuri sejauh mana strategi komunikasi itu dibangun dengan menyertakan judul “Strategi Komunikasi Museum Arsip Merekam Kota II Dalam Meningkatkan Kunjungan Masyarakat Kota Kupang”.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi museum arsip Merekam Kota II dalam meningkatkan kunjungan masyarakat Kota Kupang ?

C. Tujuan Penelitian

Mengetahui dan memahami gambaran mengenai strategi komunikasi museum arsip Merekam Kota II dalam meningkatkan kunjungan masyarakat Kota Kupang.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan menambah bahan penelitian dari segi akademis mengenai strategi komunikasi melalui museum arsip Merekam Kota II sehingga mampu meningkatkan kunjungan masyarakat Kota Kupang maupun masyarakat secara umum.

b. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi museum lainnya maupun destinasi wisata di Kota Kupang dalam menerapkan strategi komunikasi sehingga mampu meningkatkan kunjungan masyarakat.

2. Penelitian ini bermanfaat sebagai percontohan strategi komunikasi destinasi wisata edukasi di Indonesia yang memang masih kurang banyak diekspos.

E. Kerangka Teori

Riset ini akan meneliti tentang proses strategi komunikasi museum arsip Merekam Kota II dalam meningkatkan kunjungan masyarakat kota Kupang. Sehingga dalam menjalankan penelitiannya ini diperlukannya kerangka teori. Kerangka teori merupakan salah satu pendukung dalam sebuah penelitian, hal ini karena kerangka teoritis adalah wadah dimana akan dijelaskan teori-teori yang berhubungan dengan

variabel-variabel yang diteliti. Kerangka teori bertujuan untuk menerangkan pokok permasalahan yang terkandung dalam penelitian. Dengan demikian, kerangka teori disusun agar penelitian diyakini kebenarannya (Arikunto, 2006, hal. 107).

1. Strategi Komunikasi

Anderson (1968) dalam Cangara (2017, hal. 64) mendefinisikan bahwa strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan inteligensi atau pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.

Strategi komunikasi adalah salah satu cara untuk mengatur pelaksanaan sebuah proses komunikasi, mulai dari perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*implementation*) hingga evaluasi (*evaluation*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi adalah salah satu aspek penting yang memungkinkan adanya proses akselerasi dan keberlanjutan suatu program pembangunan khususnya pada pemasaran (Heris, 2016, hal, 1).

Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) dalam buku “Perencanaan & Strategi Komunikasi” Cangara (2017, hal. 64) menyatakan bahwa :

“Strategi komunikasi adalah kombinasi dari semua elemen komunikasi, baik dari komunikator, pesan saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.”

Middleton (1980) lebih lanjut menjelaskan dalam Cangara (2017, hal. 67) bahwa strategi komunikasi merupakan suatu proses kegiatan yang berjalan secara terus-menerus dalam kegiatan komunikasi. Strategi komunikasi menjadi sebuah alat untuk menentukan arah dari bentuk komunikasi yang dilakukan, karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif tidak dapat dipungkiri banyak ditentukan oleh

strategi komunikasi. Strategi komunikasi tidak lepas dari proses perencanaan atau langkah yang menggunakan pesan dan media. Pesan adalah suatu gagasan atau ide yang telah dituangkan ke dalam lambing, untuk disebarkan atau diteruskan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan adalah setiap pemberitahuan, kata, atau komunikasi baik lisan maupun tulisan yang dikirimkan dari satu orang ke orang lainnya. Pesan dapat menjadi inti dari setiap proses komunikasi yang terjalin. Secara umum, jenis pesan terbagi menjadi dua, yakni pesan verbal dan non-verbal.

Pesan verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya menggunakan kata-kata, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan apa yang didengarnya. Sedangkan, pesan non-verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya tidak menggunakan kata-kata secara langsung, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan gerak-gerik, tingkah laku, mimik wajah, atau ekspresi muka pengirim pesan. Pada pesan non-verbal mengandalkan indera penglihatan sebagai penangkap stimulus yang timbul” (Cangara, 2017, hal. 65).

Media adalah alat yang digunakan untuk mengantarkan atau menyalurkan pesan kepada komunikan untuk mencapai sasaran komunikasi. Dalam penggunaan media tergantung dari tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan khalayak yang akan dituju. Media adalah alat bantu untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media sendiri ada dua jenis yang pertama adalah media cetak yang terdiri dari koran, majalah, spanduk, pamflet, dan lain-lain. Media elektronik yang terdiri dari radio, internet, dan televisi. Masing-masing media memiliki kelemahan dan kelebihan masing-masing yang juga dapat menjadi karakteristik khusus dari media tersebut. Perlu diketahui bahwa arah sasaran komunikasi berorientasi pada efek yang

positif atau efektivitas, untuk itu dalam mencapai efektivitas komunikasi diperlukan atau pendekatan atau strategi operasional tertentu (Cangara, 2017, hal. 65).

Dengan demikian strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, taktik, cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Apabila strategi komunikasi tersebut berhasil dilakukan dan tujuan yang dicapai maka komunikasi yang terjadi sudah efektif karena terjadi saling pengertian antara komunikator dan komunikan dimana apa yang diharapkan dan diinginkan oleh komunikator dapat mengubah sikap komunikannya (Cangara, 2017, hal. 66).

Dalam upaya mempromosikan museum arsip Merekam Kota edisi II dalam meningkatkan kunjungan masyarakat kota Kupang. Tentu dibutuhkannya sebuah perencanaan yang matang, karena berhasil atau tidak sebuah promosi yang efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi, sehingga sebuah strategi bisa terlaksanakan dengan sangat baik hingga mencapai target yang telah dituju. Menurut (Effendy, 2019, hal. 28) strategi komunikasi memiliki fungsi ganda yaitu:

- a) Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruksi secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- b) Menjembatani fenomena, yaitu kondisi yang terjadi akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasikan media yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan merusak nilai – nilai yang dibangun.

Cangara (2017, hal. 16) menjelaskan bahwa strategi komunikasi adalah kiat atau taktik yang bisa dilakukan dalam melaksanakan perencanaan komunikasi. *Strategic Planning* dimaksudkan ialah perencanaan yang menetapkan program jangka panjang

(*long-term plan*), dimana didalamnya mencakup kerangka kerja untuk perencanaan jangka menengah (*middle-term plan*) dan jangka pendek (*short-term plan*). Dengan demikian, konsep strategi komunikasi di sini diletakkan sebagai bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan, sedangkan perencanaan strategik tidak lain adalah kebijaksanaan komunikasi dalam tataran makro untuk program jangka panjang.

2. Museum

Museum didefinisikan sebagai suatu bagian elemen bersejarah yang memiliki nilai sejarah tinggi sehingga dinamakan warisan budaya yang dapat menghubungkan manusia dari masa lalu ke masa sekarang. Bahwa warisan budaya adalah bukti dari peradaban manusia yang melewati berbagai proses sosial (Ardiwidjaja, 2019). Museum berfungsi sebagai pengelolaan warisan budaya sesungguhnya memiliki ideologi yang sama dengan pariwisata budaya yakni memberikan informasi dan pelayanan kepada publik atau wisatawan tentang fungsi dan makna suatu artefak ataupun *event* tertentu. (Michael, 2010).

Secara etimologi, kata “Museum” diambil dari bahasa Yunani, yaitu “*mouseion*” yang sebenarnya merujuk kepada nama-nama kuil dari sembilan Dewi Muses yang melambangkan ilmu dan kesenian [10]. Namun, dengan perkembangan museum hingga kini muncul berbagai teori tentang pengertian museum. Beberapa pengertian museum itu sendiri diantaranya :

1. Menurut ICOM (*International Council Of Museum*), lembaga internasional dibawah UNESCO, pengertian museum adalah sebuah lembaga yang bersifat tetap tidak mencari keuntungan untuk umum, yang memperoleh,

merawat menghubungkan dan memamerkan koleksi untuk tujuan studi, penelitian dan rekreasi (Agency, 2018).

2. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) edisi ke-5, “Museum adalah gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap benda-benda yang patut mendapat perhatian umum, seperti peninggalan sejarah, seni dan ilmu, dan juga tempat menyimpan barang kuno”.
3. Menurut Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1995 Pasal 1 ayat 1, “Museum adalah lembaga, tempat penyimpanan, perawatan, pengamanan, dan pemanfaatan benda-benda bukti materiil hasil budaya manusia serta alam dan lingkungannya guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa”.

Dari beberapa pengertian tentang museum diatas dapat disimpulkan bahwa museum adalah suatu lembaga yang berupa bangunan atau tempat yang berfungsi sebagai tempat mengumpulkan, menyimpan, merawat melestarikan, mengkaji, mengkomunikasikan bukti material, alam dan lingkungannya, yang dipamerkan untuk tujuan studi, penelitian, rekreasi juga upaya pelestarian kekayaan budaya.

2.1 Fungsi Museum

Menurut Van Mensch (2003) dalam Ardiwidjaja (2019, hal. 35), fungsi dasar museum adalah melakukan penelitian, konservasi, dan komunikasi sebagai aspek mediasi terhadap masyarakat. Fungsi dasar tersebut disebut dengan istilah fungsi dasar museologi. Pengelolaan koleksi adalah serangkaian kegiatan yang menyangkut berbagai aspek kegiatan yang dimulai dari pengadaan koleksi, registrasi dan

inventarisasi, perawatan, penelitian hingga koleksi tersebut disajikan di ruang pameran atau disimpan pada ruang penyimpanan.

Pada rancangan peraturan pemerintah tentang museum, dipaparkan bahwa museum berfungsi sebagai perlindungan, pengembangan, pemanfaatan koleksi dan mengkomunikasikannya kepada masyarakat. Berdasarkan peraturan pemerintah no.19 tahun 1995 dalam Pedoman Museum Indonesia (2008), museum memiliki fungsi atau tugas menyimpan, merawat, mengamankan, dan memanfaatkan koleksi museum benda berupa cagar budaya. Dengan demikian museum memiliki dua fungsi besar yaitu:

1. Sebagai tempat pelestarian, museum harus melakukan kegiatan sebagai berikut:
 - a. Penyimpanan, yang meliputi pengumpulan benda untuk menjadi koleksi, pencatatan koleksi, sistem penomoran, dan penataan koleksi.
 - b. Perawatan, yang meliputi kegiatan mencegah dan menanggulangi benda koleksi.
 - c. Pengamanan, yang meliputi kegiatan perlindungan untuk menjaga koleksi dari kerusakan atau gangguan oleh faktor alam atau ulah manusia.
2. Sebagai sumber informasi museum melaksanakan kegiatan pemanfaatan melalui penelitian dan penyajian. Penelitian dilakukan untuk mengembangkan kebudayaan nasional, ilmu pengetahuan, dan teknologi, sedangkan penyajian harus tetap memperhatikan aspek pelestarian dan penggunaannya.

2.2 Klasifikasi Museum

Menurut International Council of Museum (ICOM), museum bisa diklasifikasikan menjadi 6 jenis diantaranya yaitu:

1. Museum Seni : museum yang mengelola, menyimpan dan mengumpul benda yang berkaitan dengan kesenian.
2. Museum Sejarah & Arkeologi : museum didalamnya ada benda arkeologi dan benda bersejarah yang menyimpan tentang sejarah manusia serta peradabannya.
3. Natural Museum : museum ilmu alam yang didalamnya ada hal-hal yang berkaitan dengan peradaban ilmu pengetahuan alam.
4. *Science & Technology* Museum : museum yang isinya berkaitan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.
5. Museum Khusus : museum khusus ini umumnya dikhususkan untuk satu benda khusus tertentu yang mungkin berbeda dari kelima jenis museum sebelumnya.
6. Museum Biografi : museum yang dibangun dan koleksinya didedikasikan khusus kepada benda, peralatan, pakaian yang berhubungan dengan kehidupan seseorang atau sekelompok orang.

Adapun kegiatan yang dapat dilakukan di museum yakni pameran atau eksibisi produk dan koleksi museum, yang meliputi :

1. Pameran tetap (permanen), kegiatan penyajian koleksi berdasarkan sistem dan tahun.
2. Pameran khusus (temporer atau non permanen), kegiatan penyajian koleksi dalam jangka waktu relatif singkat (1 minggu sampai 1 bulan) dengan tema khusus.

3. Pameran keliling, kegiatan penyajian koleksi dalam jangka waktu tertentu dengan tema khusus serta dilakukan di luar lokasi museum.

Adapun Kegiatan Edukatif, yang meliputi :

3. Ceramah, memperkenalkan koleksi museum kepada khalayak ramai dengan cara penyampaian yang mudah dimengerti oleh masyarakat umum.
4. Pemutaran film, penyajian audio visual yang memperjelas pengetahuan mengenai benda-benda koleksi museum serta sejarah yang berkaitan dengan benda-benda koleksi tersebut.
5. Bimbingan edukatif, memberikan data dan penjelasan yang dibutuhkan oleh para peneliti yang bergerak di bidang yang berhubungan dengan koleksi museum.

3. Minat Kunjungan

Minat merupakan kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat adalah rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas (Djaali, 2011). Minat adalah sebagai suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja terlahir dengan penuh kemauannya dan tergantung dari bakat serta lingkungannya (Sujanto, 2004).

Minat yaitu sebagai dorongan atau rangsangan internal yang kuat yang memotivasi tindakan, dimana dorongan dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif akan produk. Sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat yaitu disebut daya tarik atau atraksi wisata. Daya tarik wisata dalam suatu daerah akan menyebabkan wisatawan untuk datang berkunjung. Adanya daya tarik

wisata, maka wisatawan akan memiliki minat untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut (Kotler & Susanto, 2001, hal.165).

Definisi minat kunjung dikemukakan oleh Kotler, yang mengasumsikan minat kunjungan sama dengan minat beli. Menurut Kotler dalam bukunya yang berjudul *Marketing For Hospitality And Tourism*, minat kunjungan dapat disamakan dengan minat beli karena adanya kesamaan perilaku (Kotler, 2014, hal.197). Wisatawan yang diasumsikan sebagai konsumen memiliki pertimbangan untuk berkunjung, yaitu ketertarikan, preferensi serta informasi. Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Minat berkunjung adalah tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu obyek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata. Tujuan berkunjung secara umum adalah ingin melihat dan menyaksikan sesuatu yang menarik, namun pada kenyataannya ada tujuan yang lebih spesifik (Kotler, 2014, hal.198).

4. Masyarakat

Masyarakat adalah kelompok individu yang tinggal di suatu tempat, saling berinteraksi dalam jangka waktu yang relatif lama, dan membentuk adat istiadat dan aturan tertentu sehingga membentuk sebuah kebudayaan. Masyarakat juga merupakan sistem sosial yang terdiri dari sejumlah komponen struktur sosial seperti keluarga, ekonomi, pemerintah, agama, pendidikan, dan lapisan sosial yang saling terkait. Masyarakat selalu berubah dan merupakan jalinan hubungan sosial antara kelompok dan penggolongan yang bekerja secara bersama-sama, saling berinteraksi, berelasi, dan saling ketergantungan. Masyarakat memiliki unsur perasaan seperti seperasaan, sepenanggungan, dan saling memerlukan, serta dapat dikelompokkan berdasarkan kriteria seperti jumlah penduduk, luas daerah, fungsi khusus, dan organisasi. Masyarakat

adalah kelompok individu yang sama identifikasinya dan teratur dalam menjalankan segala sesuatu yang diperlukan bagi hidup bersama secara harmonis, dimana individu-individunya mempunyai hubungan yang melahirkan kerja sama dan hubungan tersebut harus permanen sifatnya. Masyarakat merupakan sistem adaptif yang mempunyai berbagai kebutuhan yang harus dipenuhi agar masyarakat dapat hidup terus (Jabrohim, 2004, hal. 167).

Tipe-tipe masyarakat menurut Kingley Davis dalam Soekanto (2007, hal. 134-135) ada empat kriteria yaitu:

- a. Jumlah penduduk.
- b. Luas, kekayaan dan kepadatan penduduk daerah pedalaman.
- c. Fungsi-fungsi khusus masyarakat setempat terhadap seluruh masyarakat.
- d. Organisasi masyarakat yang bersangkutan.

F. Kerangka Konsep

Menurut Sugiyono (2018, hal. 60) mengemukakan bahwa, kerangka konseptual atau kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Berdasarkan latar belakang penelitian ini bahwa akan melihat bagaimana strategi komunikasi museum arsip Merekam Kota II dalam meningkatkan kunjungan masyarakat.

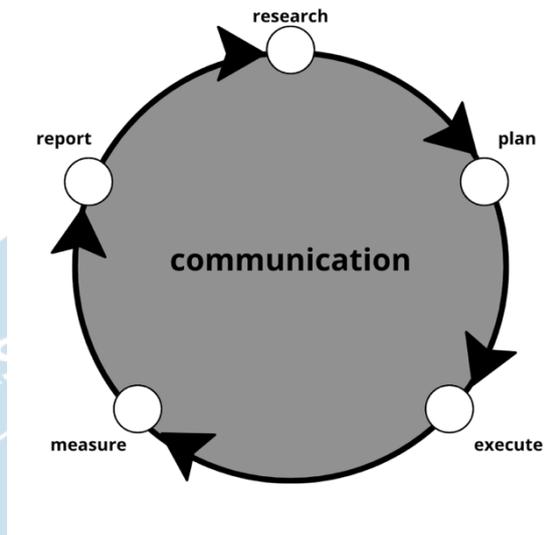
Strategi komunikasi yang dimaksud ialah bagaimana dari proses riset, penyusunan strategi komunikasi hingga tahap evaluasi dan pembuatan laporan ini kemudian dirasa penting untuk digali lebih jauh tentang bagaimana strategi komunikasi yang terjadi dilihat menggunakan metode perencanaan komunikasi lima langkah yakni

bagaimana tim Merekam Kota edisi II melakukan penelitian atau riset mengenai penyebab kurangnya minat kunjungan pada edisi I, kemudian membuat perencanaan komunikasi untuk meningkatkan pengunjung, mengeksekusi hasil rancangan atau pelaksanaan yang dapat dilakukan dalam bentuk tayangan di televisi, wawancara di radio, pemasangan iklan di surat kabar, dan pemberangkatan tim penyuluhan secara tatap muka. Lalu melakukan evaluasi dan pembuatan laporan .

Sebagai acuan dalam penelitian ini terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi rendah minat kunjung dan adanya strategi komunikasi yang diterapkan museum arsip Merekam II pada tahun 2020, seperti informasi mengenai museum arsip Merekam Kota I yang kurang diketahui masyarakat Kota Kupang (berdasarkan hasil pra riset). Kemudian, adanya hasil kunjungan museum arsip Merekam Kota I berjumlah 1.500 orang yang dinyatakan tidak mendapat kunjungan sesuai target sehingga dikatakan sepi kunjungan masyarakat oleh para panitia penyelenggara. Dengan melihat hasil kunjungan museum arsip Merekam Kota I yang dinyatakan sepi kunjungan, timbulah keinginan tim museum arsip Merekam Kota agar kegiatan ini lebih diminati masyarakat yakni dengan cara meningkatkan kunjungan, yang diperoleh dari hasil wawancara bersama Manager Program Merekam Kota yaitu Ifana Tungga.

Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi, panitia penyelenggara merancang strategi komunikasi yang kemudian berhasil diterapkan dalam pelaksanaan museum arsip Merekam Kota II pada tahun 2022, sehingga mampu meningkatkan kunjungan masyarakat hingga mencapai 3.232 orang. Dari adanya keberhasilan menerapkan strategi komunikasi museum arsip Merekam Kota II dalam meningkatkan kunjungan masyarakat kota Kupang, maka peneliti dalam penelitian ini akan menjabarkan proses strategi komunikasi dengan menggunakan model perencanaan

komunikasi lima langkah, Cangara (2017, hal. 76) menjelaskan bahwa model perencanaan komunikasi lima langkah, terdiri dari :



Gambar 1. Model Perencanaan Komunikasi 5 Langkah

- a. Penelitian (*Research*)
- b. Perencanaan (*Plan*)
- c. Pelaksanaan (*Execute*)
- d. Pengukuran atau evaluasi (*Measure*)
- e. Pelaporan (*Report*)

Penelitian ini kemudian diadakan untuk mencari tahu dan menjabarkan bagaimana proses penerapan strategi komunikasi mulai dari langkah pertama yaitu, riset penyebab atau melakukan penelitian untuk mengetahui masalah yang dihadapi. Langkah kedua, perencanaan adalah tindakan yang diambil setelah adanya hasil penelitian untuk kemudian melakukan perencanaan komunikasi. Langkah ketiga, pelaksanaan atau eksekusi adalah Tindakan yang diambil dalam rangka implementasi perencanaan komunikasi yang telah dibuat. Keempat, pengukuran atau evaluasi yang dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan.

Langkah kelima adalah pelaporan yang merupakan Tindakan akhir dari kegiatan perencanaan komunikasi yang telah dilaksanakan. Sehingga akhirnya peneliti bisa mengetahui dan menjabarkan proses dibalik hasil peningkatan kunjungan yang diperoleh museum arsip Merekam Kota II.

Dengan demikian, peneliti menyertakan judul “Strategi Komunikasi Museum Arsip Merekam Kota II Dalam Meningkatkan Kunjungan Masyarakat Kota Kupang”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif sehingga diharapkan semakin memperjelas dan mampu menjabarkan bagaimana strategi komunikasi museum arsip Merekam Kota II dalam meningkatkan kunjungan masyarakat kota Kupang sebagaimana sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian ini.

G. Metodologi Penelitian

Menurut Sugiyono (2012, hal. 21) metodologi merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Di dalam metodologi penelitian berisi cara-cara bagaimana objek penelitian hendak diketahui dan diamati sehingga menghasilkan data-data yang tepat sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini dibutuhkan metodologi penelitian untuk memperoleh data-data yang menjelaskan bagaimana strategi komunikasi museum arsip Merekam Kota II dalam meningkatkan kunjungan masyarakat kota Kupang.

1. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2012, hal.23) penelitian adalah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu langkah-langkah sistematis untuk mendapatkan fakta-fakta atau prinsip-prinsip baru yang bertujuan untuk mendapatkan pengertian atau hal-hal baru. Menurut Sugiyono (2012, hal. 29) jenis penelitian kualitatif adalah jenis

penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk melihat bagaimana proses strategi komunikasi museum arsip Merekam Kota II dalam meningkatkan kunjungan masyarakat kota Kupang.

Penelitian ini berusaha untuk mengumpulkan, menyusun, dan menginterpretasikan data yang ada dan menganalisis objek yang akan diteliti. Penelitian kualitatif pada hakikatnya Menurut Moleong (2017, hal.6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian kualitatif menurut Hendryadi, *et. al*, (2019, hal. 218) merupakan proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman mendalam tentang fenomena sosial secara alami.

Proses ini akan merujuk pada prosedur-prosedur riset yang menghasilkan data kualitatif. Alasan peneliti menggunakan metode ini adalah karena penelitian kualitatif lebih banyak mementingkan proses dibandingkan hasil. Hal ini disebabkan oleh hubungan-hubungan bagian yang diteliti akan jauh lebih jelas diamati dalam proses kualitatif. Penelitian kualitatif menekankan pada kualitas bukan kuantitas dan data-data yang dikumpulkan bukan berasal dari kuesioner melainkan berasal dari wawancara, observasi langsung dan dokumen resmi yang terkait lainnya. Penelitian kualitatif juga lebih mementingkan segi proses daripada hasil yang didapat (Moleong, 2017, hal.6). Dalam penelitian ini, yang akan diamati adalah bagaimana

strategi komunikasi dari museum arsip Merekam Kota II dalam meningkatkan kunjungan masyarakat Kota Kupang.

2. Metode Penelitian

Dilihat dari objek dan hasil yang akan didapat maka penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan dan menghubungkan dengan variabel lain. Menurut Indriantoro dan Supono (2012, hal. 26) mendefinisikan penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu popularisasi.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan di kantor sekretariat Sekolah Multimedia Untuk Semua (Sekolah Musa atau SkolMus) yang berlokasi di Jl. Maumere, Kelurahan Nefonaek, Kec. Kota Lama, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur.

4. Objek & Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi yang dirancang oleh panitia dalam meningkatkan kunjungan masyarakat Kota Kupang. Penelitian ini akan membutuhkan beberapa informan dari panitia museum arsip Merekam Kota II serta masyarakat Kota Kupang selaku subjek penelitian. Informan dalam penelitian ini berjumlah 3 orang yakni Ifana Tungga selaku Manager Program yang menjadi pimpinan program museum pengarsipan Merekam Kota II, Juniken Imelda selaku Manager Promosi yang membuat program komunikasi sebagai bagian dari strategi komunikasi yang digunakan, dan Eto Boymau sebagai salah satu pemandu museum yang menjelaskan keunikan museum arsip Merekam Kota II, sebagai

bagian dari implementasi program strategi komunikasi yang digunakan. Oleh karena itu, peneliti memilih informan ini karena ke-3 informan yang mengetahui dan membuat strategi komunikasi museum arsip Merekam Kota II untuk meningkatkan kunjungan masyarakat kota Kupang, juga merupakan tim panitia inti yang memprakarsai ide strategi komunikasi yang telah diimplementasikan (berdasarkan hasil pra riset bersama Manager Program, Ifana Tungga).

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam sebuah penelitian, karena dari sebuah penelitian tujuan utama dari langkah ini yaitu untuk mendapatkan data. Dalam proses mengumpulkan data peneliti harus mengetahui dan memahami teknik pengumpulan data yang sesuai agar mendapatkan data yang memenuhi standar. Dilihat dari sumber data, pengumpulan data menurut Sugiyono (2018, hal. 225) dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti. Pada penelitian ini sumber yang menjadi data primer bagi penelitian adalah data-data yang diperoleh saat wawancara.

Wawancara menjadi salah satu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara merupakan komunikasi dua arah untuk memperoleh informasi dari informan yang terkait. Menurut Yusuf (2014, hal. 372) Wawancara adalah suatu kejadian atau proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi secara langsung atau bertanya secara langsung mengenai suatu objek yang diteliti.

Metode yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang mana proses ini memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan “Tanya-Jawab” sambil bertatap muka antara peneliti dan

informan. Sebelum melakukan wawancara peneliti terlebih dahulu menentukan narasumber mana yang cocok dan dipastikan dapat membantu proses wawancara. Wawancara dilakukan peneliti dengan 3 informan yakni Ifana Tungga selaku Manager Program yang menjadi pimpinan program museum pengarsipan Merekam Kota II, Juniken Imelda selaku Manager Promosi yang membuat program komunikasi sebagai bagian dari strategi komunikasi yang digunakan, dan Eto Boymau sebagai salah satu pemandu museum yang menjelaskan keunikan museum arsip Merekam Kota II, sebagai bagian dari implementasi program strategi komunikasi yang digunakan. Para informan ini adalah tim inti yang merancang strategi komunikasi Merekam Kota II mulai dari riset, melakukan perencanaan, menjadi eksekutor, melakukan evaluasi dan membuat laporan. Menurut Bungin (2008, hal. 108) metode wawancara mendalam (*in-depth interview*) sama seperti metode wawancara lainnya namun yang berbeda dengan wawancara pada umumnya adalah peran wawancara, tujuan wawancara, peran informasi, dan cara melakukan wawancara. Sebagai pelengkap, wawancara menggunakan *interview guide* atau pedoman wawancara. Penggunaan pedoman ini dimaksudkan agar wawancara yang dilakukan peneliti dapat terfokus dan menyeluruh sehingga tercapai tujuan penelitian.

Adapun tahap-tahap yang peneliti lewati selama proses wawancara adalah: Pertama, peneliti menghubungi informan untuk meminta kesediaan diwawancara secara tatap muka atau temu luring dan konferensi video melalui aplikasi *Google Meets* hingga disetujui. Kedua, peneliti menjadwalkan waktu wawancara dilakukan bersama para informan. Ketiga, peneliti melakukan konferensi video bersama masing-masing informan. Pada akhirnya peneliti akan memperoleh data primer yang cukup dari hasil wawancara sebagai bahan penelitian.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Sugiyono (2018, hal. 482) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan studi kepustakaan. menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Ketepatan dan keakuratan data yang terkumpul sangat diperlukan, namun tidak dapat pula dipungkiri bahwa sumber informasi yang berbeda akan memberikan informasi yang berbeda pula. Selain menganalisis data, peneliti juga perlu mendalami kepustakaan guna mengonfirmasikan teori.

Dalam penelitian ini untuk memperoleh data mengenai bagaimana strategi komunikasi museum arsip Merekam Kota II dalam meningkatkan kunjungan masyarakat kota Kupang, yaitu melakukan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan melakukan validitas data.

1. Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018, hal. 246) Langkah ini adalah mengonversi hasil wawancara suara menjadi sebuah teks (transkrip), melakukan *scanning* materi, mengetik data lapangan atau memilah-milah dan menyusun data tersebut kedalam jenis-jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.

2. Reduksi Data

Menurut Sugiyono (2018, hal. 247-249) reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting yang sesuai dengan topik penelitian, mencari tema dan polanya, pada akhirnya memberikan

gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Dalam mereduksi data akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai dan telah ditentukan sebelumnya. Reduksi data juga merupakan suatu proses berpikir kritis yang memerlukan kecerdasan dan kedalaman wawasan yang tinggi.

Dalam hal ini data-data perihal opini dan pandangan mengenai interaksi sosial, secara khusus berhubungan dengan bagaimana strategi komunikasi yang dibangun oleh panitia museum Merekam Kota II yang terkumpul setelah wawancara berlangsung. Peneliti mengelompokkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian ini, sehingga peneliti fokus pada tujuan penelitian dan mengategorikan sesuai dengan tipe data yang dimiliki.

3. Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan mengumpulkan berbagai jenis informasi, sehingga adanya kemungkinan dilakukan suatu penarikan kesimpulan, dan pengambilan tindakan. Tahap lanjutan mendeskripsikan hasil wawancara secara tekstual. Data yang diberikan informan pada awalnya berupa rekaman audio. rekaman tersebut akan ditransformasikan ke dalam bentuk teks naratif. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, dan tersusun sehingga akan semakin mudah dipahami (Sugiyono, 2018, hal. 249).

4. Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Menurut Sugiyono (2018, hal. 252-253) kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan

masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dengan demikian penelitian ini menjawab permasalahan yang ada.

5. Validitas Data

Pada tahap ini peneliti akan menggunakan triangulasi data untuk memperoleh kebenaran. Triangulasi diartikan sebagai pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada. bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi yang sekaligus menguji kredibilitas data. jadi, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Triangulasi sumber untuk mendapatkan dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama (Sugiyono 2018, hal. 212)

Peneliti akan menganalisis data dari objek penelitian dengan dua sudut pandang berbeda yaitu :

- a) Pertama, dari penafsiran atau interpretasi peneliti yang berisi penafsiran dari bentuk strategi komunikasi museum arsip Merekam Kota II dalam meningkatkan kunjungan masyarakat Kota Kupang. Peneliti berusaha untuk menafsirkan hasil penelitian berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan dari lapangan, etika mewawancarai informan yang sudah ditentukan.

- b) Kedua, dapat dilihat dari unggahan mengenai bagaimana strategi komunikasi itu terjadi. Sumber bisa didapat dari *website* Merekam Kota dan Sekolah Musa ataupun media sosial yang digunakan yaitu *Instagram @merekamkota* untuk memperoleh informasi seputar objek penelitian.

