Jurnal Abdimas Komunikasi dan Bahasa
Vol. 2 No. 1 Juni 2022 Hal. 11-21 ISSN: 2776-4737

Pelatihan Pembuatan Poster Edukasi Dan Koleksi MuseumBagi Anggota Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI)

Yusmawati[1], Nina Kusumawati[2], Sultan Himawan[3], Sri Wulandari[4]

[1,2,3,4]Universitas Bina Sarana Infromatika
Jl. Kramat Raya No.98, RT.2/RW.9, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

e-mail : [1]yusmawati.ymw@bsi.ac.id, [2]nina.nki@bsi.ac.id, [3]sultan.stw@bsi.ac.id, [4]wulan1904@gmail.com

Abstrak

Museum merupakan salah satu tujuan wisata khususnya wisata edukasi dan budaya bagi masyarakat. Semua sumber daya di museum termasuk pemandu museum memiliki peran penting. Pemandu museum selain bertugas menjadi pembimbung, penerang dan memberikan pelayanan bagi pengujung, saat ini pemandu museum juga harus memiliki kemampuan lainnya dalam hal mengkomunikasikan materi ataupun segala hal-hal yang di museum termasuk diantaranya mengkomunikasikan dalam bentuk poster yang bisa dipublikasikan. Dua tahun sudah dunia dilanda pandemi COVID-19, tak terkecuali Indonesia. Pandemi ini sangat berdampak luas merambah semua sektor kehidupan masyarakat, antara lain pendidikan dan pariwisata. Di tahun 2022 ini, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mulai mencanangkan program untuk membangkitkan kembali industri pariwisata yang terpuruk. Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI) sebagai wadah pemersatu dan komunikasi antar pemandu museum di Indonesia menyambut baik hal tersebut. Salah satunya dengan bersinergi dengan Universitas Bina Sarana Informatika dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Dalam kegiatan ini, para dosen yang tergabung dalam kelompok pengabdian masyarakat membantu mitra untuk memberikan pelatihan mengenai pembuatan poster edukasi dan koleksi museum bagi pemandu museum. Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilakukan secara daring, melalui aplikasi *zoom meeting*, dikarenakan situasi pandemi saat ini dalam status PPKM Level 3, sehingga pengumpulan massa dalam jumlah besar tidak memungkinkan. Bentuk luaran kegiatan ini antara lain *press release* dan hasil kuesioner baik dari mitra maupun peserta.

Kata kunci : poster, museum, pelatihan

Abstract

Museums are one of the tourist destinations, especially educational and cultural tourism for the community. All resources in the museum including museum guides have an important role. In addition to being a guide, museum guide, and providing services for visitors, museum guides must also have other skills in communicating material or all things in the museum, including communicating in the form of posters that can be published. For two years, the world has been hit by the COVID-19 pandemic, and Indonesia is no exception. This pandemic has had a wide impact on all sectors of people's lives, including education and tourism. In 2022, the Ministry of Tourism and Creative Economy begins to launch a program to revive the slumped tourism industry. The Indonesian Museum Guides Association (IPMI) as a unifying forum and communication between museum guides in Indonesia welcomed this. One of them is by

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
Publikasi oleh LPPM Universitas Bina Sarana Informatika

synergizing with Bina Sarana Informatika University in community service activities. In this activity, the lecturers who are members of the community service group help partners to provide training on making educational posters and museum collections for museum guides. This method of implementing Community Service activities is carried out online, through the zoom meeting application, due to the current pandemic situation in PPKM Level 3 status, so mass gathering in large numbers is not possible. The outputs of this activity include press releases and questionnaire results from both partners and participants.

Keywords : poster, museum, training

Pendahuluan

Pandemi COVID-19 yang disebabkan oleh virus corona terjadi di seluruh negara di dunia termasuk Indonesia selama dua tahun sangat terasa dampaknya. Pandemi yang terjadi sangat berdampak luas merambah semua sektor kehidupan masyarakat, antara lain bidang ekonomi, sosial, pendidikan dan pariwisata. Parisiwisata merupakan salah sektor yang keberadaannya semakin berkembang dan diminati oleh masyarakat baik dari dalam maupun luar negeri. Pariwisata adalah kegiatan yang dimaksudkan untuk melakukan jasa wisata, suatu usaha yang dilakukan untuk menjadikan objek wisata dan segala sesuatu yang berkaitan dengan wisata menjadi sebuah hal yang menarik (Utama, 2014). Menurut A.J Burkat pariwisata merupakan kegiatan berpindahnya individu untuk jangka waktu yang tidak terlalu lama ke suatu daerah atau tempat di luar tempat tinggalnya dimana individu tetap bisa berkegiatan dan bekerja di daerah yang didatangi (Damanik & F.Weber, 2006). Berwisata telah menajadi bagian dari kehidupan masyarakat diaman kegiatan wisata memberikan manfaat baik bagi individu yang melakukannya seperti mendapatkan beragam pengalaman, menambah ilmu pengetahuan, untuk kesehatan jasmani. Kegaiatan wisata juga memberi manfaat bagi lokasi atau daerah tujuan wisata serta negara yakni menambah pendapatan.

Kegiatan pariwisata memiliki lokasi, kegiatan yang beragam dan jenis yang beragam. Salah stau jenis pariwisata adalah *educational tourism* yakni sebuah perjalanan wisata yang para pelaku wisata atau pengujungya mendapatkan ilmu pengetahuan dari kegiatan wisata yang dilakukan (Suwena & Widyatmaja, 2017) Salah satu lokasi yang menjadi tujuan masyarakat berwisata adalah museum. Menurut Peraturan Pemerintah No.66 Tahun 2015 tentang museum, museum adalah sebuah badan yang berfungsi untuk menjaga, mengembangkan, memanfaatkan koleksi dan bertugas untuk menginformasikan segala isi museum kepada masyarakat (Kemendikbud Republik Indonesia, 2019). Museum dapat diartikan sebagai sebuah tujuan wisata edukasi dimana dengan mendatangi sebuah museum, individu akan mendapat beragam infromasi mengenai benda-benda koleksi sebuah museum. Definisi museum juga dikemukan *International Council of Museum (ICOM)* yakni museum merupakan sebuah badan atau organisasi yang keberadaaannya dalam jangka waktu yang lama dan tetap, melakukan pelayanan kepada pengunjung, museum ditujukan untuk masyarakat luas, lembaga non profit, yang fungsinya untuk mengoleksi, menjaga, melakukan penelitian, mempertunjukan dan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai segala objek yang ada di museum yang berkiatan dengan masyarakat, adat-istiadat dan lingkungannya dengan tujuan edukasi serta hiburan (Gaffar, 2011).

Museum tersebar di hampir seluruh daerah di Indonesia, menurut laporan Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan terdapat 439 museum di Indoenasia (2021), salah satunya terdapat di Jakarta. Museum sendiri menjadi salah satu tujuan wisata andalan di kota Jakarta dan sangat terdampak pandemi dikarenakan pihak museum harus menutup sementara atau membuka layanannya bagi wisatawan sesuai dengan status PPKM yang ditetapkan oleh pemerintah setempat. Karena adanya peraturan ini menyebabkan jumlah dan minat pengunjung yang akan mengunjungi museum menjadi berkurang. Pada awal tahun 2022 Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno mengumumkan bahwa Indonesia terpilih sebagai tuan rumah penyelenggara kegiatan *Tourism Working Group G20* menurutnya, ini adalah waktu yang tepat untuk memperbaiki kembali segala kegaiatan pariwisata Indonesia (antara.news, 2022).

Museum sebagai salah satu tujuan wisata di Indonesia harus berbenah dan mempersiapkan diri untuk menyambut kebangkitan kembali dunia pariwisata salah satunya dengan memperkuat semua elemen internal dan mempersiapkan sumber daya manusia yang menunjang segala kegiatan di museum. Sumber daya manusia yang bekerja dan mendukung pelaksanaan kegiatan museum ini adalah pemandu museum. Pemandu museum adalah orang bertugas memberikan pelayanan untuk menunjukan isi museum, menemani pengunjung dan memberikan informasi mengenai koleksi museum. Pemandu musem dapat dikatakan sebagai salah satu tumpuan dalam sebuah museum karena memberikan pelayanan publik. Terdapat beberapa kualitas pelayanan pemandu wisata diantaranya (1) kompetensi profesional, merupakan suatu kemampuan/keahlian yang dimiliki individu dalam melakukan dan menuntaskan pekerjaannya, (2) kemampuan interpesonal yakni merupakan segala sesuatu (sifat dan perilaku) yang dimiliki individu yang digunakan untuk berkomunikasi dan untuk bekerjasama dengan orang lain, (3) kemampuan organisasi yang merupakan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki seseorang dalam memaksimalkan tenaga dan waktu dalam menyelsaikan pekerjaan secara tepat dan tuntas, (4) empati, merupakan kemampuan untuk memahami dan menempatakan diri pada perasaan orang lain dan (5) penyelsaian masalah yang merupakan kemampuan individu dalam menyelasaikan kesulitan dan permasalahan yang dihadapi (Huang, Chaty, & Chan, 2010). Oleh karenanya pemadu museum perlu mempersiapkan diri sebaik mungkin dengan menggali imu pengetahuan yang berkaitan dengan tugasnya, perlu memperkaya diri untuk dengan mempelajari teknik dan tata-cara pelayanan publik dengan baik. Selain kemampuan tersebut seorang pemandu museum juga harus memiliki kemampuan tambahan lainnya yakni dalam hal promosi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin maju.

Menumbuhkan kembali minat pengunjung museum merupakan salah satu hal yang cukup menantang di masa pandemi seperti ini. Strategi membujuk pengunjung untuk datang lagi dan kerjasama semua internal museum yang baik sangat diperlukan. Strategi adalah sebuah proses yang direncanakan untuk mencapai sebuah tujuan yang akan dicapai jika menggunakan cara dan langka-langka yang tepat dan terukur (Effendy, 2005). Dalam menjalankan sebauh startegi diperlukan komunikasi dan kegiatan yang persuasif agar khlayak dapat terpengaruh. Menurut Bettinghaus (1973) menjelasakan bahwa komunikasi persuasi dapat memberikan dampak bagi cara pandangan dan perilaku khalayak, adanya interaksi antara komunikator dan komunikan yang mempengaruhi komunikan melalui apa yang didengar, baca dan dilihat (Tasnim, 2021). Kemampuan komunikasi yang persuasif ini diperlukan oleh semua elemen sumber daya manusia di museum. Semua sumber daya manusia di museum termasuk pemandu museum memiliki peran penting. Pemandu museum selain bertugas menjadi pendamping,

pembimbing dan memberikan pelayanan bagi pengujung, seorang pemandu museum juga harus memiliki kemampuan tambahan lainnya terumatam dalam hal mengkomunikasikan materi ataupun segala hal yang ada di museum termasuk diantaranya mengkomunikasikan dalam bentuk poster yang bisa dipublikasikan.

Terkadang pengunjung museum di masa pembatasan aktifitas di luar rumah merasakan mendapat informasi yang kurang lengkap dan kurang puas saat berkunjung ke museum. Di sini pemandu museum berperan dalam membantu pengunjung untuk mendapatkan informasi yang lengkap melalui media. Media adalah wadah atau alat yang dimanfaatkan dalam mengirim pesan dari komunikator kepada komunikan (Cangara, 2010). Media komunikasi dalam bentuk tulisan dan gambar dapat menjadi salah satu media yang bisa digunakan dan membantu pemandu musem dalam menyampaikan berbagai informasi dan memperkenalkan berbagai koleksi di museum. Media ini dapat membantu pekerjaan dari pemandu museum terutama di masa pandemi seperti ini dan hal ini juga dapat membantu para pengujung musem dalam memperoleh informasi sebelum mereka mengunjungi suatu museum. Penarikan minat pengunjung bisa dikaitkan dengan kegaiatan promosi. Menurut Tjiptono dalam (Rahmi & Marlini, 2012) promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah segala kegiatan pemasaran yang berupaya mengirim infromasi ke segala pihak, mempengaruhi atau membujuk, atau mengingatkan khalayak sasaran mengenai perusahaan dan produknya agar mau menerima, membeli dan setia pada barang dan jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Definisi lain mengenai promosi adalah suatu interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli dalam menyampaikan infromasi bertujuan untuk merubah sikap serta perilaku pembeli dari tidak mengetahui berubah menjadi mengetahui keberadaan sebuah produk (barang dan jasa) serta mengingat produk tersebut (Laksana, 2019). Berbagai bentuk kegiatan promosi memiliki tujuan, yakni pengenaln merek, menciptakan cara pandang khalayak terhadap suatu kebutuhan, memotivasi pembelian, dan upaya untuk melayani dan mendukung khalayak untuk mendapatkan barang dan jasa (Rangkuti, 2009).

Kegiatan promosi dilakukan bisa dapat bentuk komunikasi verbal dan juga komunikasi non verbal. Komunikasi verbal adalah penyampain pesan dan informasi melalui kata-kata dan kalimat untuk menyatakan apa yang dirasakan, emosi, ide, fakta dan infromasi dengan mendeskirpsikannya dalam suatu komunikasi, diskusi dan perdebatan (Hardjana, 2003), sedangakan komunikasi non verbal adalah segala bentuk penyampain pesan tidak melalui kata-kata tetapi menggunakan kode dan lambang yang abstrak, memiliki banyak arti dan manasuka (Julia, 2013). Promosi memiliki berbagai media yang dapat dimanfaatkan oleh pemandu museum salah satunya adalah poster. Poster Menurut Rivai dan Sudjana (2009) adalah perpaduan antara gambar/visual dari sebuah desain yang terdiri dari warna serta pesan atau infromasi agar pesannya dapat diterima oleh khalayak dalam jangka waktu lama sehingga maksud dari pesannya dapat diingat oleh khalayak (Pradana & A, 2018). Poster digunakan untuk berbagai macam keperluan, diantaranya yaitu : (1) untuk memperkenalkan/menginformasikan suatu kegiatan, (2) untuk mengiklankan produk (barang dan jasa), (3) menjual produk, dan (4) untuk menciptakan sikap khalayak serta mengembangkan dan mempengaruhi individu atau kelompok (Imbriani, 2016).

Namun pekerjaan mendesain sebuah poster edukatif, informatif dan persuasif diperlukan seperangkat ilmu dan pemahaman mendasar serta teknik tersendiri sehingga poster yang dirancang dan dihasilkan dapat menjadi media promosi yang efektif. Kegiatan merancang poster termasuk dalam kegiatan desain grafis. Desain grafis adalah menyatukan dan

menggunakan semua unsur-unsur seperi garis, lambang/simbol, rangkaian kaata dan kalimat yang divisualkan melalui tulisan/tipografi dan gambar dengan menggunakan teknik fotografi ataupun ilustrasi (bpptik.kominfo.go.id, 2020).

Permasalahan yang dialami oleh mitra terkait perancangan poster edukasi dan informasi adalah para pemandu museum merasa kurangnya kemampuan dalam memdesain sebuah poster untuk menarik minat serta memberikan informasi kepada pengunjung. Untuk mengatasi hal tersebut beberapa Dosen Universitas BSI membantu memberikan pelatihan menangani pembuatan poster promosi yang simple dan efektif melalui kegiatan pengabdian masyarakat. Selain itu, pengabdian masyarakat ini menjadi salah satu implementasi kewajiban tridharma perguruan tinggi. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai poentingnya kegiatan promosi dan merancang desain promosi bagi anggota Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI).

Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI) merupakan sebuah lembagi profesi yang tujuannya tidak mencari keunutungan dengan mengumpulkan semua pemandu museum yang terdapat di seluruh wilayah Indonesia. Ide pembentukan IPMI telah dibahas sejak tahun 2015 yang berbarengan dengan upaya validasi kemampuan dan kompetensi para anggotanya dan calon pengurus agar terbentuk sebuah ikatan profesi pemandu museum di Indonesia yang professional dan tersertifikasi, sehingga dapat dan siap bersaing di era Masyarakat Ekonomi Asia (MEA) yang telah dicanangkan pada tahun 2020. IPMI bekerjasama dengan LSP Pramuwisata Indonesia (Pramindo) dan Dinas Permuseuman DKI Jakarta serta Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif senantiasa menyelenggarakan sertifikasi maupun re-sertifikasi pemandu museum. Sertifikasi kompetensi pemandu museum tersebut telah dilakukan sejak IPMI dalam perancangan di tahun 2015, lalu berhasil meraih legalitas pada tahun 2019 dan hingga sekarang .IPMI telah terdaftar pada Kementerian Hukum dan HAM melalui Keputusan Menteri Hukum dan HAM Nomor AHU-0000894.AH.01.07 Tahun 2019 tentang Pengesahan Pendirian Badan Hukum Perkumpulan Pemandu Museum Indonesia Disingkat IPMI, dengan nomor akte notaris 2525 tertanggal 25 Januari 2019. Sekretariat Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI) selaku mitra pengabdian masyarakat berlokasi di Museum Sejarah Jakarta yang beralamat di Jalan Taman Fatahilah No.1, Kawasan Kota Tua, Jakarta Barat.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI) antara lain:

Gambar 1. Pelatihan Manajemen Museum untuk AMRT IP Timor Leste (2019)

Gambar 2. Pembekalan Peserta PKL SMK Kepariwisataan

Gambar 3. Pelatihan dan Sertifikasi Kompetensi Pemandu Museum

Adapun manfaat dan tujun dari diadakan kegitan pengabdian masyarakat ini adalah :

1. Untuk memberikan ilmu pengetahuan bagi pemandu museum mengenai pentingnya kegiayan promosi
2. Untuk menambah *skill* pemandu museum dalam mendesain poster
3. Untuk menambah relasi dan menjalin siliaturahmi dengan mitra

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan mitra Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI) dilakukan secara daring dengan menggunakan aplikasi *zoom meeting*. Metode pelaksaan terdiri dari 3 tahap sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan
   Tahap ini dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh anggota Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI) dan mengajukan perijinan kepada pengurus IPMI untuk melakukan kegiatan pelatihan kepada anggota IPMI. Selanjutnya melakukan koordinasia antara ketua dengan anggota dalam persiapan untuk pelaksanaan pelatihan dengan membuat materi pelatihan mengenai langkah-langkah membuat desain poster promosi edukasi dan koleksi yang ada di musem bagi pemandu museum. Pada tahap ini juga dilakukan pembagian tugas dan tanggung jawab bagi masing-masing anggota yang terlibat.

2. Tahap Pelaksanaan
   Tahap pelatihan dan pendampingan mengenai langkah-langkah dalam mendesain sebuah poster yang persuasif dan edukatif terkait sebuah museum. Dimana tutor menyampaikan materi yang telah disiapkan dengan metode ceramah dan tutor melakukan demonstrasi atau tutoriol pembuatan poster. Selanjutnya peserta akan mempraktikan lansung teori yang telah disampaikan oleh totur agar peserta dapat memperdalam ilmu yang didapatkan.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini berlangsung selama satu hari dengan melibatkan 30 peserta yang merupakan anggota IPMI. Berikut adalah detail informasi jadwal kegiatannya, yakni:

Hari/Tanggal : Sabtu, 26 Maret 2022
Waktu/Jam : 09.00 s/d 12.00 WIB
Lokasi : Sekretariat AMI DKI Jakarta Paramita Jaya, Jakarta Barat
Metode : Daring melalui aplikasi *zoom meeting*

3. Tahap Evaluasi
   Pada tahap ini, anggota Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI) diberikan soal-soal tes evaluasi yang harus dikerjakan dengan menggunakan media Google Forms, untuk mengetahui seberapa besar peningkatan pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan anggota IPMI dalam memahami dan merancang sebuah poster setelah mengikuti kegiatan pelatihan/*workshop*. Selain itu IPMI sebagai mitra pengabdian masyarakat juga diminta untuk mengisi kuesioner dengan menggunakan media Google Forms, untuk mengetahui bagaimana respon mereka terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk ceramah, demonstrasi atau tutoriol pembuatan poster kemudian selanjutnya peserta melakukan tanya jawab dan mempraktikan langsung teori yang telah disampaikan oleh tutor. Berikut rincian kegiatan pengabdian masyarakat :

Jadwal	**Kegiatan**
Sesi 1	
09.00-09.15	Pembukaan oleh MC dan menyanyikan lagu Indonesia Raya
09.15-09.30	Sambutan dari perwakilan FKB Universitas Bina Sarana Infromatika
09.30-09.45	Sambutan dari Ketua Umum Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI)
Sesi 2	
09.45-10.15	Pemaparan materi mengenai desain poster
10.15-10.30	Tanya jawab
10.30-11.30	Pelatihan dan pendampingan mendesain poster
Sesi 3	
11.30-11.145	Pengisian kuisioner sebagai bahan evaluasi kegiatan PM
11.45-12.00	Penutupan, pemberian souvenir

Berdasarkan hasil riset dan diskusi dengan pihak Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI) terdapat permasalahan yang dihadapai oleh Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI) yakni selama masa pandemi berlangsung museum di Indonesia mengalami permasalahan diantaranya menurunnya jumlah pengunjung museum dan pengunjung merasa bahwa informasi kurang lengkap mengenai sebuah museum. Hal ini disebakan karena masa pandemi yang membatasi waktu buka museum sehingga pengunjung masih kurang mendapatkan informasi. Pemandu museum selain bertugas menjadi pembimbing, penerang dan memberikan pelayanan bagi pengujung, saat ini pemandu museum juga harus memiliki kemampuan lainnya dalam hal mengkomunikasikan materi ataupun segala hal-hal yang di museum termasuk diantaranya mengkomunikasikan dalam bentuk poster yang bisa dipublikasikan. Akan tetapi para pemandu museum merasa kurangnya kemampuan dalam memdesain sebuah poster untuk menarik minat serta memberikan informasi kepada pengunjung.

Dari permasalahan tersebut, maka dosen Fakultas Komunikasi dan Bahasa melakukan beberapa upaya yakni :

Kegiatan	**Hasil**
Memberikan materi dan pemahaman mengenai mengenai manfaat membuat poster edukasi dan koleksi museum pembuatan poster edukasi dan koleksi museum bagi Anggota Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI)	Sebesar 90% dari peserta PM mampu memahami apa yang dimaksud dengan poster, dan bentuk poster dengan menyaring informasi dengan baik dan sebesar 90% peserta PM mampu memproses informasi mengenai manfaat membuat poster edukasi dan koleksi museum
Melakukan pendampingan dan pelatihan dalam mendesain poster edukasi dan koleksi museum bagi Anggota Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI)	Peserta PM mampu memahami bagaimana cara membuat poster edukasi dan koleksi museum, sebesar 75%

Dari hasil di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pelatihan pembuatan poster edukasi dan koleksi museum dapat meningkatkan pemahaman dan ilmu pengetahuan pemandu museum mengenai desain postser yang dapat diguanakan sebagai medai promsi museum. Selain itu ketrempilan pemandu museum juga meningkat dan dapat membantu pemandu musem menjadi lebih kreatif dan mandiri dalam mendesain sendiri media promosinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian kepada masyarakat yang diberikan berupa pelatihan tentang materi-materi mengenai pembuatan poster edukasi dan koleksi museum bagi Anggota Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI), karena anggota pemadu museum mengalami kendala dalam mendesain poster promosi yang bertujuan menarik kembali minat pengunjung ke musem-museum yang ada di Indoenesia. Kegiatan penyampaian materi oleh tim tutor pada peserta pengabdian masyarakat yakni tentang, promosi,manfaat prmposi, poster, jenis poster, manfaat

poster, desain grafis, *adobe photo shop* dan langkah-langkah penggunaan *adobe photo shop* dalam mendesai poster. Selain itu dalam kegiataan ini peserta juga mempraktekan pembutan poster edukasi dan kolekeis museum. Peserta merasa cukup puas dengan materi yang disampaikan dan mendapatakan informasi baru serta menambah kemampuan dalam mendukung pekerjaan.

Terdapat beberapa saran bagi Anggota Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI) adalah materi mengenai pembuatan poster edukasi dan koleksi museum yang telah diberikan terus dibahas lagi dan dipraktikan lagi secara terus-menerus agar hasil dari pemahaman tersebut mendapat hasil yang optimal dan para pemandu museum mampu mendesain sendiri poster edukasi dan koleksi museum yang bermanfaat, karena dengan memiliki kemampuan mendesain media komunikasi yang efektif dan menarik dapat menjadi salah satu strategi untuk menarik kembali minat pengunjung museum untuk berkunjung di masa pandemi.

DAFTAR PUSTAKA

(2021, 12 15). Diambil kembali dari https://databooks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/15/mayoritas-museum-di-indonesia-dimiliki-oleh-pihak-swasta

antara.news. (2022, February 19). Diambil kembali dari https://www.antaranews.com/berita/2714361/tourism-working-group-g20-momentum-pemulihan-pariwisata-indonesia

bpptik.kominfo.go.id. (2020, 05 22). Diambil kembali dari https://www.google.com/amp/s/bbptik.kominfo.go.id/2020/05/22/7833/desain-grafisdan-unsurnya/amp/

Cangara, H. (2010). *Pengantar llmu Komunikasi.* Jakarta: Rajawali Pers.

Damanik, J., & F.Weber, H. (2006). Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi. Yogyakarta: Andi Offset.

Effendy, O. U. (2005). *Ilmu Komunikasi : Toeri dan Praktik.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Gaffar, V. (2011). Pengaruh Strategi Positioning Museum Terhadap Kunjungan Wisata Edukasi di Kota Bandung (Survey Segmen Pasar Generasi Y). *Tourism and Hospitality Essentials*, 16.

Hardjana, A. (2003). *Komunikasi Intrapersonal dan Komunikasi Interpersonal* . Yogyakarta: Kanisius.

Huang, S., Chaty, H., & Chan, A. (2010). Tour Guide Perfomance And Tourist Satisfaction: A Study Of The Package Tours In Shang Hai. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 227-241.

Imbriani, H. D. (2016). DESAIN POSTER SEBAGAI MEDIA PROMOSI KAFE. *POLITEKNOLOGI*, 231.

Julia, T. (2013). *Komunikasi Teori dan Praktik.* Jakarta: Salemba Humanika.

Kemendikbud Republik Indonesia. (2019, January 29). Diambil kembali dari https://museum.kemdikbud.go.id/artikel/museum

Laksana, F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Edisi 1*. Depok: Khalifah.

Pradana, A., & A, F. (2018). PENGEMBANGAN DESAIN IKLAN POSTER DIGITAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI ADOBE PHOTOSHOP PADA CV PRIMAVISTA MALANG. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 506.

Rahmi, L., & Marlini. (2012). STRATEGI PROMOSI PUSTAKAWAN DI PERPUSTAKAAN BALAI BAHASA PADANG. *Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan*, 396.

Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Markting Communication.* Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata.* Denpasar: Pustaka Larasan.

Tasnim, e. a. (2021). *Komunikasi Pemasaran.* Medan: Yayasan Kita Menulis.

Utama, I. G. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata.* Denpasar: Deepublish.