

Hubungan Antara Event Night at The Museum dengan Sikap Pengunjung Museum Geologi Bandung

The Relation Between The Event Of Night At The Museum “From Museum Geology With Love” February Edition And Geology Museum Bandung Visitors Attitudes In 2016

¹Yuliana, ²M. Rochim

^{1,2}*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*
email: ¹yulianalegiman@gmail.com, ²mrochim5571@gmail.com

Abstract Event is defined as an activity held to celebrate important things in human life either as individual or related group and has its certain aims. In an event has some characteristics such as uniqueness, intangibility, perishability, personal interaction, and atmosphere and service. One of the examples is the event of Night at The Museum “From Museum Geology With Love” February edition which was held by Geology Museum Bandung. The aim of this event was as promotion media to change society mindset about museum. The writer want to do this study because from Geology Museum Bandung’s staff never do theis study before, which about event night at the museum, in this event has held On September in 2015moreever connected to the visitors attitudes who attends the event. The attitudes have aspect in own human, the aspects of cognitive, affective, and conative. Besides that, February edition of event was very interesting to be studied because in this edition was lifted about love theme which connected with the february phenomenon was valentine day, it started from the theme, decoration,ng of the packaging of event, and the service with love. Based on visitor’s data which attended to event night at the museum on September in 2015, it happened instability at increasing of visitors. So, the result of this study can become a yardstick for the committee to know what the shortage and excess at the event, for the number of visitors who attend the next edition event can increasing and stable. And it give positive impact for the visitors. The method used in this study is quantitative research method with correlation approach, - which this method is used to find out the correlation between variables and the correlation of factors in a variable to factors in another variable. Based on the study result, it was found that there is positive correlation between the event of Night at The Museum “From Museum Geology With Love” February edition and visitors attitudes Geology Museum Bandung in 2016. With a correlation coefficient as much as 0,719, so it included on the category of correlation was high and strong.

Keywords: event, attitude, visitor, museum.

Abstrak. *Event* didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat dan memiliki tujuan tertentu. Dalam sebuah *event* memiliki beberapa karakteristik seperti keunikan, *intangibility*, *perishability*, interaksi personal, serta suasana dan pelayanan. *Event* yang memiliki ciri tersebut ialah *event Night at The Museum “From Museum Geology With Love”* Edisi Februari yang diselenggarakan oleh Museum Geologi Bandung. Tujuan diadakan *event* ini sebagai media promosi untuk mengubah *mindset* masyarakat. Penulis ingin melakukan penelitian ini karena dari pihak Museum Geologi Bandung belum pernah melakukan penelitian sebelumnya mengenai *event night at the museum*, dimana *event* ini telah diselenggarakan secara rutin pada bulan September tahun 2015, apalagi dihubungkan dengan sikap pada pengunjung yang menghadiri *event* tersebut. Sikap tersebut meliputi semua aspek yang ada didalam diri manusia, baik secara aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif. Selain itu, *event* pada Edisi Februari sangat menarik untuk diteliti karena pada edisi tersebut mengangkat tema tentang kasih sayang yang berhubungan dengan fenomena dibulan Februari yaitu “*Valentine Day*” dari mulai tema, dekorasi, kemasan acara bahkan pelayanan pun sangat kental dengan sentuhan kasih sayang. Berdasarkan data pengunjung juga yang menghadiri *event Night at The Museum* pada bulan September tahun 2015, terjadi ketidakstabilan pada peningkatan jumlah pengunjung. Maka dengan demikian, hasil dari penelitian ini dapat menjadi tolak ukur bagi tim panitia untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dari *event* ini agar jumlah pengunjung yang menghadiri *event Night at The Museum* Edisi selanjutnya semakin meningkat dan stabil, serta memberikan dampak positif kepada pengunjung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian korelasional dimana metode yang meneliti hubungan antara variabel - variabel dan bertujuan untuk meneliti sejauh mana variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor yang lain. Berdasarkan

hasil penelitian diketahui bahwa Terdapat hubungan yang positif antara *event Night at The Museum "From Museum Geology With Love"* Edisi Februari dengan sikap pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016. Dengan koefisien korelasi sebesar 0,719 maka termasuk dalam kategori hubungan yang tinggi atau kuat.

Kata kunci: *Event, Sikap, Pengunjung, Museum.*

A. Pendahuluan

Event didefinisikan 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 melihatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Menurut Noor (2009:13) *event* memiliki beberapa karakteristik karena setiap penyelenggaraan *event* harus memiliki ciri tersendiri. Bagaimanapun karakteristik *event* hampir sama dengan pelayanan yang diberikan oleh industri pelayanan lainnya. Karakteristik tersebut diantaranya adalah keunikan, *perishability*, *intangibility*, suasana dan pelayanan serta interaksi sosial. *Event* yang sering dilakukan oleh suatu lembaga bahkan perusahaan memiliki tujuan yang akan dicapai sesuai dengan keinginannya. *Event* pun harus memberikan dampak yang kuat bagi setiap individu yang mneghadirinya, agar terdapat hubungan antara *event* yang diselenggarakan dengan dampak yang diterima oleh masyarakat.

Museum Geologi Bandung merupakan museum terbesar di Indonesia yang memiliki ribuan koleksi dengan terdapat empat ruang peragaan yang berbeda-beda. Saat ini Museum Geologi Bandung memiliki tradisi baru yaitu diselenggarakannya *event Night at The Museum* sebagai media promosi agar dapat mengubah *mindset* masyarakat tentang museum. Pada bulan Februari, Museum Geologi menyelenggarakan *event Night at The Museum* dengan tema "*from Museum Geology With Love*" dimana pada *event* tersebut bertajuk tentang kasih sayang, baik dalam bentuk tema, dekorasi, suasana dan pelayanan yang didapatkan, serta dilaksanakan pada tanggal 13 Februari 2016 di Museum Geologi Bandung. Dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara teoritis, memberikan saran sebagai salah satu sumbangan pemikiran bagi perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya mengenai manajemen *event* dan sikap. Secara praktis, dapat memberikan saran kepada tim panitia sebagai tolak ukur untuk menyelenggaraan *event Night at The Museum* Edisi selanjutnya dan meningkatkan jumlah pengunjung setiap bulannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: "Apakah terdapat hubungan antara *event Night at The Museum "From Museum Geology With Love"* Edisi Februari dengan sikap pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016 ?".

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui hubungan antara event Night at The Museum "From Museum Geology With Love" dengan sikap pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.
2. Untuk mengetahui hubungan antara keunikan dari event Night at The Museum "From Museum Geology With Love" dengan aspek kognitif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.
3. Untuk mengetahui hubungan antara keunikan dari event Night at The Museum "From Museum Geology With Love" dengan aspek afektif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.
4. Untuk mengetahui hubungan antara keunikan dari event Night at The Museum "From Museum Geology With Love" dengan aspek konatif pada pengunjung

Museum Geologi Bandung tahun 2016.

5. Untuk mengetahui hubungan antara intangibility dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” dengan aspek kognitif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.
6. Untuk mengetahui hubungan antara intangibility dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” dengan aspek afektif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.
7. Untuk mengetahui hubungan antara intangibility dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” dengan aspek konatif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.
8. Untuk mengetahui hubungan antara suasana dan pelayanan dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” dengan aspek kognitif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.
9. Untuk mengetahui hubungan antara suasana dan pelayanan dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” dengan aspek afektif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.
10. Untuk mengetahui hubungan antara suasana dan pelayanan dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” dengan aspek konatif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.

B. Landasan Teori

Kajian ini menggunakan teori stimulus-respon karena sebuah penyelenggaraan *event* akan memberikan dampak bagi khalayak yang mneghadirinya, termasuk perubahan sikap yang timbul akibat sebuah rangsangan atau stimulus. Maka teori yang dapat digunakan yaitu teori S-R atau stimulus dan respon di mana teori ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behaviorik. Teori tersebut menggambarkan stimuler – respon.(Mulyana, 2011:143) Teori ini semua berasal dari psikologi. Objek material dari psikologi dan komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme.

Event sendiri memiliki karakteristik di mana karakteristik dapat menggambarkan ciri dari sebuah *event* itu sendiri di mana karakteristik *event* menurut (Noor, 2013:14) dibagi menjadi 5 yaitu :

1. Keunikan
2. *Perishability*
3. *Intangibility*
4. Suasana dan pelayanan
5. Interaksi personal

Sikap sebagai suatu kesadaran individu yang menentukan perbuatan – perbuatan yang nyata ataupun mungkin akan terjadi di dalam kegiatan – kegiatan sosial (Ahmadi, 2009: 150). Dalam sikap terdapat tiga aspek, yaitu : aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif. Konsistensi antara kepercayaan sebagai komponen kognitif, perasaan sebagai komponen afektif, dengan tendensi perilaku sebagai komponen konatif seperti itulah yang menjadi landasan dalam usaha penyimpulan sikap yang dicerminkan oleh jawaban terhadap skala sikap (Azwar, 2007: 27).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hubungan Antara *Event Night at The Museum "From Museum Geology With Love"* (X) dengan Sikap Pengunjung Museum Geologi Bandung (Y)

Berikut adalah hasil penelitian antara *Event Night at The Museum "From Museum Geology With Love"* dengan sikap pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016 dengan menggunakan teknik analisis Rank Spearman. Dari hasil penghitungan koefisien korelasi diperoleh r_s hitung sebesar 0,719 menunjukkan terdapat hubungan/korelasi yang kuat antara *event Night at The Museum "From Museum Geology With Love"* Edisi Februari dengan sikap pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016. Dan dari hasil perhitungan dengan menggunakan *software SPSS*, di dapat nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dari pada $\alpha=0.05$. Sehingga H_0 ditolak yang artinya ada hubungan antara *event Night at The Museum "From Museum Geology With Love"* Edisi Februari dengan sikap pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.

Dari hasil di atas dapat diartikan bahwa sebuah *event* harus memiliki beberapa karakteristik karena setiap penyelenggaraan *event* harus memiliki ciri tersendiri. Bagaimanapun karakteristik *event* hampir sama dengan pelayanan yang diberikan oleh industri pelayanan lainnya. Karakteristik tersebut diantaranya adalah keunikan, *perishability*, *intangibility*, suasana, pelayanan dan interaksi sosial (Noor, 2009:13). Dengan begitu dapat memberikan dampak kepada pengunjung yang hadir, dampaknya berupa sikap dalam aspek kognitif, aspek afektif dan aspek konatif. Konsistensi antara kepercayaan sebagai komponen kognitif, perasaan sebagai komponen afektif, dengan tendensi perilaku sebagai komponen konatif seperti itulah yang menjadi landasan dalam usaha penyimpulan sikap yang dicerminkan oleh jawaban terhadap skala sikap (Azwar, 2007: 27).

D. Kesimpulan

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

1. Dari hasil penelitian yang telah dikaji oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara event Night at The Museum "From Museum Geology With Love" Edisi Februari dengan sikap pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016. Variable X yaitu event Night at The Museum "From Museum Geology With Love" Edisi Februari yang memiliki hasil signifikan dengan variable Y sikap pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.
2. Dari hasil penelitian yang telah dikaji oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara antara keunikan dari event Night at The Museum "From Museum Geology With Love" Edisi Februari dengan aspek kognitif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016. Variable pesan memiliki hasil signifikan dan hubungannya rendah tetapi pasti dengan brand awareness Honda di kalangan remaja di Kota Bandung.
3. Dari hasil penelitian yang telah dikaji oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara antara keunikan dari event Night at The Museum "From Museum Geology With Love" Edisi Februari dengan aspek afektif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016. Variabel keunikan dari event Night at The Museum "From Museum Geology With Love" Edisi Februari signifikan dan hubungannya cukup berarti dengan aspek afektif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.
4. Dari hasil penelitian yang telah dikaji oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara keunikan dari event Night at The Museum

- “From Museum Geology With Love” Edisi Februari dengan aspek konatif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016. Variabel keunikan dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” Edisi Februari memiliki hasil signifikan dan memiliki hubungan rendah tetapi pasti dengan aspek konatif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.
5. Dari hasil penelitian yang telah dikaji oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara intangibility dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” Edisi Februari dengan aspek kognitif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016. Variabel intangibility dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” Edisi Februari memiliki hasil signifikan dan memiliki hubungan cukup berarti dengan aspek kognitif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.
 6. Dari hasil penelitian yang telah dikaji oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara intangibility dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” Edisi Februari dengan aspek afektif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016. Variabel intangibility dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” Edisi Februari memiliki hasil signifikan dan memiliki hubungan cukup berarti dengan aspek afektif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.
 7. Dari hasil penelitian yang telah dikaji oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara intangibility dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” Edisi Februari dengan aspek konatif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016. Variabel intangibility dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” Edisi Februari memiliki hasil signifikan dan memiliki hubungan cukup berarti dengan aspek konatif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.
 8. Dari hasil penelitian yang telah dikaji oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara suasana dan pelayanan dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” Edisi Februari dengan aspek kognitif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016. Variabel suasana dan pelayanan dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” Edisi Februari memiliki hasil signifikan dan memiliki hubungan cukup berarti dengan aspek kognitif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.
 9. Dari hasil penelitian yang telah dikaji oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara suasana dan pelayanan dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” Edisi Februari dengan aspek kognitif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016. Variabel suasana dan pelayanan dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” Edisi Februari memiliki hasil signifikan dan memiliki hubungan cukup berarti dengan aspek afektif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016.
 10. Dari hasil penelitian yang telah dikaji oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara suasana dan pelayanan dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” Edisi Februari dengan aspek konatif pada pengunjung Museum Geologi Bandung tahun 2016. Variabel suasana dan pelayanan dari event Night at The Museum “From Museum Geology With Love” Edisi Februari memiliki hasil signifikan dan memiliki hubungan cukup berarti dengan aspek konatif pada pengunjung Museum

Geologi Bandung tahun 2016.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Untuk penulisan selanjutnya diharapkan ada penulisan serupa mengenai faktor – faktor lain tentang event Night at The Museum selain sikap pengunjung Museum Geologi Bandung sehingga sebagai tolak ukur bagi Museum Geologi Bandung.
2. Untuk penulisan selanjutnya diharapkan melakukan penulisan dengan pendekatan kualitatif, penulisan yang dilakukan secara mendalam oleh penulis terhadap objek yang diteliti agar mendapatkan hasil penulisan yang maksimal.

Saran Praktis

1. Dalam *event Night at The Museum* Edisi selanjutnya untuk karakteristik *event* berupa keunikan, *intangibility* serta suasana dan pelayanan agar lebih ditingkatkan lagi sehingga menghasilkan karakteristik yang baik untuk memberikan dampak positif bagi pengunjung Museum Geologi Bandung.
2. Untuk penyelenggaraan *event Night at The Museum* Edisi selanjutnya, bisa memperluas lagi informasi agar masyarakat luar tahu akan adanya kunjungan malam di Museum Geologi Bandung tersebut.
3. Untuk meningkatkan keunikan dari *event Night at The Museum* Edisi selanjutnya, tema yang digunakan tidak hanya didapatkan dari ide kepala Museum Geologi Bandung, tetapi bisa melalui tim panitia penyelenggara *event* ataupun dari pengunjung.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Abu. 2009. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2007. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu komunikasi satu pengantar*. Bandung: Prenada Media Group.
- Noor, Any. 2009. *Manajemen Event*. Bandung : Alfabeta CV.
- _____. 2013. *Manajemen Event*. Bandung : Alfabeta CV.
- Rakhmat, Jalaludin. 2012. *Metode Penulisan Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Umar, Humar. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta : Penerbit Ghalia Indonesia.