



**SOSIALISASI DAN PROMOSI MUSEUM SATWA JAWA TIMUR PARK 2
BATU SEBAGAI PUSAT WISATA EDUKASI**

*Socialization and Promotion of Animal Museum Jawa Timur Park 2 Batu As an
Education Tour Center*

LAPORAN TUGAS AKHIR

Oleh

**Dessy Armada Hardiyanti
NIM 140903102001**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2017**



**SOSIALISASI DAN PROMOSI MUSEUM SATWA JAWA TIMUR PARK 2
BATU SEBAGAI PUSAT WISATA EDUKASI**

LAPORAN TUGAS AKHIR

Disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya
Program Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Oleh:

Dessy Armada Hardiyanti
NIM 140903102001

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2017**

PERSEMBAHAN

Laporan Praktek Kerja Nyata ini saya persembahkan kepada:

1. Ibunda Sri Widayanti, Ayahanda Didied Mardi Hartanto, dan yang telah memberikan dukungan moril serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya;
2. Segenap Dosen DIII Usaha Perjalanan Wisata yang telah membimbing selama ini;
3. Almamaterku tercinta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTO

“Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh.”¹

(Andrew Jackson)

¹ <http://www.maribelajarbkn.web.id/2015/03/contoh-motto-terbaru-dalam-skripsi.html>
[Diakses pada 19 Juni 2017].

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Dessy Armada Hardiyanti

NIM : 140903102001

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan yang berjudul “Sosialisasi dan Promosi Museum Satwa Jawa Timur Park 2 Batu Sebagai Pusat Wisata Edukasi” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta penulis bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 12 Juli 2017
Yang menyatakan,

Dessy Armada Hardiyanti
140903102001

PERSETUJUAN

Telah disetujui Laporan Tugas Akhir Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Nama : Dessy Armada Hardiyanti

NIM : 140903102001

Jurusan : Ilmu Administrasi

Program Studi : Diploma III Usaha Perjalanan Wisata

Judul : Sosialisasi dan Promosi Musium Satwa Jawa Timur Park 2
Batu Sebagai Pusat Wisata Edukasi

Jember, 12 Juli 2017
Menyetujui
Dosen Pembimbing

Rebecha Prananta, S.Si.,M.Si
NIP. 198612032015042002

PENGESAHAN

Laporan Praktek Kerja Nyata berjudul “Sosialisasi dan Promosi Museum Satwa Jawa Timur Park 2 Batu Sebagai Pusat Wisata Edukasi”:

hari : Rabu

tanggal : 12 Juli 2017

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua,

Drs. Sugeng Iswono, M.A
NIP. 195402021984031004

Sekretaris,

Anggota,

Rebecha Prananta, S.Si.,M.Si
NIP. 198612032015042002

Drs. Juhanda, M.Par
NPK. 0505556

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Dr. Ardiyanto, M.Si
NIP. 195808101987021002

RINGKASAN

Promosi dan Sosialisasi Museum Satwa Jawa Timur Park 2 Batu Sebagai Pusat Wisata Edukasi Melalui Berbagai Media; Dessy Armada Hardiyanti, 140903102001; tahun 2017; 52 halaman; Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Jawa Timur Park 2 adalah pengembangan dari wahana *Jawa Timur Park 1* yang berjarak satu kilometer dari *Jawa Timur Park 1*. *Jawa Timur Park 2* berlokasi di Jalan Oro-Oro Ombo 9, Kota Batu. Luas taman wisata ini mencapai 15 hektar dengan 3 bangunan utama yaitu Museum Satwa, *Batu Secret Zoo* dan *Pohon Inn*. *Jawa Timur Park 2* merupakan tempat wisata baru di Kota Batu, mulai dibangun akhir tahun 2008 bersamaan dengan *Jawa Timur Park 1* dan diresmikan oleh Presiden Susilo Bambang Yudoyono pada tahun 2010. Museum Satwa merupakan wahana edukasi, yang menyajikan diorama-diorama satwa dari berbagai belahan dunia. Museum satwa berdiri pada tanggal 27 Desember 2009 dan diresmikan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Ibu Maria Elka Pangestu pada tanggal 2 Mei 2012.

Jawa Timur Park 2 Batu melakukan promosi melalui media sosial dan mengadakan sosialisasi ke sekolah-sekolah. Pihak marketing dan salah satu tim edukasi dari Museum Satwa yang menjadi petugas untuk kunjungan di setiap sekolah-sekolah. *Jawa Timur Park 2* Batu mempunyai 2 kegiatan sosialisasi, yaitu *Sales School* dan *Go to School*. Kegiatan sosialisasi tersebut akan dilaksanakan jika ada permintaan dari sekolah-sekolah yang memerlukan pihak dari *Jawa Timur Park 2* Batu untuk memberi penjelasan secara langsung atau bersosialisasi langsung kepada wali murid atau rekan-rekan guru. Sosialisasi tersebut bertujuan untuk memberi pemahaman tentang pembelajaran yang diadakan di Museum Satwa.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa penjelasan petugas museum serta praktek langsung mengenai pengetahuan tentang binatang yang mengedukasi selalu diabadikan melalui foto, yang akan dilanjutkan untuk dibagi melalui sosial media

khususnya *instagram* dan *facebook*. Bentuk lain dari promosi tak langsung adalah melalui pembagian *merchandise* sebagai hadiah dari interaksi petugas dengan para siswa dalam program Khazanah Pengetahuan Fauna. Promosi lainnya yaitu dengan cara sosialisasi yang berfungsi untuk meningkatkan jumlah pengunjung, Museum Satwa melakukan dua cara sosialisasi yaitu *Sales School* dan *Go To School*. Rombongan sekolah tertarik melakukan reservasi di Museum Satwa karena adanya program pembelajaran antara lain pemanduan atau penjelasan diorama-diorama di area Museum Satwa, lembar kerja siswa, dan praktek secara langsung yang dipandu oleh tim edukasi Museum Satwa. Pembahasan lembar kerja siswa serta praktek langsung dilakukan di Khazanah Pengetahuan Fauna Museum Satwa, yang dipandu oleh tim atau presentator yang telah berpengalaman di bidangnya.

PRAKATA

Puji Syukur kehadiran Allah S.W.T atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan yang berjudul “Sosialisasi dan Promosi Museum Satwa Jawa Timur Park 2 Batu Sebagai Pusat Wisata Edukasi” Laporan ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember Penyusunan laporan ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ardiyanto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Dr. Edy Wahyudi, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi.
3. Dra. Sri Wahjuni, M.Si., selaku Ketua Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata.
4. Rebecha Prananta, S.Si.,M.Si selaku Dosen Supervisi dan Dosen Pembimbing.
5. Ibu Na’imahtus Sa’diyah selaku HRD Jawa Timur Park 2 Batu, Ibu Naning Agustina, dan seluruh karyawan Jawa Timur Park 2 Batu yang telah membimbing saya dengan sabar dan teman seperjuangan magang Romis Sudarmun dan Sabila Musdalifah yang telah membantu menyelesaikan laporan ini.
6. Saudaraku, Reo Juliano Hardiyanto, Ghasiya Aria Ramadhan, Fauziah Ayu Puteri, Fierda Octiara Puteri, Anisa Kartika Sari yang telah membantu dalam bentuk tenaga, moril, ataupun ide dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Terimakasih untuk Aditia Gunawan yang telah memberikan dukungan, doa, serta pengorbanan waktu dan tenaga dalam membantu menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Sahabatku, Dinda Anugerah Sari, Meilina Indah Fitrianda, Ma’rifatul Hasanah, Ira Lusiana, Erlin Puji Astuti, Savira Novriani, terimakasih untuk semangat, dukungan dan terimakasih untuk canda tawa, tangis dan perjuangan yang kita lewati bersama.
9. Teman-teman seperjuangan Diploma III Usaha Perjalanan Wisata angkatan 2014.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, kritik dan saran akan menjadi masukan yang sangat berharga. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat memberikan ide untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya.

Jember, 12 Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Praktek Kerja Nyata	4
1.4 Manfaat Praktek Kerja Nyata	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pengertian Wisata	5
2.1.1 Pengertian Wisata Edukasi.....	6
2.2 Pengertian Promosi	6
2.2.1 Tujuan Promosi	7
2.2.2 Promosi Pariwisata.....	7
2.3 Pengertian Sosialisasi	9

2.3.1 Media-Media Sosialisasi	9
2.4 Pengertian Media	11
2.4.1 Jenis-Jenis Media.....	11
2.5 Pengertian Museum.....	12
2.5.1 Fungsi Museum.....	13
BAB 3. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN	14
3.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	14
3.1.1 Deskripsi Praktek Kerja Nyata	14
3.1.2 Lokasi Praktek Kerja Nyata	14
3.1.3 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	14
3.2 Ruang Lingkup Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	15
3.2.1 Ruang Lingkup Kegiatan	15
3.2.2 Kegiatan yang Dilakukan Selama Praktek Kerja Nyata	15
3.3 Jenis dan Sumber Data	18
3.3.1 Jenis Data	18
3.3.2 Sumber Data	18
3.4 Metode Pengumpulan Data	19
BAB 4. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN	20
4.1 Gambaran Singkat Jawa Timur Park 2 dan Museum Satwa.....	20
4.1.1 Fasilitas <i>Jawa Timur Park 2</i>	22
4.1.2 Fasilitas Museum Satwa	25
4.1.3 Visi dan Misi Jawa Timur Park Group.....	26
4.2 Promosi yang Dilakukan Museum Satwa Untuk Menarik Jumlah Wisatawan dan Sosialisasi yang Sudah dilakukan oleh <i>Jawa Timur Park 2</i>.....	27
4.3 Hal-Hal yang Menjadikan Rombongan Sekolah Melakukan Resrvasi dan Mengadakan Pembelajaran di Museum Satwa.....	30
BAB 5. PENUTUP	33
5.1 Kesimpulan	33

5.2 Saran	34
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN-LAMPIRAN	37

DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Hari dan Jam Kerja Kegiatan Praktek Kerja Nyata di <i>Jawa Timur Park 2 Batu</i>	14
3.2 <i>Daily Activity</i> Selama di <i>Jawa Timur Park 2 Batu</i>	15

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
4.1 Kegiatan Sosialisasi yang dilakukan <i>Jawa Timur Park 2</i>	29
4.2 Kegiatan Pembelajaran yang dilakukan <i>Jawa Timur Park 2</i>	30
4.3 Proses dan Hasil Pembelajaran bedah satwa.....	32

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Surat Penerimaan Tempat Praktek Kerja Nyata	37
2. Surat Tugas Melaksanakan Praktek Kerja Nyata.....	38
3. Surat Tugas Dosen Pembimbing.....	39
4. Nilai Hasil Praktek Kerja Nyata	40
5. Daftar Kegiatan Konsultasi Bimbingan Laporan PKN	41
6. Kegiatan Pembelajaran	42
7. Kegiatan Memandu di Museum Satwa	43
8. Diorama-Diorama di Museum Satwa	44
9. Zona <i>Winter</i> Pajangan Awetan Satwa Beruang Kutub	47
10. Warung Desa di Dalam Museum Satwa	48
11. Kegiatan Pembelajaran di Khazanah Pengetahuan Fauna	49
12. Promosi Dengan <i>Meng-Upload</i> Foto Kegiatan di <i>Instagram</i> dan <i>Facebook</i>	50
13. Kegiatan Sosialisasi di Sekolah-Sekolah	51
14. Kegiatan Pembelajaran Bedah Satwa Oleh Siswa SMP.....	52

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah suatu sistem terbuka dari unsur-unsur yang saling berinteraksi dalam suatu lingkungan yang luas, mulai dari unsur manusia seperti wisatawan, tiga unsur geografis: negara asal wisatawan, negara yang dijadikan tempat transit, dan daerah tujuan wisata serta unsur ekonomi, yaitu industri pariwisata. Pariwisata diciptakan untuk dapat memberikan hasil yang diinginkan, yaitu mendatangkan banyak pengunjung atau wisatawan karena mereka berhasil “dipuaskan” kebutuhannya atas kegiatan kunjungan tersebut. Kepuasan itu berupa rasa senang, rasa tenang, rasa aman ketika berada di tempat yang dituju. Kepuasan setiap orang itu berbeda-beda, ada yang ketika sampai di destinasi wisata orang itu merasa sangat puas atas hasil karena sesuai dengan apa yang di bayangkan sebelumnya dan ada juga yang merasa tidak puas karena tidak sesuai dengan apa yang dibayangkan sebelumnya (Soekadijo,1996: 2).

Pariwisata di Indonesia telah dianggap sebagai salah satu sektor ekonomi, bahkan sektor pariwisata diharapkan akan dapat menjadi penghasil devisa negara. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi industri pariwisata yang cukup baik, dimana Indonesia memiliki bentang alam yang indah dari Sabang sampai Merauke. Industri Pariwisata Indonesia saat ini sudah banyak dikenal dan dikunjungi wisatawan mancanegara (Suwantoro, 1997:35). Pariwisata Indonesia yang terkenal dengan pulau Bali dan Danau Toba serta berbagai tujuan pariwisata lain dan daya tarik alam, budaya merupakan salah satu destinasi wisatawan antar bangsa. Pantai di Bali, tempat menyelam di Bunaken, Gunung Rinjani di Lombok, dan berbagai Taman Nasional di Sumatera merupakan contoh tujuan wisata alam di Indonesia.

Sosialisasi pariwisata di Indonesia sangatlah berpengaruh besar terhadap kepariwisataan Indonesia, khususnya sebagai media promosi pariwisata dan untuk meningkatkan wawasan terhadap masyarakat. Sosialisasi juga sangat berpengaruh dalam meningkatkan jumlah wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Terlaksananya sosialisasi apabila pemerintah dan pihak pengelola ikut terlibat di

dalamnya. Pemerintah dan pengelola sangatlah berperan penting dalam mengembangkan suatu objek wisata. Terwujudnya sosialisasi dapat berpengaruh penting untuk keberhasilan suatu objek wisata. Masyarakat lebih mengenal dan mengetahui fasilitas yang disediakan atau dimiliki oleh suatu objek wisata. Adanya sosialisasi dalam perusahaan atau industri pariwisata akan sangat membantu dalam mewujudkan tujuan yang ingin dicapai. Program ini dapat menjadikan masyarakat lebih memahami tujuan dan maksud yang sudah terprogram.

Promosi wisata daerah merupakan kegiatan dari sekelompok ekonomi di lokalitas perekonomian tertentu yang memiliki potensi tempat wisata yang menarik. Potensi tersebut dapat berupa keindahan alam yang menonjol, kekayaan budaya yang unik, situs tempat yang bersejarah, *event* pesta budaya, dan keagamaan, serta potensi pusat kegiatan yang unik, tidak dimiliki oleh lokalitas alternatif lainnya. Promosi ini ditujukan kepada dunia luar dimana kampanye penerangan ini benar-benar mengandung berbagai fasilitas dan atraksi yang unik dan menarik yang dapat disajikan kepada wisatawan (Pendit, 1999 : 23). Sasaran terakhir dari semua kegiatan pemasaran dan promosi ialah orang-orang yang akhirnya mengeluarkan uang untuk mengadakan perjalanan wisata. Berhasil atau tidaknya promosi kepariwisataan akan terlihat dari banyaknya jumlah orang yang bersungguh-sungguh membeli produk pariwisata yang dipromosikan. Upaya promosi secara besar-besaran sudah dilakukan pemerintah Indonesia, salah satunya adalah meluncurkan *brand Wonderful Indonesia*.

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi terbesar di Indonesia. Jawa Timur menjadi destinasi wisatawan dari berbagai wilayah di Indonesia dan mancanegara. Ada banyak sekali tempat wisata di Jawa Timur yang menarik untuk dikunjungi. Tempat Wisata di Jawa Timur telah menjadi salah satu destinasi wisata penting di Indonesia. Provinsi Jawa Timur memiliki beragam jenis Obyek Wisata, seperti Gunung, Taman Nasional, Pantai, Goa, Air Terjun, Danau dan Telaga. Lokasi yang mudah dijangkau membuat tempat ini menjadi salah satu tujuan bagi keluarga yang ingin berlibur. Jawa Timur memiliki banyak tempat wisata yang menarik diantaranya yaitu kota Batu.

Kawasan kota wisata Batu terkenal sebagai salah satu destinasi wisata Jawa Timur yang disukai banyak kalangan penikmat perjalanan. Batu memiliki udara yang sungguh sejuk serta mempunyai panorama alam yang menawan. Daerah Batu dikelilingi enam buah gunung. Di Batu terdapat banyak sumber mata air alami yang mengalir dari pegunungan. Kota Batu merupakan daerah yang terkenal dengan cuacanya yang sangat dingin dan sering sekali berkabut. Di kota Batu, terdapat banyak wahana permainan dan hiburan bagi para wisatawan. Selain wahana, tersedia fasilitas edukasi keluarga yang menarik. Beberapa diantaranya yang terkenal adalah *Jawa Timur Park 2* atau sering disebut banyak orang adalah *Batu Secret Zoo*. *Jawa Timur Park 2* merupakan obyek wisata utama yang dikunjungi wisatawan, terutama domestik dari Jakarta, Bandung, Sumatera, Kalimantan dan dari Seluruh Indonesia. *Jawa Timur Park 2* adalah tempat wisata paling lengkap, yang mempunyai tiga obyek wisata, yaitu *Eco Green Park*, *Batu Secret Zoo*, dan Museum Satwa. Di Museum Satwa *Jawa Timur Park 2* terdapat ratusan bahkan ribuan satwa awetan yang dipamerkan begitu bagus dan *exclusive* dalam tiap diorama yang sesuai dengan habitat aslinya. Bukan hanya satwa yang diawetkan saja, Museum Satwa juga menyajikan replika fosil hewan purba seperti *Mammoth*, *Stegosaurus*, *Apatosaurus*, *Tyrannosaurus-rex* dan masih banyak fosil dinosaurus lainnya. Di museum ini terdapat juga *Insectarium* yang memamerkan ratusan hingga ribuan serangga dari berbagai jenis, seperti kupu-kupu, laba-laba, kumbang, belalang dan serangga lainnya dari berbagai Negara di Dunia. Sosialisasi dan promosi yang dilakukan oleh pihak *Jawa Timur Park 2* merupakan bentuk usaha dari perusahaan untuk memperkenalkan kepada khalayak bahwa Museum Satwa dapat dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran atau edukasi. Berdasarkan latar belakang di atas penulis mengambil judul “SOSIALISASI DAN PROMOSI MUSEUM SATWA JAWA TIMUR PARK 2 BATU SEBAGAI PUSAT WISATA EDUKASI”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah promosi yang dilakukan Museum Satwa untuk menarik jumlah wisatawan dan sosialisasi apa yang sudah dilakukan oleh *Jawa Timur Park 2*?

2. Apakah yang membuat rombongan sekolah melakukan reservasi dan mengadakan pembelajaran di Museum Satwa?

1.3 Tujuan Praktek Kerja Nyata

1. Mengetahui sejauh mana promosi yang dilakukan oleh Museum Satwa untuk menarik jumlah wisatawan dan berbagai sosialisasi yang dilakukan oleh *Jawa Timur Park 2*
2. Mengetahui apa yang menjadikan rombongan sekolah melakukan reservasi dan mengadakan pembelajaran di Museum Satwa

1.4 Manfaat Praktek Kerja Nyata

1. Menambah wawasan mengenai promosi dan sosialisasi untuk kemajuan pembelajaran di tempat wisata.
2. Menambah pengalaman dan mempelajari sistem kerja di suatu perusahaan.
3. Belajar memandu wisata dan berinteraksi langsung dengan wisatawan.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Wisata

Menurut World Tourism Organisation (Kaseke,1999) kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan wisata. Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Wisata adalah kegiatan perjalanan (*travel*) yang dilakukan atas keinginan sendiri (sukarela), bersifat sementara waktu, bertujuan untuk menikmati objek dan daya tarik wisata di suatu daerah. Pada umumnya orang memberi sebutan kata wisata dengan rekreasi, wisata adalah sebuah perjalanan, namun tidak semua perjalanan dapat dikatakan wisata (Suyitno,2001).

Menurut Fandeli (2001), wisata adalah perjalanan atau sebagai dari kegiatan tersebut dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Menurut Soetomo (1994), yang didasarkan pada ketentuan WATA (*World Association of Travel Agent*), wisata adalah perjalanan keliling selama lebih dari tiga hari, yang diselenggarakan oleh suatu kantor perjalanan di dalam kota dan acaranya antara lain melihat-lihat di berbagai tempat atau kota baik di dalam maupun diluar negeri. Unsur-unsur yang terlibat dalam wisata meliputi hal-hal sebagai berikut (Pendit, 1994):

1. Akomodasi, tempat seseorang untuk tinggal sementara
2. Jasa Boga dan Restoran, industri jasa di bidang penyelenggaraan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial
3. Transportasi dan Jasa Angkutan, industri usaha jasa yang bergerak di bidang angkutan darat, laut dan udara
4. Atraksi Wisata, kegiatan wisata yang dapat menarik perhatian wisatawan atau pengunjung

5. Cinderamata (*Souvenir*), benda yang dijadikan kenang-kenangan untuk dibawa oleh wisatawan pada saat kembali ke tempat asal
6. Biro Perjalanan, badan usaha pelayanan semua proses perjalanan dari berangkat hingga kembali.

2.1.1 Pengertian Wisata Edukasi

Menurut Ritchie dkk (2003) wisata edukasi adalah aktivitas pariwisata yang dilakukan oleh wisatawan yang mengambil liburan sehari dan mereka yang melakukan perjalanan untuk pendidikan dan pembelajaran sebagai tujuan utama ataupun kedua. Wisata edukasi dilihat berdasarkan pengaruh lingkungan eksternal yang mempengaruhi penawaran dan permintaan produk daya tarik wisata edukasi untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda. Wisata edukasi atau pendidikan adalah suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran, studi perbandingan ataupun pengetahuan mengenai bidang kerja yang dikunjunginya. Wisata jenis ini disebut juga sebagai *study tour* atau perjalanan kunjungan pengetahuan (Suwanto,1997).

2.2 Pengertian Promosi

Menurut Boone dkk (2002:129) promosi adalah proses menginformasikan, membujuk,dan mempengaruhi suatu keputusan pembelian, sedangkan menurut Swastha (2000:222), promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang di buat untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Jadi promosi merupakan usaha perusahaan untuk menciptakan kesadaran, memberi sosialisasi dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang di tawarkan perusahaan. Menurut Madura (2001: 157), promosi adalah tindakan menginformasikan atau mengingatkan tentang spesifikasi produk atau merek.

2.2.1 Tujuan Promosi

Menurut Kismono (2001: 374), perusahaan perlu menetapkan tujuan promosi yang akan membantu tercapainya tujuan perusahaan secara lebih luas. Program-program promosi dapat didasarkan satu atau lebih tujuan berikut ini:

1. Memberikan informasi. Tujuan dasar dari semua kegiatan promosi adalah memberikan informasi kepada konsumen potensial tentang produk yang ditawarkan, dimana konsumen dapat membelinya, dan berapa harga yang ditetapkan. Konsumen memerlukan informasi-informasi tersebut dalam pengambilan keputusan pembeliannya
2. Meningkatkan penjualan. Kegiatan promosi juga merupakan salah satu cara meningkatkan penjualan. Perusahaan dapat merancang promosi penjualan dengan memberikan kupon belanja, sampel produk dan sebagainya. Untuk mempengaruhi konsumen mencoba produk yang ditawarkan dengan harga yang lebih murah atau dengan tambahan keuntungan yang lain
3. Menstabilkan penjualan. Pada saat pasar mulai di titik bawah, perusahaan perlu melakukan kegiatan promosi agar tingkat penjualan perusahaan tidak mengalami penurunan yang berarti
4. Memposisikan produk. Perusahaan perlu memposisikan produknya dengan menekankan keunggulan produknya dibandingkan produk pesaing. Strategi promosi yang tepat, seperti iklan, dapat membantu perusahaan
5. Membentuk citra produk. Kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan dapat membantu *image* konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Perusahaan dapat menggunakan media iklan untuk membangun citra produknya dimata konsumen.

2.2.2 Promosi Pariwisata

Promosi pariwisata yang dimaksud di sini adalah kampanye dan propaganda kepariwisataan yang didasarkan atas rencana atau program yang teratur dan secara berkala. Promosi ini ditujukan kepada masyarakat dalam negeri sendiri dengan

maksud dan tujuan menggugah pandangan masyarakat agar mempunyai kesadaran akan kegunaan pariwisata baginya, sehingga industri pariwisata di negeri ini memperoleh dukungan. Promosi ini ditujukan kepada dunia luar dimana kampanye penerangan ini benar-benar mengandung berbagai fasilitas dan atraksi yang unik dan menarik, dapat disajikan kepada wisatawan (Pendit, 1999 : 23).

Sejalan dengan uraian tersebut diatas juga kita mengenal “*promotion intruments*” yang paling banyak digunakan, antara lain (Yoeti, 1996 : 188) :

a. *Advertising*

Advertising merupakan cara yang tepat untuk memberikan hasil produk kepada konsumen yang sama sekali belum mereka kenal. Keuntungan penggunaan *advertising* ini terutama karena dapat menjangkau banyak orang melalui media massa, seperti surat kabar, majalah, tv, radio dan bioskop.

Dalam kepariwisataan, selain *advertising* yang kita kenal melalui media massa, kita juga mengenal *advertising* lain yang peranannya besar untuk promosi kepariwisataan (Yoeti, 1996 : 188) yaitu :

- *Outdoor Travel Advertising*

Advertising ini sifatnya sangat statis, dia hanya ditempatkan pada tempat-tempat yang dianggap strategis di sepanjang jalan, mulai dari *airport*, stasiun, terminal, *shopping center*. Dalam *advertising* ini digunakan kalimat-kalimat yang merupakan slogan yang mudah diingat, karena dibaca sepintas. Di sini lambing, *brand*, atau merk perusahaan memegang peranan penting untuk ditempatkan pada poster atau *Billboard Travel Destination*. Adakalanya *advertising* ini dibuat dengan cat yang mengandung *phosphor* sehingga dapat terlihat dengan jelas pada malam hari.

- *Point of Sale Advertising*

Ini adalah suatu bentuk *advertising* yang pembuatannya disesuaikan dengan tempat di mana pesan *advertising* dimuat. Biasanya jenis *advertising* ini terbuat dari karton yang dibentuk dengan bermacam cara, yang diletakkan di meja atau digantung dalam

ruangan kantor, di jendela, atau berupa *traveling bag*, *pen*, *map* atau untuk menyimpan *travel documents*.

b. *Sales Support*

Sales Support dapat diartikan sebagai bantuan pada penjual dengan memberikan semua bentuk promosi material yang direncanakan untuk diberikan pada umum atau yang khusus ditujukan sebagai perantara. Promosi material dibuat secara lengkap dan mendetail semua informasi tentang transport, akomodasi, bar dan restoran, hiburan, atraksi dan *souvenir shop*. Macam "*sales support*" yang terpenting, misalnya brosur, *leaflets*, *wall-poster*, dan dapat pula dengan jalan memberikan "*point of sale advertising*". Semua promosi material ini dikirim secara berkala kepada perantara seperti hotel, *travel agent*, dan tour operator lainnya.

c. *Public Relation*

Dalam pengertian sehari-hari "*public relation*" dikenal dengan arti hubungan masyarakat, yaitu suatu seksi dalam suatu perusahaan atau organisasi yang tujuannya sebagai juru bicara bagi perusahaan dengan pihak lain yang memerlukan keterangan tentang segala sesuatu mengenai perusahaan, tentunya apa yang hendak diberitahukan tersebut haruslah atas sepengetahuan Dewan Direksi atau pimpinan. *Public relation* tugasnya adalah memelihara hubungan dengan dunia luar perusahaan, memberi informasi yang diperlukan, mengusahakan agar ada kesan baik terhadap perusahaan sehingga mempunyai cara kerja dalam masyarakat. Kegiatan dari *public relation* membagi berita yang dianggap perlu diketahui orang banyak.

2.3 Pengertian Sosialisasi

Menurut Ritzer JR (1987:139) menyatakan, "sosialisasi adalah proses seseorang memperoleh pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlakukannya agar dapat berfungsi sebagai orang dewasa dan sekaligus sebagai pemeran aktif dalam suatu kedudukan atau peranan tertentu di masyarakat". Menurut Macionis (1997: 123) menyebut sosialisasi sebagai pengalaman sosial sepanjang

hidup yang memungkinkan seseorang mengembangkan potensi kemanusiaannya dan mempelajari pola-pola kebudayaan.

2.3.1 Media-Media Sosialisasi

Berikut ini beberapa media sosialisasi (Suhardi dan Sunarti, 2009):

a. Keluarga

Media sosialisasi keluarga yaitu media sosialisasi yang pertama diterima oleh seseorang saat anak-anak, karena pada keluarga terdapat orang-orang terdekatnya seperti ayah, ibu, dan saudara. Melalui lingkungan keluarga, seseorang juga akan mengenal dunia sekitarnya dan pola pergaulan

b. Teman

Teman bermain menjadi media sosialisasi berikutnya, karena teman bermain menjadi media sosialisasi setelah keluarga. Seseorang saat anak-anak akan belajar berinteraksi dengan orang-orang yang sebaya dengannya. Saat proses sosialisasi dengan temannya, seseorang anak akan mempelajari norma-norma dan nilai-nilai yang baru

c. Sekolah

Seorang anak akan mengalami proses sosialisasi di lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan dapat memberikan pengaruh yang sangat besar kepada seorang anak karena disana tempat untuk menimba ilmu, melatih keterampilan dan melatih kemandirian. Disana juga seorang anak akan berinteraksi dengan banyak teman yang sebaya dengannya

d. Media Massa

Media massa dapat menjadi media dalam proses sosialisasi yaitu melalui media cetak dan media elektronik. Media massa dapat mempengaruhi dan mengajarkan kepada seorang individu tentang berbagai macam hal yang belum dia ketahui, baik itu hal yang positif ataupun hal yang negatif. Disinilah peranan orang tua harus bisa mengawasi anak jangan sampai dia terpengaruh oleh hal-hal negatif yang di

berikan oleh media massa karena tidak semua media massa memberikan hal yang positif.

2.4 Pengertian Media

Kamus Besar Ilmu Pengetahuan (dalam Dagun, 2006: 634) media merupakan perantara atau penghubung yang terletak antara dua pihak, atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Dalam konteks dunia pendidikan, Gerlach & Ely (dalam Arsyad, 2002:3) mengungkapkan bahwa media secara garis besar adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap. Dalam pengertian ini, guru, buku teks, dan lingkungan sekolah merupakan media. Secara lebih khusus, pengertian media dalam proses pembelajaran cenderung diartikan sebagai alat grafis, *photografis*, atau elektronik. Menurut Buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Cangara, 2006:119) “Media merupakan alat atau saran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak”.

2.4.1 Jenis-Jenis Media

Menurut Buku Media Pembelajaran (Brets, 2008:52) membagi media berdasarkan indera yang terlibat yaitu :

a. Media audio

Media audio yaitu media yang hanya melibatkan indera pendengaran dan hanya mampu memanipulasi kemampuan suara semata. Dilihat dari sifat pesan yang diterimanya media audio ini menerima pesan verbal dan non – verbal. Pesan verbal audio yakni bahasa lisan atau kata-kata, dan pesan nonverbal audio adalah seperti bunyi – bunyian dan vokalisasi, seperti gerutuan, gumam, musik, dan lain-lain.

b. Media visual

Media visual yaitu media yang hanya melibatkan indera penglihatan. termasuk dalam jenis media ini adalah media cetak -verbal, media cetak-grafis, dan media

visual non-cetak. Pertama, media visual-verbal adalah media visual yang memuat pesan verbal (pesan *linguistik* berbentuk tulisan). Kedua, media visual non-verbal-grafis adalah media visual yang memuat pesan non-verbal yakni berupa symbol-simbol visual atau unsur-unsur grafis, seperti gambar (sketsa, lukisan dan foto), grafik, diagram, bagan, dan peta. Ketiga, media visual non-verbal tiga dimensi adalah media visual yang memiliki tiga dimensi, berupa model, seperti miniatur, *mock up*, *specimen*, dan diorama.

c. Media audio visual

Media audio visual yaitu media yang melibatkan indera pendengaran dan penglihatan sekaligus dalam suatu proses. Sifat pesan yang dapat disalurkan melalui media dapat berupa pesan verbal dan non-verbal yang terdengar layaknya media visual juga pesan verbal yang terdengar layaknya media audio diatas. Pesan visual yang terdengar dan terlihat dapat disajikan melalui program audio visual seperti film dokumenter, film drama, dan lain-lain. Untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal.

2.5 Pengertian Museum

Museum adalah suatu lembaga yang permanen yang melayani kepentingan masyarakat dan kemajuannya, terbuka untuk umum, tidak mencari keuntungan, yang memelihara, meneliti, memamerkan, dan mengkomunikasikan benda-benda pembuktian material manusia dalam lingkungannya untuk tujuan studi, pendidikan, dan rekreasi (Sutaarga, 1981: 23). Menurut Hein (1998:14) Dalam upaya museum mengejar peran sebagai institusi pendidikan yang berhasil dan efisien maka museum perlu memiliki kebijakan untuk mengadopsi teori pendidikan untuk menjelaskan eksibisi museum dan tata pameran, sehingga pengunjung akan menerima pesan-pesan pendidikan secara lebih kuat di museum.

2.5.1 Fungsi Museum

Fungsi dan tugas pokok museum memenuhi hakekat manusia sebagai makhluk budaya (Soetjipto, 1991: 20). Adapun fungsi dan tugas pokok museum yaitu sebagai:

a. Tempat Rekreasi

Museum dengan benda-benda koleksinya yang berupa benda-benda seni budaya mengandung nilai estetika, indah, antik sebagai sumber penawar bagi para pengunjung yang lelah dalam menghadapi kesibukan sehari-hari.

b. Tempat Ilmu Pengetahuan

Benda koleksi museum dapat dimisalkan sebagai orang yang ingin berbicara. Para ahli lah yang dapat menginterpretasikan arti dari benda-benda tersebut dan dari itu kita dapat memperoleh ilmu pengetahuan. Museum adalah alamat yang tepat bagi mereka yang mengadakan penyelidikan atau penelitian

c. Sumber Informasi

Museum dalam arti modern adalah suatu lembaga yang secara aktif melakukan tugasnya di dalam menerangkan dunia manusia dan alam. Misalnya saja museum Perjuangan bertugas menjelaskan alam perjuangan suatu bangsa

d. Sebagai Pendidikan Kebenaran

Pengunjung bukan hanya sekelompok anak atau mahasiswa, tetapi terdiri manusia yang berlainan tingkat kecerdasannya dan tingkat pendidikannya serta kebangsaannya bahkan lain pula pandangan hidupnya. Pameran benda-benda di museum menimbulkan bermacam-macam pengaruh positif. Diantaranya menimbulkan kesadaran tentang persoalan peristiwa sejarah, kehidupan binatang, pertumbuhan tanaman, perkembangan kebudayaan dan lain-lain. Pada pokoknya benda koleksi itu mengajak untuk berfikir logis, konstruktif, dan pragmatis.

BAB 3. METODE PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA NYATA

3.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

3.1.1 Deskripsi Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata adalah suatu bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman belajar bagi mahasiswa dan memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menerapkan ilmu-ilmu yang telah diperoleh di kampus. Praktek Kerja Nyata juga memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk mengenal dan mengetahui secara langsung tentang instansi sebagai salah satu penerapan disiplin dan pengembangan karier. Penulis bermaksud membahas mengenai Sosialisasi dan Promosi Museum Satwa *Jawa Timur Park 2 Batu* Sebagai Pusat Wisata Edukasi.

3.1.2 Lokasi Praktek Kerja Nyata

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata dilakukan di *Jawa Timur Park 2* Jl. Raya Oro-Oro Ombo No.9, Temas, Kec. Batu, Kota Batu, Jawa Timur 65315, Indonesia.

3.1.3 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Jadwal pelaksanaan Praktek Kerja Nyata sesuai Surat Tugas Nomor : 5007/UN25.1.2/SP/2016 yaitu terhitung mulai Januari 2017 sampai dengan April 2017 di *Jawa Timur Park 2 Batu*.

Adapun kegiatan Praktek Kerja Nyata ini dilakukan sesuai dengan kesepakatan dari pihak *Jawa Timur Park 2 Batu* seperti pada Tabel 3.1

Tabel 3.1 Hari dan jam kerja kegiatan Praktek Kerja Nyata di *Jawa Timur Park 2 Batu*

Hari kerja	Jam kerja	Istirahat
Senin s/d Jumat	10.00 - 18.00 WIB	-
Sabtu dan Minggu	09.30 - 18.00 WIB	-

3.2 Ruang Lingkup Pelaksanaan Praktek Kerja nyata

3.2.1 Ruang Lingkup Kegiatan

Dalam pelaksanaan Praktek Kerja Nyata, data yang diperoleh oleh penulis dalam Laporan Tugas Akhir dengan judul “Sosialisasi dan Promosi Museum Satwa *Jawa Timur Park 2* Batu Sebagai Pusat Wisata Edukasi”. Pada pelaksanaan Praktek Kerja Nyata penulis ditempatkan pada bagian pemandu wisata (*guide*).

3.2.2 Kegiatan yang dilakukan Selama Praktek Kerja Nyata

Kegiatan yang dilakukan selama praktek kerja nyata di *Jawa Timur Park 2* Batu adalah mengetahui cara memandu wisata dan rombongan, mengoperatori wahana permainan, mengetahui bagaimana cara kerja sebagai karyawan, memasang gelang tiket kepada setiap pengunjung, mengetahui segala reservasi setiap rombongan yang akan melakukan pembelajaran dan meminta untuk dipandu.

Tabel 3.2 *Daily Activity* Selama di *Jawa Timur Park 2* Batu

Waktu Pelaksanaan	Kegiatan	Hasil
(a)	(b)	(c)
Hari pertama Tanggal 02 Januari 2017 – 31 Januari 2017	1. Diterima di Jawa Timur Park 2 oleh HRD Jawa Timur Park 2 Batu 2. Berkenalan dengan staff HRD Jawa Timur park 2 Batu dan pengarahannya selama melakukan praktek kerja di Jawa Timur Park 2 oleh	1. Mengetahui lingkungan <i>Jawa Timur Park 2</i> Batu. 2. Mengenal staff HRD <i>Jawa Timur Park 2</i> Batu dan mengetahui segala kegiatan praktek yang akan dilakukan selama praktek kerja

(a)	(b)	(c)
	asisten HRD .	berlangsung.
	3. Bertemu dan berkenalan dengan kepala bagian dan kapten area Fantasy Land (area permainan).	3. Mengenal kepala bagian dan penanggung jawab area Fantasy Land (area permainan).
	4. Diperkenalkan dan langsung penempatan untuk tempat praktek kerja selama 1 bulan di area Safari Farm.	4. Mengenal semua karyawan area Safari Farm. Belajar dan menambah pengalaman dalam bidang <i>Guide</i> .
	5. Pembelajaran pertama untuk <i>guide</i> di Safari Farm.	5. Mendapat pengalaman dalam memandu wisatawan dan berbicara.
Tanggal 01 Februari – 11 Februari 2017	1. Rolling untuk penempatan Praktek Kerja Nyata di “Jelajah 5 Benua”. 2. Menjadi operator untuk menjalankan kereta yang digunakan untuk berkeliling 5 benua.	1. Mendapat banyak pengalaman dengan adanya rolling di “Jelajah 5 Benua”. 2. Mengetahui bagaimana menjalankan kereta dengan menggunakan tombol-tombol yang sudah tersedia.

(a)	(b)	(c)
Tanggal 12 Februari – 09 April 2017	Rolling untuk penempatan Praktek Kerja Nyata di “Museum Satwa”. 1. Entrance (melayani pengunjung di pintu masuk Museum Satwa). 2. KPF (Khazanah Pengetahuan Fauna, menjadi pemandu wisata di Museum Satwa). 3. <i>Winter</i> (menjaga awetan satwa beruang kutub yang didatngkan langsung dari kutub utara).	Mengetahui bagaimana cara melayani setiap pengunjung yang memiliki perbedaan sifat atau karakter, dan memasang tiket. 1. Melayani pemesanan <i>guide</i> dan pembelajaran di ruangan Khazanah Pengetahuan Fauna. 2. Belajar bersabar untuk menghadapi wisatawan dengan karakter yang berbeda-beda.
Tanggal 10 April – 30 April 2017	1. Rolling untuk penempatan Praktek Kerja Nyata di “Pintu Masuk <i>Batu Secret Zoo</i> ”. 2. Melayani para pengunjung dengan memasang tiket masuk pada pergelangan tangan pengunjung dan memeriksa barang bawaan pengunjung.	1. Mengetahui cara memasang tiket dan peraturan yang berlaku di area pintu masuk <i>Batu Secret Zoo</i> .

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Adapun data yang digunakan dalam pelaksanaan Praktek Kerja Nyata menggunakan jenis data kualitatif. Menurut Furchan (1999:22) Data kualitatif adalah proses penelitian yang menghasilkan data deskripsi, ucapan/tulisan atau perilaku yang dapat diamati dari orang-orang itu sendiri yang disajikan dalam bentuk uraian terdiri dari kumpulan data non angka. Data kualitatif yang digunakan penulis dalam penelitian ini meliputi hasil wawancara HRD, Marketing dan karyawan *Jawa Timur Park 2 Batu* khususnya Museum Satwa dan observasi atau pengamatan langsung aktivitas karyawan *Jawa Timur Park 2 Batu* khususnya Museum Satwa.

3.3.2 Sumber Data

a. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012:225). Sumber data primer ini berupa catatan hasil wawancara yang diperoleh melalui hasil wawancara HRD, Marketing, dan para karyawan *Jawa Timur Park 2* khususnya Museum Satwa dan observasi di tempat Praktek Kerja Nyata yang penulis lakukan.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen (Sugiyono, 2005:62). Sumber data sekunder ini dapat berupa hasil pengolahan lebih lanjut dari data primer yang disajikan dalam bentuk lain atau dari orang lain (Sugiyono, 2012:225). Data ini digunakan untuk mendukung informasi dari data primer yang diperoleh dari hasil wawancara. Penulis menggunakan data sekunder hasil dari artikel, internet, skripsi, dan lain-lain.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Menurut Stewart dan Cash (2012) “wawancara adalah proses komunikasi interaksi antara dua pihak yang setidaknya satu diantara mereka memiliki tujuan serius yang telah ditetapkan dan melibatkan proses tanya jawab tentang sesuatu”. Melalui wawancara ini penulis menggali informasi secara mendalam dari Marketing, dan karyawan *Jawa Timur Park 2* khususnya Museum Satwa mengenai promosi dan sosialisasi tentang Museum Satwa sebagai wisata edukasi dan pusat pembelajaran yang diterapkan oleh pihak *Jawa Timur Park 2*.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian. Penulis menggunakan buku, internet, artikel, skripsi dan referensi yang berhubungan laporan Praktek Kerja Nyata ini.

c. Observasi

Dalam penyusunan laporan ini, penulis melakukan observasi secara langsung dengan mengamati aktivitas yang dilakukan oleh karyawan *Jawa Timur Park 2* Batu khususnya Museum Satwa dan fasilitas pembelajaran yang disediakan pihak *Jawa Timur Park 2* sebagai alat penunjang pembelajaran di Museum Satwa.

d. Dokumen

Dokumen yang penulis pergunakan berupa arsip manual, arsip dokumen, buku brosur, dan hasil dokumentasi (foto) kegiatan langsung yang dilakukan karyawan Museum Satwa.

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan Praktek Kerja Nyata di *Jawa Timur Park 2 Batu* tentang Sosialisasi dan Promosi Museum Satwa *Jawa Timur Park 2 Batu* Sebagai Pusat Wisata Edukasi dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a. Penjelasan petugas museum serta praktek langsung mengenai pengetahuan tentang binatang yang mengedukasi selalu diabadikan melalui foto, yang akan dilanjutkan untuk dibagi melalui sosial media khususnya *instagram* dan *facebook*. Bentuk lain dari promosi tak langsung adalah melauai pembagian *merchandise* sebagai hadiah dari interaksi petugas dengan para siswa dalam program Khazanah Pengetahuan Fauna. Promosi lainnya yaitu dengan cara sosialisasi yang berfungsi untuk meningkatkan jumlah pengunjung, Museum Satwa melakukan dua cara sosialisasi yaitu *Sales School* dan *Go To School*. *Sales School* adalah sosialisasi ke sekolah-sekolah di wilayah sekitar Batu, dan *Go To School* adalah sosialisasi yang dilakukan ke sekolah-sekolah di luar Kota Batu yang ingin lebih tahu mengenai program serta fasilitas yang dimiliki oleh Museum Satwa. Tim sosialisasi akan memberi pemahaman pembelajaran serta penawaran khusus di Museum Satwa kepada para wali murid dan guru.
- b. Rombongan sekolah tertarik melakukan reservasi di Museum Satwa karena adanya program pembelajaran antara lain pemanduan atau penjelasan diorama-diorama di area Museum Satwa, lembar kerja siswa, dan praktek secara langsung yang dipandu oleh tim edukasi Museum Satwa. Pembahasan lembar kerja siswa serta praktek langsung dilakukan di Khazanah Pengetahuan Fauna Museum Satwa, yang dipandu oleh tim atau presentator yang telah berpengalaman di bidangnya. Sistem pembelajaran yang menyenangkan dan nyaman, membuat para siswa lebih antusias dalam mengikuti pembelajaran di Museum Satwa. Fasilitas pembelajaran yang sudah memadai sangat mendukung adanya pembelajaran di Museum Satwa.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang sekiranya bermanfaat bagi *Jawa Timur Park 2* Batu yaitu:

- a. Sistem promosi harusnya ditambah lagi dengan brosur dan media sosial lainnya agar promosi Museum Satwa dapat menyebar secara merata di setiap media sosial. Sosialisasi dan promosi akan dapat terlaksana dengan baik dan maksimal, sehingga hasilnya pun jauh lebih baik dan sesuai target.
- b. Tim edukasi seharusnya tidak hanya aktif pada satu media sosial saja, karena yang digunakan adalah dua media sosial, sebaiknya antara media sosial satu dan lainnya dapat lebih bersinergi dalam kegiatan mempromosikan Museum Satwa.
- c. Pembelajaran di Museum Satwa seharusnya bisa lebih berinovasi lagi untuk membuat materi, agar tidak selalu monoton pada materi yang sama, supaya ada perubahan dan hal baru setiap harinya. Museum Satwa membutuhkan seseorang yang ahli dalam bidang TI (Teknologi Informasi) untuk merancang dan mendesain sistem pembelajaran yang ada di Museum Satwa. Desain Grafis sangat dibutuhkan untuk membantu tim edukasi dalam membuat alat-alat peraga pembelajaran dan membuat animasi pembelajaran dalam bentuk *file* atau *soft copy*. Tidak seharusnya tim edukasi merangkap semua tugasnya secara pribadi.
- d. Hendaknya pihak *Jawa Timur park 2* melengkapi fasilitas pembelajaran untuk siswa tingkat PAUD, agar ada pembeda antara siswa tingkat Taman Kanak-Kanak dan siswa tingkat PAUD.
- e. Lebih ditingkatkan lagi promosi, sosialisasi, dan fasilitas pembelajaran yang ada di Museum Satwa.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad. 2002. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Boone, Louis E dan Kurtz, David L. 2002. *Pengantar Bisnis*. Jilid ke-1. Terjemahan Anwar Fadriansyah. Jakarta: Erlangga.
- Brets Rudi. 2008. *Media Pembelajaran dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dagun, Save M. 2006. *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Lembaga Pengkajian Budaya.
- Fandeli, C. 2001. *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty.
- Furchan, Arief. 1999. *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Malang : Pustaka Pelajar.
- Hein, George E. 1998. *Learning in The Museum*, New York: Routledge.
- Kaseke, 1999, http://vikhramaditya.blogspot.com/2012/05/teori-taman-hutan_kota.html, (diakses 13 Juli 2017)
- Kismono, Gugup. 2001. *Pengantar Bisnis*. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE.
- Macionis, J. J. 1997. *Sociology: Sixth edition*. New Jersey, Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Madura, Jeff. 2001. *Pengantar Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Pendit S Nyoman, 1994. *Ilmu Pariwisata : Sebuah Pengantar Perdana*, Jakarta PT.Pradnya Paramita.
- Pendit S. Nyoman. 1999. *Wisata Konvensi, Potensi Gede Bisnis Besar*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- Pitana, I Gde. dan Surya Diarta, I Ketut. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

- R. G Soekadijo. 1996. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ritcher Jr. 1987. *An Econometrics Analysis of Income Tax Evasion and Its Detection*. *RAND Journal of Economics*.
- Ritchie, J. R. Brent and Crouch, Geoffrey I. 2003. *The Competitive Destination A Sustainable Tourism Perspective*. Trowbridge: CABI Publishing.
- Soetjipto. 1991. *Museum dan Persoalannya*. Surabaya: PT. Rineka Cipta.
- Soetomo, Anton. 1994. *Buku Pintar dan Sadar Wisata Pendidikan Kepariwisataaan*. Solo: CV Aneka.
- Stewart, C. J., & Cash, William B.. 2012. *Interviu: prinsip dan praktik edisi 13*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABET.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi & Sunarti S. (2009). *Sosiologi 2*. Bandung: Pusat Perbukuan Departemen Pendidikan Nasional.
- Sutaarga, Moh. Amir. 1981. *Capita Selecta Museografia dan Museologi*. Jakarta:Depdikbud.
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Suyitno. 2001. *Perencanaan Wisata*. Yogyakarta: Kanisius.
- Swastha, Basu. 2000. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta : BPFI.
- Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang *Kepariwisataaan Anonim*.
- Wibowo, R dkk. 2016. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: UPT Penerbitan Universitas Jember.
- Yoeti, O. A. 1996. *Pemasaran Pariwisata Terpadu*. Bandung: Angkasa.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Penerimaan Tempat Praktek Kerja Nyata

No : 12/EKS/HRD-JTP2/XII/16
Hal : Pelaksanaan Kegiatan Magang (Praktek Kerja Nyata)

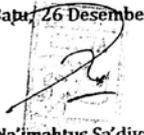
Kepada Yth.
Pembantu Dekan I
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
Up. Drs. Himawan Bayu Patriadi, MA., Ph.D.
Di Jember

Dengan hormat,

Berkaitan dengan datangnya surat nomor 4669/UN25.1.2/SP/2016 tanggal 14 Desember 2016 perihal permohonan Tempat Magang, kami dari manajemen Jatim Park 2 sebelumnya menyampaikan banyak terima kasih karena telah memilih Jatim Park 2 sebagai tujuan Kegiatan Magang (Praktek Kerja Nyata). Dalam hal ini Manajemen Jatim Park 2 siap melakukan kerja sama dalam rangka pelaksanaan Kegiatan Magang bagi Mahasiswa Universitas Jember dengan ketentuan wajib mengikuti standar prosedur yang ada di Jatim Park 2.

Demikian kami sampaikan, kami harapkan kerjasama ini juga terjalin dengan baik, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Batu, 26 Desember 2016


Na'imahtus Sa'diyah
HRD Manager



Lampiran 2. Surat Tugas Melaksanakan Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Jalan Kalimantan 37 - Kampus Bumi Tegalboto
 Telp. (0331) 335586 - 331342, Fax (0331) 335586 Jember 68121
 Email: info@unma.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : 5007/UN25.1.2/SP/2016

Berdasarkan surat dari HRD Manager "PT. Bunga Wangsa Sejati" (Jawa Timur Park 2) tanggal 26 Desember 2016, perihal Pelaksanaan Kegiatan Magang (Praktek Kerja Nyata), maka dengan ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember menugaskan kepada mahasiswa yang namanya tercantum di bawah ini :

No	NAMA	NIM	Program Studi
1.	Dessy Armada Hardiyanti	140903102004	DIII Usaha Perjalanan Wisata
2.	M. Romiz Sudarmun	140903102049	DIII Usaha Perjalanan Wisata

Untuk melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Industri/Praktek Kerja Lapangan di Jawa Timur Park 2 terhitung mulai tanggal 2 Januari 2017 s.d. 31 Mei 2017.

Demikian surat tugas ini untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jember, 30 Desember 2016

a.n Dekan
 Wakil Dekan I,



Drs. Himawan Bayu Patriadi, MA., Ph.D.
 NIP 19610828 199201 1 001

Disampaikan Kepada :

1. Pimpinan Jawa Timur Park 2
2. Kaprodi D3 Usaha Perjalanan Wisata
3. Mahasiswa yang Bersangkutan

Lampiran 3. Surat Tugas Dosen Pembimbing



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Jl. Kalimantan 37 Kampus Tegayoto Telp. (0331) 335586, 331342 Fax. (0331) 335586 Jember 68121

SURAT TUGAS

Nomor: 1311 /UN25.1.2/SP/2017

Berdasarkan Rekomendasi Komisi Bimbingan Tugas Akhir Program Studi D III Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember, maka menugaskan nama tersebut dibawah ini:

NO	NAMA	PANGKAT/ GOLONGAN	JABATAN	KETERANGAN
1.	Rebecha Prananta, S.Si., M.Si NIP 198612032015042002	Penata Muda Tk. I / IIIb	Tenaga Pengajar	DPU

Untuk membimbing karya tulis akhir mahasiswa :

Nama : Dessy Armada Hardiyanti

NIM : 140903102001

Program Studi : D III Usaha Perjalanan Wisata

Judul : Potensi Dan Promosi Museum Satwa Sebagai Pusat Wisata Edukasi Melalui
 Media Sosial Di Jawa Timur *Park 2 Batu*

Demikian untuk mendapat perhatian dan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di Jember
 Pada Tanggal : 3 April 2017
 Dekan

Dr. Ardiyanto, M.Si.
 NIP 195808101987021002

Tembusan
 1. Kasubag. Pendidikan
 2. Mahasiswa yang bersangkutan
 3. Peringgal 6

Lampiran 4. Nilai Hasil Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Kalimantan Kampus Tegalboto Telp. 0331-335586, 331342 Fax. 0331-335586 Jember 68121
Telp. (0331) 332736

NILAI HASIL PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS JEMBER

NO.	INDIKATOR PENILAIAN	NILAI	
		ANGKA	HURUF
1	Penguasaan Materi Tugas	90	A
2	Kemampuan / Kerjasama	90	A
3	Etika	90	A
4	Disiplin	90	A
NILAI RATA - RATA		90	A

Identitas Mahasiswa yang dinilai :

Nama : DESSY ARMADA HARDIYANTI
NIM : 140903102004
Jurusan : Ilmu Administrasi
Program Studi : Diploma III Usaha Perjalanan Wisata

Yang menilai :

Nama : NANING A
Jabatan : STAFF HRD
Instansi : PT BUNGA WANGSA SEDJATI (SATIM PARE 2)
Tanda Tangan :  3/5/17

PEDOMAN PENILAIAN :

NO.	HURUF	ANGKA	KRITERIA
1	A	≥ 80	ISTIMEWA
2	AB	$75 \leq AB < 80$	SANGAT BAIK
3	B	$70 \leq B < 75$	BAIK
4	BC	$65 \leq BC < 70$	CUKUP BAIK
5	C	$60 \leq C < 65$	CUKUP
6	CD	$55 \leq CD < 60$	
7	D	$50 \leq D < 55$	KURANG
8	DE	$45 \leq DE < 50$	SANGAT KURANG
9	E	< 45	

Lampiran 5. Daftar Kegiatan Konsultasi Bimbingan Laporan



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Kalimantan 37 Kampus Tegalboto Jember (031) 335586, 331342 Fax. (031) 335586 Ambar 08121

**DAFTAR KEGIATAN KONSULTASI / BIMBINGAN KARVA TULIS AKHIR
 PROGRAM DIII USAHA PERJALANAN WISATA**

Nama : Desy Armada Hardiyanti
 NIM : 14090102001
 Jurusan : Ilmu Administrasi
 Program Studi : DIII Usaha Perjalanan Wisata
 Alamat : Jl. Letjend Soeparto No.40 Bondowoso

Judul Laporan

(dalam Bahasa Indonesia)

**POTENSI DAN PROMOSI MUSEUM SATWA SEBAGAI PUSAT WISATA EDUKASI
 MELALUI MEDIA SOSIAL**

(dalam Bahasa Inggris)

**POTENTIAL AND PROMOTION OF TOURISM CENTER MUSEUM OF ANIMALS AS
 EDUCATION THROUGH SOCIAL MEDIA IN JAWA TIMUR PARK 2 BATU MALANG**

Dosen Pembimbing :

No	Hari/Tanggal	Jam	Uraian/Keterangan	Tanda Tangan Pembimbing
1.	Jumat 31 Maret 2017	09-30	Pembetulan Judul TA	
2.	Senin Online 08 Mei 2017	16-06	Bimbingan Bab 1	
3.	Sabtu Online 03 Mei 2017	10-41	Revisi Bab 1	
4.	Selasa Online 23 Mei 2017	16-24	Revisi Bab 1	
5.	Jumat Online 24 Mei 2017	13-36	Bimbingan Bab 2	
6.	Sabtu Online 29 Mei 2017	12-24	Bimbingan Bab 2 dan Bab 4	
7.	Sabtu Online 3 Juni 2017	21-20	Revisi Bab 2 dan Bab 3	

8.	Jumat Online 02 Juni 2017	09-58	Bimbingan Bab 4	
9.	Senin 12 Juni 2017	10-30	Bimbingan Bab 1, Bab 2, Bab 3, Bab 4, Bab 5	
10.	Jumat 16 Juni 2017	12-45	ACC Begas Akhir	

Catatan :

- Harap dibawa setiap konsultasi untuk ditanda tangani oleh Dosen Pembimbing
- Diserahkan ke Bagian Akademik pada mofadatar ujian Laporan Akhir (Karya Tulis Akhir)

Lampiran 6. Kegiatan Pembelajaran

Lampiran 7. Kegiatan Memandu di Museum Satwa



Lampiran 8. Diorama-Diorama di Museum Satwa







Lampiran 9. Zona *Winter* Pajangan Awetan Satwa Beruang Kutub



Lampiran 10. Warung Desa di Dalam Museum Satwa



Lampiran 11. Kegiatan Pembelajaran di Khazanah Pengetahuan Fauna

Lampiran 12. Promosi Dengan meng-Upload Foto Kegiatan di Instagram dan Facebook



Lampiran 13. Kegiatan Sosialisasi di Sekolah-Sekolah



Lampiran 14. Kegiatan Pembelajaran Bedah Satwa Oleh Siswa SMP

