

## **Analisis SWOT Program ‘Night at the Museum’ Museum Geologi Bandung**

SWOT Analysis of ‘Night at the Museum’ Program at Geological Museum of Bandung

<sup>1</sup>Zahra Riadhyna Putri, <sup>2</sup>Teguh Ratmanto

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung*

*Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

*email: <sup>1</sup>zahrariadhyna@gmail.com, <sup>2</sup>teguhratmanto@gmail.com*

**Abstract.** This theses is entitled “S.W.O.T Analysis of ‘Night at the Museum’ program at Geological Museum”, in accordance with the proposed topic of research, that museum functions as a public space with the capacity to draw public enthusiasm onto the museum. Some of the projects is the Geological Museum which has promoted the ‘Night at the Museum’ program. The ‘Night at the Museum’ is an monthly event hosted for the public, in which the Geological Museum is opened in the evening. During the grand opening, there were 2000 visitors present for the event. However, the figure has declined considerably within 6 months of its progress. As such, the issue has attracted researcher to construct a research topic of “S.W.O.T Analysis of ‘Night at the Museum program at the Geological Museum’”. The purpose of this research is to identify the strength, weakness, threat and opportunities of the ‘Night at the Museum’ program and strategies applicable to the Geological Museum in order to mitigate the weakness and threat arising of the program. Furthermore, this research applies a descriptive method intended to design and elaborate the researched phenomenon without conducting hypothesis. On the other hand, the data intended to support this research is derived from interview, observation and literature research. The main issue from the internal department in executing the program is the lack of human resources and financial source which inhibits the performance of the program. Additionally, the most visible part of external analysis was the sharp decline of public interest from between the grand opening and 2 months after the execution of the program. Such issue may be mitigated by responding to opportunities from stakeholder which is currently partnering with the management of Geological Museum. As a result, S.W.O.T analysis is expected to present strategies to minimize the weakness and strength by maximizing the strength and opportunities.

**Keywords:** S.W.O.T Analysis, ‘Night at the Museum’ Program, Geological Museum of Bandung

**Abstrak.** Skripsi ini berjudul “Analisis S.W.O.T Program ‘Night at the Museum’ di Museum Geologi”, sesuai dengan pokok permasalahan yang diangkat, yaitu museum yang memiliki fungsi sebagai ruang publik untuk masyarakat menjadikan beberapa museum yang ada di Indonesia membuat program-program yang dapat menarik antusiasme masyarakat untuk berkunjung ke Museum. Salah satunya adalah Museum Geologi yang membuat program ‘Night at the Museum’. Program ‘Night at the Museum’ ini merupakan *event* untuk masyarakat yang diadakan tiap bulannya dimana Museum Geologi dibuka pada malam hari. Pada awal pembukaan program ini, masyarakat yang hadir adalah 2000 orang, namun setelah 6 bulan berjalannya program ini masyarakat yang hadir mengalami penurunan. Hal inilah yang menarik minat peneliti untuk melihat “*Bagaimana Analisis S.W.O.T Program ‘Night at the Museum’ di Museum Geologi?*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang ada dari program ‘Night at the Museum’ serta strategi yang dapat diterapkan oleh Museum Geologi untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada dari program ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena yang diteliti tanpa melakukan hipotesis. Sedangkan data untuk menunjang penelitian ini diperoleh melalui wawancara, observasi dan kepustakaan. Kendala utama dari bagian internal dalam penyelenggaraan program tersebut adalah kuantitas sumber daya manusianya yang terbatas juga sumber daya finansialnya yang dirasa kurang sehingga program ini terkadang berjalan seadanya. Dari bagian eksternal yang paling menonjol adalah menurunnya minat masyarakat yang dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang sangat jauh berbeda dari saat pembukaan dan 2 bulan pertama pelaksanaan program. Kendala diatas dapat diminimalisir dengan memanfaatkan peluang dari *stakeholder* yang membangun kerjasama dengan pihak Museum Geologi. Namun diharapkan dengan analisis SWOT akan didapat berbagai strategi untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang.

**Kata Kunci:** Analisis S.W.O.T, Program ‘Night at the Museum’, Museum Geologi Bandung

## A. Pendahuluan

Museum Geologi merupakan salah satu garda depan informasi geologi di Indonesia, Museum Geologi mempunyai peranan penting dalam menyampaikan edukasi dan informasi geologi yang efektif kepada masyarakat. Museum yang berada di jalan Diponegoro no.57 ini mendapat sorotan media karena tingkat digitalisasinya yang dinilai sudah selangkah lebih maju dibandingkan dengan museum lain yang ada di Bandung.

Museum Geologi sendiri sebagai instansi pelayanan publik mempunyai motto “Kepuasan Pengunjung, Prioritas Kami”. Hal ini menunjukkan bagaimana Museum Geologi dituntut untuk *visitor oriented*, yaitu berorientasi pada pelayanan terbaik bagi pengunjung dengan mengembangkan dan memenuhi kebutuhan informasi pengunjung agar pengunjung merasa nyaman dan puas. Oleh karena itu, Museum Geologi membuat program baru sebagai bentuk dedikasi untuk masyarakat, yaitu Program ‘Night at the Museum’.

Pada awal pembukaan, program ini dikunjungi oleh lebih dari 2000 pengunjung. Namun, setelah lebih dari 6 bulan diselenggarakannya program ini, jumlah masyarakat yang hadir menurut data yang dimiliki oleh bagian Humas dan Pelayanan Publik Museum Geologi mengalami penurunan dan kini rata-rata pengunjung yang datang sekitar 150-300 orang. Dapat dilihat bahwa jumlahnya sangat jauh berbeda dibandingkan saat pembukaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “*Bagaimana Analisis S.W.O.T Program ‘Night at the Museum’ di Museum Geologi?*” Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui kekuatan program ‘Night at the Museum’ di Museum Geologi.
2. Untuk mengetahui kelemahan dari program ‘Night at the Museum’ di Museum Geologi.
3. Untuk mengetahui peluang yang ada dari program ‘Night at the Museum’ di Museum Geologi.
4. Untuk mengetahui ancaman yang ada dari program ‘Night at the Museum’ di Museum Geologi.

## B. Landasan Teori

Tahap terakhir yang dilakukan oleh seorang *Public Relations Officer* setelah melakukan suatu program adalah evaluasi sebagai bentuk nyata dari pengawasan. Seorang *Public Relations Officer* dapat mengetahui apakah program yang dijalankan sesuai tidaknya dengan perencanaan awal dan juga apakah sudah mencapai tujuan dapat dilihat melalui evaluasi. Dengan adanya evaluasi, kelemahan, kekurangan dan kelebihan dari suatu program dapat ditemukan.

Maka dari pada itu, diperlukan kerangka teoritis untuk dapat menguraikan kekurangan dan kelebihan dari suatu program yang dilaksanakan *Public Relations Officer*. Salah satu teknik analisis situasi yang sudah kita kenal adalah analisis S.W.O.T. Dimana didalamnya menguraikan tentang (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).

Analisis S.W.O.T adalah identifikasi sebagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses

pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencana strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis S.W.O.T (Rangkuti, 2015: 19-20)

Berdasarkan definisi di atas, analisis S.W.O.T dapat dikatakan sebagai analisis secara rinci dari kondisi internal dan eksternal dalam situasi masalah yang nantinya akan memberi organisasi/ perusahaan/ instansi informasi atau gambaran yang dibutuhkan untuk menilai kekuatan dan kelemahan organisasi/perusahaan/instansi juga untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman dalam lingkungan eksternal.

Menurut Cutlip, Center & Broom (2000:350-351), “analisis strategi mengenai permasalahan situasi atau posisi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman tertentu bersumber dari aspek-aspek internal dan eksternal organisasi yang menelaah informasi, fakta dan data yang dihimpun peneliti, yaitu dengan menggunakan analisis S.W.O.T.” Analisa ini terbagi atas empat komponen dasar, yaitu:

1. S = *Strengths*, adalah situasi atau kondisi berupa kekuatan dari organisasi atau program pada saat ini.
2. W = *Weakness*, adalah situasi atau kondisi berupa kelemahan dari organisasi atau program pada saat ini.
3. O = *Opportunities*, adalah situasi atau kondisi berupa peluang di luar organisasi dan berpeluang untuk berkembang lagi di masa depan.
4. T = *Threats*, adalah situasi atau kondisi berupa ancaman dari luar organisasi yang dapat mengancam eksistensi organisasi dimasa depan.

Dari konsep analisis S.W.O.T yang hanya terbagi menjadi 4 (empat) unsur S.W.O.T tersebut, melahirkan serangkaian strategi sebagai berikut:

1. Strategi SO yang dibangun dari kekuatan organisasi untuk mengambil keuntungan dari peluang dalam lingkungan eksternal.
2. Strategi ST juga dibangun dari kekuatan organisasi untuk menghadapi ancaman dalam lingkungan eksternal.
3. Strategi WO mencoba meminimalisasi kelemahan organisasi demi mengambil keuntungan dari peluang eksternal
4. Strategi WT mencoba meminimalisasi kelemahan organisasi maupun ancaman lingkungan. (Cutlip, Center dan Broom, 2000:274)

Penggabungan antara unsur kekuatan (S) dan peluang (O) dapat melahirkan strategi SO. Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran organisasi, dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki organisasi tersebut atau kekuatan dari program yang sedang dijalankan guna merebut, memanfaatkan dan mengambil celah dalam peluang. Strategi ST, yang terbentuk dari kekuatan (S) dan ancaman (T) merupakan strategi dalam memanfaatkan kekuatan yang dimiliki organisasi tersebut atau kekuatan dari program yang sedang dijalankan untuk mengatasi ancaman yang ada.

Dengan menggabungkan kelemahan (W) dan peluang (O) maka akan melahirkan strategi WO. Dengan memperhatikan dan menganalisis kelemahan dengan peluang yang ada. Strategi ini diterapkan dengan cara memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WT merupakan strategi terakhir. Strategi ini merupakan penggabungan antara kelemahan dan ancaman dan bersifat defensif juga berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Kekuatan (*strenghts*) yang dimiliki oleh program 'Night at the Museum' adalah kualitas sumber daya manusianya yang mampu bekerja maksimal dalam keadaan tertekan. Struktur organisasinya yang sederhana sehingga memudahkan pembagian tugas. Adanya dukungan pemerintah mengingat program ini membantu meningkatkan indeks kebahagiaan masyarakat kota Bandung. Selain itu, keunikan program yang merupakan inovasi dari bagian Humas dan Pelayanan Publik juga harga tiket masuk yang murah dan lokasi strategis berada ditengah kota Bandung membuat penyelenggaraan program 'Night at the Museum' menarik perhatian dan mudah dijangkau masyarakat.

Kelemahan (*weaknesses*) dari program 'Night at the Museum' adalah dari kuantitas sumber daya manusianya yang dinilai kurang. Hal ini dikarenakan yang menjadi kepanitiaan dari program ini hanya bagian Humas dan Pelayanan Publik Museum Geologi dan itupun tiap bulannya dibagi lagi menjadi dua kelompok. Museum Geologi yang merupakan instansi pemerintahan dilarang untuk mencari sponsor dalam bentuk sumber daya finansial kepada pihak apapun. Hal ini lah yang terkadang membuat kreativitas dari kepanitiaan untuk pengembangan program terhambat karena sumber daya finansial yang dirasa kurang. Waktu persiapan yang terbatas terkadang membuat kepanitiaan program ini terbagi pikirannya sehingga menyebabkan konsep acara yang serupa dari bulan ke bulannya. Waktu persiapan yang terbatas dikarenakan program yang diselenggarakan oleh Museum Geologi tidak hanya satu. Selain itu, pengoptimalan media promosi yang dilakukan oleh pihak Museum Geologi dinilai masih kurang. Pihak Museum Geologi hanya memanfaatkan media sosial personal tiap kepanitiannya saja.

Peluang (*opportunities*) dari program 'Night at the Museum' antara lain kerjasama dengan berbagai *stakeholder* yang memudahkan Museum Geologi saat pelaksanaan program ini. Kerjasama dengan *stakeholder* di berbagai bidang membuat Museum Geologi dapat meminimalisir sumber daya finansial yang digunakan untuk program ini. Tidak hanya itu, dengan adanya program ini Museum Geologi dapat memperluas jaringan dan relasi yang nanti kedepannya akan memudahkan pelaksanaan program lainnya. Program inipun dapat membantu sumber daya manusianya untuk mengeksplor lebih jauh kualitasnya. Membuat kerjasama dalam tim juga menjadi lebih terorganisir. Lalu, dapat membangun pola komunikasi yang lebih baik lagi sehingga ide-ide dapat lebih tersampaikan. Program 'Night at the Museum' juga dapat membantu perubahan paradigma museum di mata masyarakat. Museum yang pada awalnya dinilai lusuh dan kuno dapat berubah dengan dibantu program ini menjadi sarana edukasi yang menyenangkan.

Ancaman yang ada dalam program 'Night at the Museum' adalah menurunnya minat masyarakat. Tujuan diselenggrakannya program ini adalah untuk merangkul seluruh elemen masyarakat agar berkunjung dan memberi dukungannya kepada Museum Geologi. Namun, apa yang perlu dilakukan bila dengan menurunnya minat masyarakat terhadap program ini mempengaruhi dukungan masyarakat terhadap program 'Night at the Museum'. Selain itu, pelaksanaan program pada saat malam hari membuat pihak keamanan museum perlu melakukan pengamanan ekstra untuk bagian luar museum sehingga terkadang keamanan koleksi dan internal museum terbengkalai.

Museum Geologi dapat memanfaatkan peluang dan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki program 'Night at the Museum' berdasarkan strategi SO (*strenghts+opportunities*) yang dibangun dari kekuatan program 'Night at the Museum' untuk mengambil keuntungan dari peluang dalam lingkungan eksternal dengan cara terus meningkatkan kualitas sumber daya manusia, memaksimalkan peranan media

sebagai *stakeholder*, memaksimalkan sumber daya manusianya untuk membuka jalan kerjasama dengan berbagai *stakeholder*.

Adapun strategi ST yaitu Museum Geologi dapat memanfaatkan seluruh kekuatan meliputi kualitas sumber daya manusia dari kepanitiaan program ini akan membantu mengatasi ancaman yang ada dari lingkungan eksternal. Dengan meningkatkan pelayanan yang ada dan konsep acara yang berbeda akan mampu mengembalikan minat masyarakat terhadap program ini. Selain itu, dengan kemampuan bekerja sama yang baik dan bagaimana tingkat inisiatif yang tinggi dari kepanitiaan akan membantu pihak keamanan untuk menjaga koleksi yang ada di dalam Museum Geologi.

Memaksimalkan kerjasama dengan berbagai *stakeholder* yang merupakan strategi WO dapat membantu Museum Geologi mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada di program 'Night at the Museum'. Contohnya adalah dengan memaksimalkan kerjasama dengan berbagai media massa agar informasi dan materi publikasi dapat tersampaikan ke masyarakat luas. Lalu, dengan waktu yang terbatas pihak panitia dapat mengajak sahabat museum untuk ikut terlibat menjadi kepanitiaan program ini sebagai salah satu sarana lebih dekat dengan masyarakat.

Strategi terakhir yaitu strategi WT dibuat untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman yang ada di program 'Night at the Museum'. Menurunnya minat masyarakat pada saat terhadap jalannya program ini akan berpengaruh terhadap kesuksesan program. Tujuan utama diadakannya program ini adalah untuk merangkul elemen masyarakat belajar mengenai geologi dengan cara yang lebih menyenangkan. Dengan adanya strategi ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak Museum Geologi untuk mengembangkan program ini agar menjadi lebih baik.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Program 'Night at the Museum' memiliki kekuatan (*strenghts*) meliputi kualitas sumber daya manusia yang dapat dilihat dari kreatifitas panitianya yang dapat terus menggali ide-ide baru untuk program ini, struktur organisasinya yang sederhana sehingga mempermudah pembagian tugas saat program dilaksanakan, adanya dukungan pemerintah karena program ini dapat membantu meningkatkan indeks kebahagiaan masyarakat, keunikan program karena merupakan museum pertama yang membuat program seperti ini sebagai program rutin, lokasi yang strategis dan harga tiket masuk yang terjangkau sehingga dapat dijangkau oleh semua elemen masyarakat.
2. Kelemahan (*weaknesses*) dari program ini adalah kuantitas sumber daya manusia yang terkadang dirasa kurang karena banyaknya program yang diadakan oleh Museum Geologi, sumber daya finansial dan waktu persiapan yang terbatas lalu konsep acara yang serupa tiap bulannya karena sumber daya finansial yang terbatas dan terakhir media promosi yang masih kurang.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan peneliti peluang dari program 'Night at the Museum' meliputi kerjasama dengan berbagai *stakeholder*, menambah jaringan dan relasi dengan pihak eksternal yang dapat membuka kesempatan untuk membangun kerjasama dengan *stakeholder* baru, sebagai sarana mengeksplor sumber daya manusianya dan terakhir berubahnya paradigma museum menjadi sarana belajar yang lebih menyenangkan.
4. Selain kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) faktor yang tidak kalah penting dalam analisis situasi S.W.O.T adalah ancaman (*threats*). Dari hasil penelitian dalam program 'Night at the Museum' ini yang

menjadi ancaman adalah menurunnya minat masyarakat karena konsep acara yang serupa tiap bulannya dan keamanan koleksi yang harus lebih diperhatikan karena kurangnya penjagaan untuk bagian dalam Museum.

## E. Saran

### Saran Teoritis

1. Untuk selanjutnya, sebaiknya dilakukan analisis terhadap program yang akan dilakukan oleh perusahaan. Analisis tersebut dapat direncanakan dalam suatu kerangka analisis situasi dengan cara penggabungan kerangka dan prediksi dampak yang akan terjadi baik dalam ruang lingkup internal atau eksternal. Dengan menggunakan analisis S.W.O.T perusahaan dapat mengetahui apa kelemahan dan ancaman yang ada dari program yang akan dilaksanakan sehingga kedepannya perusahaan dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada
2. Baiknya setelah dilakukan analisis S.W.O.T untuk program yang dibuat Humas, pihak kepanitiaan membuat dan melaksanakan strategi gabungan dari komponen yang ada pada analisis S.W.O.T. Dengan dibuatnya strategi sesuai kerangka analisis gabungan dan keadaan lapang, Humas dan kepanitiaan program dapat mengatasi kekurangan dan ancaman dengan memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada.

### Saran Praktis

1. Kuantitas sumber daya manusia yang kurang dapat diatasi dengan mengajak Sahabat Museum untuk bekerjasama merancang program ini. Dengan mengajak Sahabat Museum, maka pihak Museum Geologi dapat memaksimalkan bagian yang dirasa kurang, seperti promosi program dan konseptor untuk inovasi terbaru konsep acara. Selain itu dengan adanya Sahabat Museum yang ikut berpartisipasi, akan membantu pihak Museum Geologi mengatasi keterbatasan waktu untuk persiapan program 'Night at the Museum'.
2. Sumber daya finansial yang kurang dapat diatasi dengan membangun kerjasama dengan berbagai pihak sesuai kebutuhan program ini. Setidaknya, dana dapat diminimalisir agar tidak terlalu besar dan dana yang sudah diminimalisir dapat dialokasikan untuk kebutuhan yang lain.
3. Pihak kepanitiaan lebih *aware* atau memperhatikan apa yang sedang digandrungi oleh masyarakat sehingga minat masyarakat terhadap acara ini akan tetap tinggi namun dengan tidak melupakan bagaimana budaya dan kultur dari Museum Geologi. Pihak panitia dapat membuat konsep edukasi menyenangkan dengan membuat *games* yang berhubungan dengan tema, konsep program dan Museum Geologi untuk pengunjung yang datang.
4. Kepanitiaan program inipun harus lebih memperhatikan mengenai promosi yang dilakukan, agar informasi dapat tersebar secara merata sehingga masyarakat tahu akan adanya program 'Night at the Museum'. Materi dan konten publikasi dibuat semenarik mungkin agar dapat menarik perhatian masyarakat. Pihak panitia jangan mengandalkan media sosial saja sebagai sarana penyebaran informasi, memasang poster di berbagai tempat seperti kampus, taman-taman di Bandung dan tempat lainnya juga dapat menjadi sarana penyebaran informasi yang bagus.

## Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2014. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Cetakan Ketiga. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cutlip, Center dan Broom. 2005. *Effective Public Relations*. Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia.
- Iriantara, Yosol. 2003. *Manajemen Strategis Public Relations*. Bandung: PT Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Cetakan Keduapuluh satu. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. 1998 . *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Soemirat dan Ardianto. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Yulianita, Neni. 2012. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbit Unisba.