

A. Pendahuluan

Public Relations merupakan proses agar membangun hubungan yang baik, menumbuhkan kepercayaan, serta mendorong partisipasi antara individu satu sama lain, serta antara organisasi dengan publik. Hal tersebut diwujudkan melalui penerapan strategi atau program komunikasi yang dialogis, yang menekankan keterlibatan aktif seluruh pihak yang berperan (Kriyantono, 2024). *Public Relations* menjadi pendekatan yang efektif demi membangun citra sebuah perusahaan meskipun perusahaan telah mapan. *Public Relations* menjadi alasan penting karena perannya dalam menumbuhkan kesadaran terhadap citra suatu perusahaan. Dengan demikian, perusahaan bukan hanya mampu mengungguli kompetisi di pasar, tetapi juga secara tidak langsung dapat mempertahankan loyalitas konsumennya (Dewi et al., 2024)

Di Jakarta terdapat sekitar 48 museum, menjadikannya provinsi dengan jumlah museum terbanyak di Indonesia. Jakarta sendiri memiliki 2 museum bank salah satu diantaranya Museum Bank Mandiri. Museum Bank Mandiri yang terletak di kawasan kota tua Jakarta mempunyai nilai sejarah tinggi karena bekas gedung Nederlandsche Handel Maatschappij (NHM) lembaga keuangan pada zaman kolonial Belanda pada tahun 1929 sebab itu, Museum Bank Mandiri masih autentik dalam mempertahankan keaslian arsitektur khas Belanda. Sampai saat ini Museum Mandiri masih tetap aktif sebagai destinasi wisata edukasi dan sejarah. Bangunan museum dirancang oleh arsitek Belanda, F.J.L. Ghijsels, yang mencerminkan gaya arsitektur Art Deco khas dan megah. Setelah Indonesia merdeka, gedung ini mengalami beberapa perubahan fungsi menjadi bagian dari sistem perbankan nasional. Kurun waktu 1998, gedung ini menjadi bagian dari Bank Mandiri, yang menjadi hasil penggabungan dari empat bank milik negara yang terdampak krisis ekonomi kala itu yakni Bank Bumi Daya (BBD), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Ekspor Impor Indonesia (Bank Exim), dan Bank Pembangunan Indonesia (Bapindo). Untuk melestarikan sejarah perbankan Indonesia, gedung ini kemudian dialihfungsikan menjadi museum dan disahkan pada tanggal 2 Oktober 1999 dengan panggilan Museum Bank Mandiri.

Museum menjadi tujuan bagi wisatawan karena menyimpan berbagai koleksi bersejarah. Koleksi didalam museum dapat berupa benda-benda cagar budaya yang mempunyai nilai kebudayaan yang tinggi. Keberadaan koleksi tersebut mencerminkan peradaban masyarakat

pada masa lalu sehingga dapat berfungsi sebagai sarana edukasi yang bernilai sejarah. (Saeroji, 2022). Namun, masyarakat kurang tertarik mengunjungi museum karena mereka menganggap museum kurang memiliki nilai penting dalam kehidupan. Destinasi wisata yang lebih menarik telah menyebabkan ketertarikan publik untuk berkunjung ke museum menjadi rendah. Dengan demikian, museum perlu membangun citra yang menarik agar dapat bersaing dengan berbagai destinasi wisata lain yang tersedia di era konsumerisme saat ini (Suhaimi & Rahmadani, 2021).

Menurut McGehee & Andereck dalam Sahara dkk., (2025), wisata edukasi dapat dipahami sebagai bentuk aktivitas pariwisata yang tidak semata-mata berorientasi pada hiburan, tetapi juga diarahkan untuk memperkaya wawasan dan menghadirkan pengalaman. Dalam konteks pendidikan dan pariwisata, museum dapat berfungsi sebagai destinasi wisata sekaligus media pendidikan nonformal yang dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Setiap daerah pada dasarnya memiliki potensi wisata yang meliputi daya tarik alam, budaya, maupun buatan. Museum sebagai objek wisata dilihat dari daya tarik yang bisa menarik banyak pengunjung umum dan wisatawan, banyak museum yang menekankan pada pengalaman pengunjung seperti pemandu wisata, fasilitas menarik, dan interaksi yang lebih bersifat hiburan. Hal tersebut mengakibatkan pergeseran makna, fokus museum bergeser kepada promosi, daya tarik visual, fasilitas wisata (akses, kenyamanan, keterlibatan sosial) serta pemasaran yang lebih kuat daripada program pendidikan formal museum (Istina, 2022).



Gambar 1 Ulasan Pengunjung

Sumber Tripadvisor, 2025.

Gambar 1.1 menunjukkan hasil ulasan pengunjung pada Tripadvisor dimana Museum Mandiri memperoleh rating rata-rata 3,8 dari 5 dengan total 395 ulasan. Sebagian besar pengunjung memberikan penilaian yang cukup baik dan konsisten. Museum Mandiri dinilai terjangkau, informatif, nyaman, serta cocok untuk edukasi sejarah perbankan. Hal tersebut Meskipun memperoleh penilaian yang relatif positif, hasil ulasan tersebut menunjukkan bahwa Museum Mandiri masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan jumlah kunjungan dan memperkuat citranya secara lebih luas di tengah masyarakat. Rating yang berada pada kategori cukup baik mengindikasikan bahwa kualitas layanan dan pengalaman pengunjung perlu terus ditingkatkan, terutama dalam aspek inovasi program, strategi komunikasi, serta promosi yang berkelanjutan, agar museum tidak hanya dipersepsikan sebagai tempat edukasi yang informatif, tetapi juga sebagai destinasi wisata edukatif yang menarik, relevan, dan kompetitif di tengah beragam pilihan objek wisata lainnya. Berdasarkan hasil rekapan jumlah kunjungan pada tiap bulannya, Museum Mandiri memiliki kisaran 10.000 pengunjung, yang menunjukkan tingkat minat masyarakat yang cukup signifikan terhadap museum tersebut.

Dalam memperkuat daya tariknya, Museum Mandiri aktif di beberapa media sosial, khususnya Instagram dengan akun resmi @museum_mandiri yang memiliki 18,1rb pengikut dan rutin membagikan konten terkait kegiatan, pameran, dan promosi museum. Selain itu, Museum Mandiri juga memiliki kehadiran di Facebook dengan halaman resmi yang digunakan untuk edukasi sejarah perbankan dan informasi seputar museum. Kedua platform ini menjadi media utama Museum Mandiri dalam berinteraksi dengan publik dan membangun citra di dunia digital melalui strategi *Public Relations* mereka.

Selain menampilkan koleksi menarik mengenai sejarah perbankan di Indonesia Museum Mandiri sering mengadakan berbagai *event* menarik yang berkaitan dengan seni, budaya, dan edukasi sejarah perbankan. Museum Mandiri telah meningkatkan fasilitasnya dengan mengembangkan teknologi seperti VR, menyediakan photobox, souvenir corner, selain itu Museum Mandiri menyediakan tempat bersantai bagi pengunjung, seperti area Next Space, Common Space, dan Coffee Shop Factory lounge di mana pengunjung dapat menikmati makanan serta minuman yang dijual di area tersebut. Dengan fasilitas tersebut dapat

menambah kenyamanan pengunjung saat berkunjung, sehingga mereka tidak hanya memperoleh pengalaman edukatif, tetapi juga dapat beristirahat, bermain, dan menikmati suasana dengan lebih santai. Fasilitas ini mendukung kenyamanan dan menaikkan daya tarik museum sebagai destinasi wisata edukasi yang ramah pengunjung. Selain itu museum mandiri juga menjalin kerjasama yang harmonis dengan pihak korporat serta komunitas, hingga dapat memberikan kesan positif dimata publik.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yaitu yang dilakukan Penelitian Amad Saeroji berjudul “Strategi Pengembangan Museum Tosan Aji Purworejo Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan”, (2022). Penelitian ini membahas mengenai strategi pengembangan Museum Tosan Aji Purworejo untuk mengoptimalkan jumlah kunjungan melalui pendekatan manajerial, promosi, dan kerja sama lintas sektor. Museum Tosan Aji merupakan destinasi wisata budaya, didalamnya menyimpan berbagai koleksi benda pusaka dan cagar budaya, seperti keris, tombak, dan gamelan, yang memiliki nilai sejarah tinggi. Namun, museum ini menghadapi tantangan berupa menurunnya minat wisatawan akibat citra museum yang dianggap kuno, minim promosi, dan kurangnya inovasi dalam pengelolaan. Karena itu, penelitian ini bertujuan dalam merumuskan strategi pengembangan yang relevan dengan perkembangan zaman agar museum mampu menarik kembali minat pengunjung.

Dari penelitian terdahulu, dapat ditarik kesimpulan bahwa *Public Relations* merupakan elemen kunci agar membangun citra positif museum sekaligus mempererat hubungan dengan publik. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi dan praktik *Public Relations* yang diterapkan oleh lembaga non-profit, seperti museum, dalam membentuk citra di mata masyarakat serta meningkatkan keterlibatan dan minat kunjungan publik. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, dengan landasan teori PENCILS dari Thomas L. Harris. Dari penjelasan yang sudah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait bagaimana strategi *Public Relations* Museum Mandiri dalam membangun citra sebagai destinasi wisata edukasi?. Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi *Public Relations* Museum Mandiri dalam membangun citra sebagai destinasi wisata edukasi.