

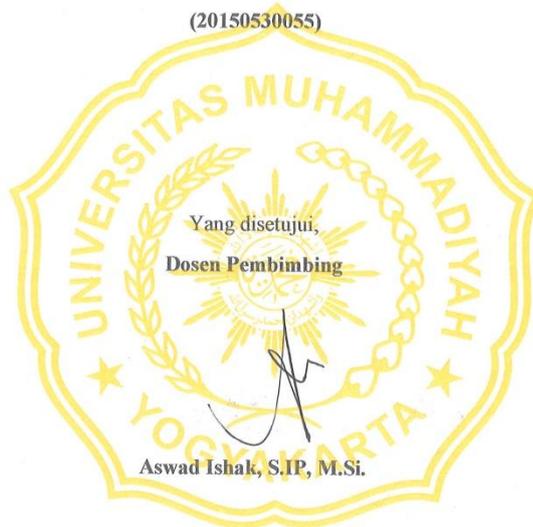
HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah Publikasi dengan Judul
**MANAJEMEN *EVENT* NAPAK TILAS 2018 UNTUK MENARIK MINAT KUNJUNGAN
WISATA MUSEUM SANDI**

Oleh:

Rizky Pradipta Wahyu Saputra

(20150530055)



MANAJEMEN *EVENT* NAPAK TILAS 2018 UNTUK MENARIK MINAT KUNJUNGAN WISATA MUSEUM SANDI

Rizky Pradipta Wahyu Saputra
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
rizky.pradipta.2015@fisipol.umy.ac.id

Abstrak

Napak Tilas merupakan event edukasi sejarah dan olahraga yang bertujuan untuk memperkenalkan salah satu obyek budaya dan pariwisata di Yogyakarta yaitu Museum Sandi. Tujuan dari penelitian ini yaitu mendeskripsikan manajemen yang dilakukan Museum Sandi untuk menarik minat kunjungan wisata museum dan mendeskripsikan penyelenggaraan Event Napak Tilas yang dilakukan Museum Sandi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data dilaksanakan dengan cara *indepth interview* dan dokumentasi berupa foto. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa event ini bertujuan untuk lebih mengenalkan museum Sandi ke masyarakat secara luas. Keunikan yang menonjol dari event ini adalah *longmarch* sejauh 23 km antar kabupaten sekaligus edukasi tentang persandian yang digunakan pada masa perang dan pada jaman modern. Selain itu event ini membentuk citra positif budaya dan sejarah serta menambah wawasan mengenai sejarah napak tilas persandian Event ini dapat meningkatkan minat kunjungan ke Museum Sandi. Manajemen event dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi yang sudah dilaksanakan oleh panitia. Tema event yang dipilih dengan tujuan Event Napak Tilas sudah sesuai.

Kata Kunci: Manajemen Event, Event Napak Tilas, Minat Kunjungan Museum

Abstract

Napak Tilas is a history and sports education event that aims to introduce one of the cultural and tourism objects in Yogyakarta, the Sandi Museum. The purpose of this research is to describe the management of the Sandi Museum to attract the interest of museum tour visits and describe the implementation of the Commemoration Day Event conducted by the Sandi Museum. The research method used in this study was descriptive qualitative, while the data collection techniques were carried out by *indepth interview* and photo documentation. Based on the results of the study it was found that this event aims to introduce the Sandi museum to the wider community. The uniqueness that stands out from this event is the *longmarch* as far as 23 km between districts as well as education about the coding used

during wartime and in modern times. In addition, this event forms a positive image of culture and history and adds insight into the history of the encoding of the event. This event can increase interest in visiting the Sandi Museum. Event management starts from the planning, implementation, and evaluation that has been carried out by the committee. The theme of the event chosen for the purpose of the Commemoration Event was appropriate.

Kirim masukan

Keywords: Event Management, Commemoration Event, Museum Visit Interests

1. Pendahuluan

Museum adalah sebuah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk umum, memperoleh, merawat, menghubungkan dan memamerkan artefak-artefak perihal jati diri manusia dan lingkungannya untuk tujuan studi, pendidikan dan rekreasi. Salah satu museum di Yogyakarta dan hanya ada dua di dunia yaitu Museum Sandi. Museum Sandi sangat menarik untuk dikunjungi karena ada beberapa bukti peninggalan zaman perjuangan Indonesia ketika melawan penjajah dengan menggunakan cara yang unik yaitu menggunakan kode dan sandi. Dengan cara itu diperlukan beberapa alat pendukung, dan semua alat tersebut terdapat di dalam Museum Sandi. Maka dari itu mengunjungi museum ini dapat menambah wawasan dalam bidang persandian umum hingga persandian badan intelejen negara lebih luas. Event unik yang dilakukan Museum Sandi setiap tahunnya yaitu Event Napak Tilas. Napak Tilas yang dilakukan pihak museum mempunyai tujuan untuk menarik minat wisatawan dan sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara yang berkunjung ke Museum Sandi. Penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti berjudul "Event Sebagai Salah Satu Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fashion Nasional (Event Tahunan Jakcloth)" yang di tulis oleh (Rahma, 2017) kesimpulan dari jurnal tersebut menunjukkan suatu event untuk menjadikan merek local agar di minati oleh masyarakat di selurus Indonesia, event ini hanya ada satu tempat untuk menjadikan titik kumpul agar pengunjung dapat menikmati event tersebut. Sementara itu, jurnal yang berjudul "Pelaksanaan Event Petang Megang di Kota Pekanbaru" yang di tulis oleh (Sonia, 2017) kesimpulan dari jurnal tersebut adalah event tersebut hanya di lakukan 1 tahun sekali dalam menyambut bulan ramadhan yang bertemakan budaya dan kesenian di seluruh kota Pekanbaru untuk pendorong atraksi wisata di kota Pekanbaru, perbedaan dari kedua penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada tema event diaman kedua event tersebut hanya datang di satu tempat dan berkumpul. Yang membedakan Event Napak Tilas dengan event lain yaitu terletak pada nilai sejarah persandian. Event Napak Tilas menggambarkan bagaimana dahulu para pahlawan sandi berpindah tempat karena keadaan darurat dan tidak aman. Jalur yang digunakan pada Event Napak Tilas sama seperti rute yang digunakan para

sandiman ketika berpindah tempat dari Kota Yogyakarta menuju Kulon Progo. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penyelenggaraan Event Napak Tilas yang dilakukan oleh Museum Sandi untuk menarik minat kunjungan wisata museum.

2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan manajemen yang dilakukan Museum Sandi untuk menarik minat kunjungan wisata museum dan mendeskripsikan penyelenggaraan Event Napak Tilas yang dilakukan Museum Sandi.

3. Kerangka Teori

3.1 Event sebagai Promosi Wisata

Dalam buku Manajemen Event Any Noor (2013), definisi event sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Karakteristik event menurut Any Noor (2013) meliputi keunikan, *Perishability*, *Intangibility*, suasana dan pelayanan, dan interaksi personal. Pada event ada beberapa fungsi menurut (George R. Terry, 2010:9) fungsi terbagi menjadi empat, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan event, dan pengawasan (evaluasi).

3.2 Promosi dan Bauran Promosi

Promosi dilakukan sebagai media untuk menganalkan suatu produk atau jasa yang telah ada sebelumnya. Dalam proses pelaksanaan perencanaan promosi melibatkan beberapa tahap, Promosi meliputi yaitu menentukan tujuan, segmentasi pasar, menyusun anggaran, memilih pesan, menentukan bauran promosi, mengukur efektivitas, mengenalkan dan memodifikasi promosi, dan memilih media mix. Unsur - Unsur bauran pemasaran terdiri dari semua variabel yang dapat ditentukan perusahaan untuk dapat memuaskan pelanggan sasaran. Menurut Kotler dan Keller (2012:512-514) di dalam bauran komunikasi pemasaran terdapat delapan perangkat komunikasi yang dikenal, antara lain periklanan, *Sales promotion* (Promosi Penjualan), *Events and Experiences* (Acara dan Pengalaman), *Public Relation & Publicity* (Hubungan Masyarakat dan Publisitas), *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung), Internet dan interaktif Marketing (Pemasaran interaktif dan Internet), *Word-of-Mouth Marketing* (Pemasaran dari Mulut ke Mulut), dan *Personal Selling* (Penjualan Personal).

4. Metode Penelitian

4.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2010:4) mengungkapkan bahwa definisi penelitian kualitatif adalah sebuah proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau dua puluh lima masalah manusia, berdasarkan pada penciptaan gambaran holistik lengkap yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar alamiah. Data yang disajikan di peroleh dari kegiatan nyata di lapangan dan adapun ungkapan dari narasumber terkait.

4.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Museum Sandi Yogyakarta, dimana penyelenggaraan acara tersebut ada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

4.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan diantaranya:

a. *Indepth interview* (Wawancara Mendalam)

indepth interview berbeda dengan metode wawancara lainnya. *Indepth interview* membutuhkan waktu yang lama bersama informan dilokasi penelitian, hal mana kondisi ini tidak pernah terjadi pada wawancara pada umumnya. Adapun beberapa metode dalam mewawancara mendalam sebagai berikut:

- 1) Peran pewawancara, melakukan wawancara mendalam pada aktivitas masyarakat dibutuhkan peran aktif dari pewawancara agar wawancara dapat dilaksanakan dan berjalan dengan baik.
- 2) Tujuan wawancara, pewawancara senantiasa terikat dengan tujuan-tujuan melakukan wawancara, termasuk juga terus mengembangkan tema-tema wawancara baru di lokasi wawancara.
- 3) Peran informan, peran informan dalam wawancara mendalam tetap menjadi sentral, walaupun kadang informan berganti-ganti. Tugas pewawancara untuk tetap menjaga agar peran informan selalu dapat berfungsi sebagai perannya dalam proses sosial yang sebenarnya.
- 4) Cara melakukan wawancara, ada dua cara yaitu penyamaran dan terbuka. Penyamaran adalah pewawancara menyamar sebagai anggota masyarakat pada umumnya. Wawancara terbuka dimana informan mengetahui kehadiran pewawancara sebagai peneliti yang bertugas melakukan wawancara di lokasi penelitian.
- 5) Catatan harian, catatan harian inilah yang akan menjadi bahan analisis data kemudian. Semakin banyak catatan harian maka semakin menghemat waktu, karena tidak

diperlukan wawancara ulang yang akan membuat informan menjadi bosan kepada peneliti (Bungin, 2007:111-113).

b. Dokumentasi

Kegiatan mengumpulkan data, baik dari dokumentasi, buku, data yang diambil berupa data otentik jumlah peserta event Napak Tilas, data mengenai konsep program beserta daftar kegiatan di dalamnya, penyelenggaraan Event Napak Tilas yang dilakukan oleh Museum Sandi.

Selain itu pencarian data juga dengan menggunakan penelusuran data-data dengan bahan visual. Bahan visual bermanfaat untuk mengungkapkan suatu keterkaitan antara objek penelitian dan peristiwa dimasa silam atau peristiwa saat ini. Bahan visual juga memiliki makna secara spesifik terhadap objek atau informan penelitian (Bungin, 2007:126). Visual digunakan karena untuk mengamati secara nyata dan langsung proses terjadi peristiwa Event Napak Tilas yang dilakukan oleh pihak Museum Sandi.

4.4 Teknik Analisis Data

Langkah-langkah analisis data menurut Gunawan sebagai berikut:

a. Reduksi

Kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dan mencari tema serta pola. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan memudahkan untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari apabila diperlukan.

b. *Display Data* (penyajian data)

Langkah kedua merupakan penyajian data sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data. Data penelitian dapat disajikan dalam bentuk uraian yang didukung dengan matriks jaringan kerja.

c. Pengambilan Simpulan

Langkah terakhir yang dilakukan adalah penarikan simpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian.

4.5 Uji Validitas Data

Teknik yang digunakan peneliti dalam memvalidasi data menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu

dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. hal itu dapat dicapai dengan jalan:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian, dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Dalam Penelitian ini, peneliti memilih membandingkan data hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan untuk menguji keabsahan data yang termasuk dalam teknik triangulasi sumber.

5. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Melakukan kegiatan event untuk mempromosikan Museum Sandi dijelaskan sebagai berikut:

5.1 Perencanaan Event

Perencanaan dan perancangan event ini meliputi dari tujuan event, memilih pesan untuk disampaikan kepada calon peserta, persiapan anggaran, teknis, dan Sumber Daya Manusia yang nantinya di libatkan sebagai panitia. Perencanaan event ini jauh hari dari 3 bulan sebelum hari pelaksanaan.

Perencanaan yang dilakukan oleh Museum Sandi dalam mempersiapkan segala hal mengenai Event Napak Tilas tersebut sudah dibilang tepat karena sudah melakukan selama tiga bulan untuk event yang berjalan satu hari tersebut. Mulai dari pemilihan tema, konsep, anggaran biaya, dan persiapan teknis sudah tertata rapi. Museum Sandi dalam melakukan perencanaan juga sudah memiliki tujuan untuk membuat event ini agar dapat diikuti oleh banyak peserta antara lain:

- a. Keunikan

Dalam konsep peneliti keunikan adalah suatu event yang tidak dimiliki oleh organisasi lainnya. Event ini sangat unik dikarenakan tidak dilakukan oleh organisasi lain. Keunikan dalam event tersebut adalah sebuah kegiatan olahraga malam yang didalamnya ada game edukasi yaitu memecahkan sandi. Tentu saja event ini tidak dilakukan oleh organisasi lain. Event Napak Tilas sebuah kegiatan olahraga yang dipadukan dengan

edukasi sejarah, longmarch sejauh 23 km dari kotabaru sampai titik finish di Dusun Dukuh, Kulon Progo.

Dipilih rute kota Yogyakarta-Kulon Progo beralasan karena pada jaman dahulu bapak pahlawan persandian Dr.Roebiono Kertopati dalam melakukan gerilya juga sama dengan jalur yang di lewati event Napk Tilas tersebut.

b. *Perishability*

Tatanan dalam menyelenggarakan event ini sederhana dan kurang ada acara tambahan untuk meramaikan event Napak Tilas sebagai pembukuan event sehingga kurang sesuai dengan konsep teori peneliti. Sehingga pemusatan perhatian pengunjung pada event sangat kurang.

c. *Pelayanan*

Pelayanan dari awal registrasi hingga acara selesai menurut peneliti cukup baik. Panitia yang ramah dan tanggap cepat maka peserta juga senang dan semangat dalam mengikuti event ini. Dampak dari pelayanan akan positif di peserta. Dengan adanya pelayanan yang baik dan ramah sehingga citra positif akan di peroleh Musem Sandi.

d. *Intangibility*

Pengalaman peserta event juga menambah. Dari yang belum mengenal sandi-sandi dapat mengetahui setelah menbgikuti event tersebut. Sehingga persepsi peserta terhadap event ini cukup baik. Dengan adanya penambahan pengalaman dan persepsi yang baik maka event tersebut dapat dilakukan pada tahun kedepannya.

e. *Interaksi personal*

Interaksi panitia terhadap peserta selalu dilakukan, bahkan peserta yang belum kenal pun akhirnya juga berinteraksi personal karena dalam event ini pembagian kelompok di pilih secara berundi. Maka satu kelompok harus menjaga kekompakan, kekompakan berawal dari interaksi pernal antara peserta. Interaksi personal yang baik anatara peserta dan panitia juga akan berdampak pada relasi yang akan berlanjut anatara panitia dan peserta event napak tilas.

Mulai dari penyusunan panitia yang di bagi dari berbagai divisi seperti yang ungkapkan pada wawancara peneliti kepada narasumber merupakan perencanaan yang paling penting dalam pembuatan event. Selain dari pihak internal panitia juga mempersiapkan tim kesehatan untuk keperluan dalam event ini karena mengingat perjalanan cukup jauh, panitia melibatkan dari Tim PMI Yogyakarta untuk ikut serta dalam menyelenggarakan Event Napak Tilas.

5.2 Pelaksanaan Event Napak Tilas

Setelah perencanaan Event Napak Tilas selesai dilaksanakan, tahap selanjutnya yaitu mengimplementasikan perencanaan.

Beberapa bulan sebelum event diselenggarakan, diadakan rapat secara berkala untuk melakukan pembahasan dan persiapan event di Aula Museum Sandi dengan dihadiri oleh perwakilan dari pihak lain yang tergabung dalam kerjasama yang terlibat dalam penyelenggaraan. Tujuan diadakannya rapat tersebut yaitu untuk membahas persiapan dan pelaksanaan event, selain itu juga untuk memberikan penjelasan terkait dengan pembagian kerja saat event berlangsung.

Dalam pelaksanaannya setiap event akan melibatkan banyak pihak untuk mensukseskan event tersebut, oleh sebab itu diperlukan koordinasi yang baik. Kepala Museum Sandi sebagai ketua pelaksana memiliki tanggung jawab terhadap pelaksanaan Event Napak Tilas dan bertugas untuk mengatur tim. Untuk dapat berkoordinasi dengan baik ada tiga hal yang perlu diperhatikan yaitu tanggung jawab, disiplin dan dukungan pimpinan. Dari ketiga hal tersebut, Event Napak Tilas sudah melakukannya. Penyelenggara membentuk struktur kepanitiaan untuk pembagian kerja. Koordinasi yang dilakukan tidak hanya dengan tim penyelenggara, namun juga dengan pihak-pihak yang ikut mendukung berlangsungnya Event Napak Tilas.

Dalam pelaksanaan Event Napak Tilas, Museum Sandi yang bertanggung jawab dan dapat mengelola resiko ketika event tersebut berlangsung dan tim penyelenggara yang terdiri dari berbagai bidang dengan perannya masing-masing dalam event tersebut. Menurut peneliti dari konsep dan data yang di peroleh sudah sesuai, dilihat dari peserta yang mendaftar sesuai dengan jumlah kehadiran keikutsertaan pada hari event Napak Tilas terlaksana. Selain jumlah pengunjung, pelaksanaan Event Napak Tilas di katakan sukses karena seluruh peserta mengikuti event tersebut juga berhasil ke titik finish dan mengikuti semua rangkaian acara yang dibuat oleh panitia.

Closing Ceremony Event Napak Tilas



Sumber: Dokumentasi Museum Sandi

Untuk dampak kedepan event Napak Tilas dapat di adakan lagi setelah banyak pengunjung yang berdatangan ke Museum Sandi

setelah event menanyakan event Napak Tilas. Akan tetapi pengemasan event kedepannya di persiapkan lebih detail lagi agar peserta, acara, dan citra positif yang di peroleh oleh pihak Museum dan peserta juga terpandang baik di masyarakat luas.

5.3 Evaluasi

Evaluasi yang dilakukan oleh pihak Panitia Event Napak Tilas yaitu lebih khusus di kendala teknis. Teknis dikatakan kurang karena dalam menyelenggarakan event ini dengan anggaran yang sudah disediakan oleh donator dari pusat. Teknis yang cukup kurang dari yang diharapkan yaitu seperti waktu pelaksanaan yang sedikit mundur dengan rundown acara, ketika pembukaan mundur sehingga semua kegiatan pun juga ikut memakan waktu yang lebih lama dari rundown yang sudah ditentukan.

Keberlangsungan rangkaian acara, kekurangan dari *feedback* dari peserta yang mengikuti event, kendala teknis, peningkatan kualitas program acara terkait konsep agar tidak monoton setiap tahunnya, pelaksanaan event yang diharapkan lebih luas. **(wawancara 27 Agustus 2019)**

Dari wawancara tersebut narasumber mengungkapkan bahwa semua yang dievaluasi terkait Event Napak Tilas berguna untuk kemajuan event selanjutnya maupun untuk kemajuan Museum Sandi agar reputasi agar tetap bagus di masyarakat luas. Evaluasi ini juga penting untuk pihak internal museum dikarenakan akan lebih profesional dalam mengelola event yang akan dilakukan Museum Sandi. Dari evaluasi yang dilakukan nantinya akan disusun laporan semua kegiatan yang berlangsung saat Event Napak Tilas untuk diberikan Badan Siber dan Sandi Negara dan dijadikan sebagai arsip bagi pihak tersebut sehingga dapat meningkatkan Event Napak Tilas yang akan datang. Evaluasi untuk mengetahui bagaimana kesuksesan penyelenggaraan event, selain itu juga untuk mengetahui faktor penghambat dan faktor pendukung dalam pelaksanaan Event Napak Tilas. Aspek manajemen event napak tilas yang sudah bagus adalah pengemasan konsep acara, yaitu sebuah kegiatan yang didalamnya meliputi olahraga dan edukasi tentang sejarah persandian. Diharapkan Museum Sandi dapat mengevaluasi setiap kegiatan yang dilaksanakan di Event Napak Tilas sehingga nantinya akan dapat diketahui secara detail hasil dari promosi dan berhasilnya event yang telah dilakukan.

5.4 Promosi dan Bauran Promosi

Promosi yang dilakukan untuk menyebarluaskan informasi terkait dengan Event Napak Tilas kepada calon peserta agar mereka dapat mengetahui dan tertarik untuk mengikuti Event Napak Tilas.

Agar kegiatan promosi yang dilakukan dapat berjalan sesuai dengan yang hendak dicapai oleh Museum Sandi, maka diperlukan beberapa langkah.

a. Tujuan Promosi

Tujuan dari event yang dilaksanakan merupakan memperingati hari ulang tahun Museum Sandi yang ke 72. Selain untuk memperingati HUT Museum Sandi sekaligus untuk mengenang perjuangan pahlawan melalui teknik perang bergerilya untuk merobohkan pertahanan lawan menggunakan kata sandi yang sudah disusun. Agar masyarakat tertarik dengan event tersebut maka panitia penyelenggara Event Napak Tilas membuat pesan untuk menarik calon peserta. Pak Sasmito selaku Administrasi kerjasama Museum Sandi menyatakan :

Tujuan utama terselenggarakan Event Napak Tilas tentu untuk menarik minat pengunjung Museum Sandi, dengan kemasan yang menarik yaitu dengan sebuah event. Karena kalau tidak dikemas secara menarik, pengunjung akan bosan dan kurang tertarik. Dalam event ini, peserta ada kegiatan dimana para peserta dapat menambah ilmu wawasan luas tentang Sandi Negara yang pernah dilakukan oleh pemerintah pada zaman sebelum merdeka hingga sekarang serta dengan *game-game* yang cukup seru didalam perjalanan Napak Tilas (**wawancara pada 27 agustus 2019**).

Dalam menyusun langkah-langkah promosi, tahap awal yang dilakukan oleh Museum Sandi yaitu menentukan tujuan promosi. Tujuan dilakukannya promosi Event Napak Tilas yaitu untuk memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat terkait dengan penyelenggaraan event, dengan adanya informasi tersebut diharapkan dapat mempengaruhi masyarakat dan calon wisatawan museum sehingga dapat membujuk untuk mengikuti Event Napak Tilas serta mengunjungi ke obyek wisata Museum Sandi.

Menentukan tujuan kegiatan promosi sangat penting untuk dilakukan mengingat penyelenggaraan Event Napak Tilas ini yaitu untuk menarik minat wisatawan untuk menjaga serta melestarikan alat alat yang digunakan pada zaman penjajahan, mengenal dan mengenang jasa pahlawan Dr Roebiono Kertopati sekaligus mengamalkan jasanya ke kehidupan sekarang.

b. Pemilihan Pesan

Event Napak Tilas mangusung tema “Mengenang Gerilya Dr. Roebiono Kertopati Dijaman Moderen”. Pesan yang hendak disampaikan oleh Museum Sandi melalui Event Napak Tilas yaitu sebuah ajakan kepada masyarakat dan para wisatawan untuk tetap merawat, tetap mengingat dan mengenang para jasa pahlawan kemerdekaan Indonesia, dimana ketika tidak ada pahlawan tersebut maka negara ini tidak akan seperti sekarang. Dengan memanfaatkan sebuah event, diharapkan peslestarian alat-alat peninggalan perang tetap terjaga.

c. Segmentasi Pasar

Target sasaran yang akan dituju dalam Event Napak Tilas ini ini yaitu masyarakat setempat dan masyarakat luar daerah. Tidak ada segmentasi berdasarkan geografis, demografis dan psikologis.

Untuk target sasaran peserta dalam penyelenggaraan event ini, kami belum menentukan secara spesifik dari jogja maupun luar daerah. Pokoknya sasaran atau target pasar kita itu masyarakat yang ingin mengikuti. Namun ada batasan jumlah peserta **(wawancara pada 27 Agustus 2019)**

Berbeda dengan konsep teori peneliti, setidaknya dalam hal ini pihak Museum Sandi dapat memaparkan target audiens secara spesifik seperti menetapkan segmentasi geografi, demografik, dan pskiografik. Dalam hal ini, menurut peneliti Museum Sandi dan tim penyelenggara Event Napak Tilas perlu melakukan spesifikasi terhadap target audiens yang hendak ditargetkan agar mudah menentukan target audiens mana yang hendak diprioritaskan, selain itu agar dapat melihat target audiens mana yang belum terjangkau secara maksimal. Maka dengan adanya segmentasi tersebut pengelompokan peserta lebih mudah dikemas untuk event selanjutnya.

d. Menyusun Anggaran

Dalam menyusun anggaran, Museum Sandi berkoordinasi dengan bendahara agar dapat menyesuaikan dana yang dimiliki. Anggaran yang dikeluarkan merupakan anggaran yang telah diberikan langsung dari pusat yaitu Badan Siber dan Sandi Negara Republik Indonesia. Karena Museum ini dinaungi oleh dinas tersebut. Seperti yang dikatakan Ibu Pangga .

Dalam anggaran biaya event ini *pure* dari BSSN sendiri dikarenakan Musuem Sandi merupakan Museum Negeri yang dinaungi langsung oleh Dinas tersebut, **(wawancara 27 Agustus 2019)**

Karena Museum ini merupakan museum negeri maka dari pihak museum pun tidak bekerja sama dengan sponsorship yang berifat komersial dikarenakan semua biaya dari operasional dan event-event yang pernah diselenggarakan hanya bersumber pada BSSN. Tidak melibatkan dari luar apabila mengenai keuangan.

e. Menentukan Bauran Promosi

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Museum Sandi hanya menggunakan beberapa macam bauran promosidiantaranya yaitu promosi penjualan, *word of mouth marketing*, hubungan masyarakat dan publisitas, serta internet dan interaktif marketing.

f. Mengendalikan dan memodifikasikan promosi

Event Napak tilas belum melakukan pengendalian dan memodifikasi promosi. Perubahan tersebut dapat terjadi pada promotional mix, media mix, berita, anggaran promosi, atau cara pengalokasian anggaran tersebut. Perusahaan harus memperhatikan kesalahan-kesalahan yang pernah dilakukan untuk menghindari kesalahan yang sama dimasa mendatang.

Dikarenakan ketika sudah di tetapkan pada awal musyawarah maka keputusan tidak dapat berubah. Dikarenakan perubahan akan berdampak kepada badan Siber dan Sandi Negara. Apabila tahap ini tidak dilakukan maka tingkat perubahan cara atau metode promosi tidak ada. Ketika tidak ada maka akan berpengaruh pada pencapaian target peserta yang hanya menggunakan sistem berpomosi yang sudah di tetapkan. Kurang mencakup ke semua wilayah secara luas.

g. Media Mix

Event ini tidak ada media mix dengan manapun. dikarenakan pertama kendala anggaran yang ada, kedua keterbatasan minimal SDM yang terlibat dalam event. Dampak yang akan terjadi jika tidak melibatkan media maka event tersebut kurang di kenal masyarakat umum. Terlihat event kurang meriah, karena tidak ada berita di media manapun. Lalu *feedback* masyarakat ke event tersebut kurang detail. Dampak selanjutnya ketika tidak bekerja sama dengan media akan berpengaruh di event kedepannya, karena masyarakat kurang mengetahui dari event sebelumnya.

Museum Sandi menggunakan beberapa macam bauran promosi untuk mempromosikan Event Napak Tilas. Berikut merupakan model komunikasi yang digunakan untuk melakukan kegiatan promosi, yaitu :

- a. Promosi penjualan Museum Sandi untuk menarik pengunjung
- Promosi penjualan yang dilakukan oleh Museum Sandi yaitu bekerjasama dengan pihak Badan Siber dan Sandi Negara lalu dengan FORKOMSANDA (Forum Komunikasi Sandi Daerah) DIY agar semua teknis dan perencanaan bisa di bantu dan ikut serta dalam event. Dalam proses kerjasama ini, tidak di perlukan biaya akomodasi untuk pihak FORKOMSANDA. dikarenakan event tersebut tidak ada tiket tanda masuk dan tidak dikenai biaya sedikitpun. Sehingga, apabila FORKOMSANDA bersedia untuk keikutsertaannya, Museum Sandi hanya menjamu pihak FORKOMSANDA. Menurut peneliti model komunikasi ini efektif, karena FORKOMSANDA memiliki relasi cukup luas dengan komunitas-komunitas di Yogyakarta, sehingga penyebaran informasi mengenai event ini mencakup cukup luas.

b. *Internet Marketing*

Beberapa media dalam internet marketing yang digunakan untuk mempromosikan Event Napak Tilas adalah melalui media sosial. Sosial media dipilih oleh Museum Sandi karena merupakan media promosi yang cukup efektif dan menjangkau cukup luas. Dikarenakan jaman sudah semakin maju dan canggih maka pemilihan ini sangatlah tepat. Sosial media yang digunakan merupakan instagram dan youtube, dengan mengunggulkan kedua sosial media tersebut maka diharapkan para calon peserta dapat mengetahui spesifikasi dan bagaimana cara untuk mendaftarkan diri agar dapat mengikuti event tersebut. Menggunakan media sosial instagram memudahkan panitia Event Napak Tilas dalam mempromosikan event tersebut, karena melalui instagram dapat menyampaikan informasi dalam satu kali posting.

c. *Interaktif Marketing*

Karena Museum Sandi di bawah naungan dari dinas dan termasuk dari museum negeri maka akun sosial media yang terlibat juga dari akun- akun terkait dengan dinas. Media sosial yang bekerjasama dengan Event Napak Tilas yaitu akun social media facebook Badan Siber dan Sandi Negara. Media sosial tersebut selalu memberikan informasi terbaru terkait dengan penyelenggaraan Event Napak Tilas. Karena akun facebook tersebut bergerak dalam bidang persandian Negara maka ikut serta dalam mempublikasikan Event Napak Tilas ke masyarakat luas.

Pemanfaatan media sosial sebagai media untuk melakukan kegiatan promosi sudah efisien dan efektif, dimana sebagian peserta kini banyak menggunakan media sosial untuk mencari ulasan. Dengan memanfaatkan media sosial untuk promosi

yang didominasi untuk memperlihatkan foto kegiatan akan mempermudah peserta untuk mencari ulasan dan lebih tertarik karena sudah melihat foto yang telah diunggah.

d. *Word of mouth marketing*

Langkah berikutnya yaitu *word of mouth marketing*, komunikasi ini merupakan kegiatan promosi yang dilakukan baik dari peserta yang sudah pernah mengikuti pada event yang menyerupai dengan Event Napak Tilas dan mempunyai pengalaman. Para peserta menceritakan pengalaman yang mereka rasakan pada event yang menyerupai tersebut. Model komunikasi ini dapat dilakukan secara lisan maupun tulisan, salah satu bentuk secara tulisan yaitu dengan ditulis dan ceritakan langsung kepada keluarga maupun teman juga dapat dijadikan sebagai cara untuk mengkomunikasikan informasi kepada target sasaran melalui *word of mouth marketing*.

e. Hubungan Masyarakat

Dengan adanya hubungan baik antara masyarakat, dinas, pihak berwajib dengan Museum Sandi menjadikan event ini akan berjalan dengan lancar. Sehingga akan mengurangi berbagai hambatan dalam teknis pengelolaan Event Napak Tilas. Selain lancar akan menjadikan event ini lebih dikenal di masyarakat luas khususnya yang terkena dampak event tersebut. Museum Sandi sudah melakukan kegiatan promosi melalui hubungan masyarakat dan publisitas dengan baik dan efektif. Museum Sandi terbukti dapat menjalin hubungan yang baik dengan pihak yang terlibat dalam event tersebut agar reputasi atau citra Museum selalu baik dimata masyarakat. Hal seperti ini diharapkan dapat tetap dilakukan untuk Event Napak Tilas di tahun berikutnya.

f. *Event Experience*

- 1) Mengingat bahwa kesadaran masyarakat akan adanya museum ini masih minim, oleh karena itu maka dengan adanya event yang di kemas secara bagus dengan mengadakan event bertema melestarikan dan mengenang para pahlawan kemerdekaan Indonesia melalui kode rahasia. Diharapkan para peserta lebih mengetahui dan menambah wawasan tentang sandi-sandi Negara pada jaman dahulu.
- 2) Event tersebut sebagai salah satu cara untuk memperkuat citra Museum Sandi agar dikenal lebih luas, sehingga jumlah kunjungan ke Museum Sandi meningkat.
- 3) Untuk meningkatkan pengalaman dan membangkitkan perasaan. Pertama, dengan adanya event Napak Tilas para peserta yang sebelumnya tidak mengetahui Museum

Sandi pada akhirnya mengetahui bahkan untuk menambah pengalaman dengan mengikuti event ini wawasan yang di dapat semakin luas. Kedua, dengan adanya event ini maka secara tidak langsung membangkitkan perasaan para peserta tentang perjuangan para pahlawan dan membangkitkan perasaan juga terhadap panitia karena peserta yang mengikuti cukup banyak maka untuk peluang akan dilaksanakan kembali pada tahun depan.

- 4) Kesadaran masyarakat terhadap Museum sandi masih sedikit dikarenakan jumlah pengunjung dibawah dari berbagai museum di Yogyakarta. Dengan adanya event Napak Tilas untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap Museum Sandi yang bertujuan agar semakin hari semakin meningkat jumlah pengunjungnya.
- 5) Selain para peserta, karyawan museum pun juga mendapat sebuah hiburan dikarenakan antusias dan serius dalam mengemas event Napak Tilas demi kelancaran dan kesuksesan event tersebut.

g. Personal Selling

Penjualan personal merupakan bentuk pemasaran langsung yang paling tua atau lama. Pihak museum juga menggunakan teknik promosi ini.

Kita juga terjun langsung ke sekolah-sekolahan untuk menyampaikan informasi tentang event tersebut agar para murid-murid ataupun guru dapat mengerti dan berminat untuk mengikuti event tersebut. Sehingga keterlibatan kita secara langsung akan membuat para calon peserta lebih paham (**wawancara Ibu Pangga 27 Agustus 2019**)

Langkah yang dilakukan oleh pihak Museum sudah cukup tepat dan sesuai dengan konsep teori dan efektif dikarenakan adanya kualifikasi, pra pendekatan dengan instansi dan akhirnya terjun langsung mendatangi berbagai sekolah-sekolah untuk memperkenalkan event tersebut dan mempersuasife untuk mengunjungi Museum Sandi. Dampak dari tahap tersebut selain untuk berpromosi maka relasi dengan instansi-instansi yang di tuju akan lebih baik sehingga citra positif Museum Sandi pun terwujud

h. Direct Marketing

Museum Sandi menggunakan surat pemberitahuan kepada sekolah dan dinas yang akan terlibat dalam Event Napak Tilas. Selain untuk pemberitahuan kepada pihak yang terkait yaitu untuk menjalin hubungan dengan pihak sekolah dan dinas agar kedepannya peserta yang sudah mengikuti dapat ikut serta kembali di event selanjutnya.

Kita juga memberikan surat langsung ke instansi-instansi yang bergerak dalam bidang persandian negara, agar dari instansi tersebut dapat mengajak untuk mewakili dari pihak instansi tersebut, selain itu juga memberikan surat ucapan terima kasih ke sekolah-sekolah agar pihak sekolah mengetahui bahwa muridnya ikut berpartisipasi Event Napak Tilas. **(wawancara Ibu Pangga 27 agustus 2019)**

Langkah seperti ini menurut peneliti cukup efektif dilakukan karena tidak memakan biaya yang cukup besar dan pesan yang disampaikan lebih jelas dan tanpa perantara. Timbal balik dan konfirmasi dari pihak yang dituju juga secara langsung. Selain untuk mempromosikan event juga bisa menjalin relasi dengan instansi tersebut untuk kemajuan Museum Sandi kedepannya.

6. Simpulan

Memperkenalkan sebuah museum melalui event merupakan salah satu cara yang digunakan untuk memperkenalkan obyek wisata ke masyarakat luas. Event Napak Tilas menjadi sebuah media memperkenalkan Museum Sandi Yogyakarta yang unik, dimana hal-hal tersebut dihadirkan dalam nuansa edukasi sejarah dan olah raga. Event dilaksanakan sekaligus memperingati Hari Ulang Tahun Museum Sandi yang ke 72. Event dilakukan dengan tujuan lebih mengenalkan museum Sandi ke masyarakat umum dan luas. yaitu memperkenalkan museum sandi ke masyarakat luas serta melibatkan masyarakat untuk melestarikannya dan pesan yang inginkan yaitu ikut menjaga dan melestarikan sejarah peninggalan para pahlawan. Pemasaran Event Napak Tilas dilakukan menggunakan media online instagram dan Youtube. *personal selling*, *Direct Message*, dan *word of mouth marketing* juga dilakukan untuk menginformasikan event napak tilas ke masyarakat luas.

Promosi pada event Napak Tilas juga cenderung kurang mencakup ke masyarakat luas dikarenakan media konvensional dan media partner dengan media cetak dan audio visual belum ada. Kemudian Dalam segmentasi geografik seharusnya menentukan calon peserta sebagai segmentasi pasar yang harus dicapai. . Disarankan menggunakan sponsorship untuk lebih mengenalkan event ini ke masyarakat yang cakupannya lebih luas. Lalu Pada tahap evaluasi, sebaiknya panitia Event Napak Tilas juga melakukan *pra-event evaluation* dan *the monitoring and control process* agar pada saat pelaksanaan event dapat memantau dan mengontrol proses berlangsungnya event tersebut.

Daftar Pustaka

- Ade Rahma. 2017. EVENT SEBAGAI SALAH SATU BENTUK STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK FASHION NASIONAL (EVENT TAHUNAN JAKCLOTH). Jurnal Vol. 1, No. 2, pp. 149-169. Dari Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Tangerang.
- Bungin. 2007. *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Creswell, John W. 2010. *Research Design Pendekatan Kualitatif da Mixed. Diterjemahkan oleh Achmad Fawaid*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kotler Philip, Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi. Kedua belas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler Phillip, Kevin Lance Keller. 2012. *Marketing Management 14th edition*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Sonia Amrizal. 2017. PELAKSANAAN EVENT PETANG MEGANG DI KOTA PEKANBARU. Jurnal Vol. 04, No 02. Dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.
- Terry, George & Leslie W. Rue. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen. Cetakan kesebelas*. Jakarta: PT Bumi Aksara.