

KAJIAN IMPLEMENTASI MODEL *CIRCLE PUBLIC RELATIONS* & *COMMUNICATION* DALAM MENINGKATKAN MINAT BELAJAR BUDAYA PADA ANAK MELALUI PROGRAM *KIDS* *CORNER* MUSEUM NASIONAL

Ajeng Sekar Rarasati¹, Daesy Ekayanthi²

^{1,2}Universitas Sahid, Jakarta

Email Korespondensi: daesy_ekayanthi@usahid.ac.id

ABSTRAK

Artikel ini berisikan hasil penelitian yang terkait dengan ilmu komunikasi, budaya, dan kepariwisataan. Penelitiannya adalah tentang kehadiran program Kids Corner di Museum Nasional Republik Indonesia yang merupakan salah satu program kerja dari bagian hubungan masyarakat Museum Nasional RI. Penelitian ini menguji program Kids Corner menggunakan Model *Circle Public Relations Programming and Communication* dari Rosadi Ruslan; hendak mencari tahu apakah penerapan model ini dapat menciptakan minat belajar budaya pada anak untuk menjadikan budaya Indonesia sebagai warisan yang berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan tujuan terciptanya minat belajar budaya pada anak ini dapat tercapai ketika Humas Museum Nasional RI menggunakan Model *Circle Public Relations Programming and Communication* dalam proses kerja mereka. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. Data didapatkan dari hasil observasi dan wawancara kepada pihak Museum Nasional dan kalangan anak pengguna Kids Corner dan orangtuanya.

Kata kunci: Kids Corner, Museum Nasional RI, Model *Circle Public Relations Programming and Communication*.

ABSTRACT

This is a research based study, that related to communications, culture, and tourism science. The research is about Kids Corner programme in Museum Nasional Republik Indonesia (The National Museum of Republic of Indonesia). Kids Corner is a programme produced by the division of public relations of Museum Nasional Republik Indonesia. The research is to test Kids Corner programme with Circle Public Relations Programming and Communication Model from Rosadi Ruslan; whether the implementation of the model would be able to create the intention to the kids to study and practice Indonesian heritage of culture which disappear from time to time. The research shows that when the model is implemented by public relations division of Museum Nasional Republik Indonesia, it can achieve the intention of the kids to study and practice the Indonesian culture heritage. The research used the descriptive qualitative method. Data was collected by observation and also from interview to Museum Nasional person and kids as the user of Kids Corner as also kids parent.

Keywords: Kids Corner, Museum Nasional Republik Indonesia, *Circle Public Relations Programming and Communication Model*.

PENDAHULUAN

Keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuan tidak lepas dari peranan humas (hubungan masyarakat, *public relations*). Humas memiliki peran yang luas di mana humas tidak hanya sebagai jembatan komunikasi antara organisasi dengan publik, namun juga pihak yang membantu organisasi dalam menangani suatu masalah (*problem solver*). Dengan melakukan riset dan observasi, praktisi humas mampu mendeteksi akar dari suatu permasalahan yang dihadapi organisasi di lapangan. Setelah akar permasalahan terdeteksi, praktisi humas haruslah memiliki model program dan komunikasi yang tepat yang mampu dijadikan solusi dalam menghadapi permasalahan yang terjadi. Dalam hal ini, model dapat berbentuk apapun. Namun, sebelum menerapkan model program kegiatan yang akan dijalankan, seorang humas harus terlebih dahulu menyesuaikan model dengan tujuan yang hendak dicapai organisasi.

Hal ini serupa dengan penelitian yang berkenaan dengan model kehumasan di Museum Nasional Republik Indonesia (selanjutnya disebut sebagai Museum Nasional). Secara umum, museum merupakan pusat penikmatan karya seni dan pengenalan kebudayaan antar daerah dan bangsa. Museum juga menjadi pusat dokumentasi dan penelitian ilmiah dan menjadi pusat penyaluran ilmu pengetahuan untuk umum. Sebagai objek wisata, museum merupakan media pembinaan pendidikan dan ilmu pengetahuan. Museum juga termasuk dalam suaka alam dan suaka budaya yang menjadi cerminan sejarah, manusia, alam, dan kebudayaan.

Museum Nasional merupakan satu dari beberapa museum yang ada di Indonesia. Museum ini adalah museum pertama dan terbesar di Asia Tenggara. Pengelolaan Museum Nasional berada di bawah kementerian yang membidangi kebudayaan, dan berkoordinasi dengan kementerian pariwisata. Museum Nasional terletak di Jln. Merdeka Barat 12 Jakarta Pusat, dibangun di atas tanah seluas 26.500 M². Dalam kompleks Museum Nasional terdapat dua gedung, yaitu: Gedung lama (gedung A) digunakan untuk memamerkan koleksi museum, ruang penyimpanan koleksi (*Storage*), dan Gedung Arca (Gedung B) yang dibuka resmi pada 20 Juni 2007 oleh Presiden RI, Dr. Susilo Bambang Yudhoyono. Gedung B ini digunakan untuk kantor, ruang konferensi, laboratorium, perpustakaan, dan ajang pameran.

Museum Nasional memiliki lima misi dalam melayani masyarakat, yaitu: mewujudkan pengelolaan koleksi sesuai standar internasional, mewujudkan pelayanan prima, mewujudkan museum sebagai sarana edukasi dan rekreasi, mewujudkan kajian pengembangan permuseuman yang berkualitas, mewujudkan tata kelola yang baik dengan pelibatan publik. Terkait humas, kelima misi tersebut diwujudkan dalam beberapa program kerja, yang salah satu program diantaranya adalah program unggulan di Museum Nasional yaitu *Kids Corner*.

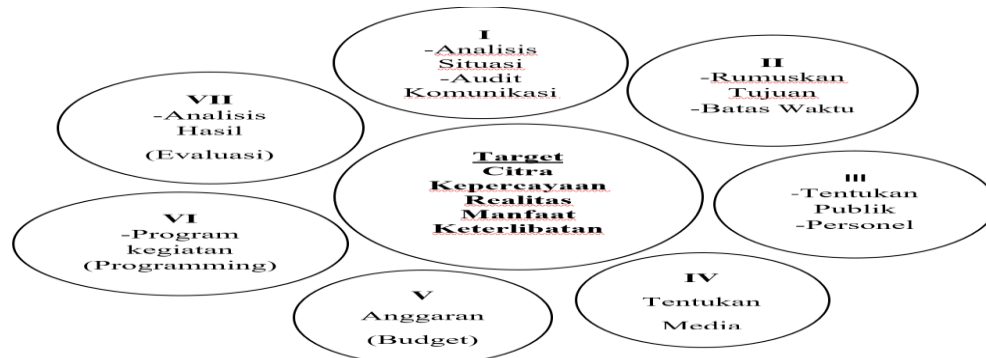
Kids Corner (ruang edukasi anak) merupakan wadah pengenalan budaya pada anak sejak usia dini. *Kids corner* merupakan salah satu upaya Museum Nasional dalam menerapkan perlindungan dan pelestarian budaya Indonesia yang eksistensinya kian menurun ditelan era modern. Museum Nasional menjalani program *kids corner* sebagai bentuk pengabdian kepada kepentingan umum terkait benda warisan dan budaya bangsa Indonesia yang harus dijaga kelestariannya

dengan menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik, bukan untuk memperoleh keuntungan lembaga organisasi karena kegiatan *kids corner* ini dibuka secara gratis sebagai wadah pengenalan budaya pada anak usia dini. Kegiatan yang dilaksanakan di Ruang Edukasi Anak ini meliputi melukis kendi, merangkai manik-manik, membaca buku cerita anak, mewarnai gambar, melukis payung, ada juga kegiatan membatik, memasang *puzzle* dan berbagai macam kegiatan lainnya. Ruangan yang mencakup 231 m² ini dapat menampung sekitar 25-30 anak. Tercatat sudah banyak sekolah-sekolah yang telah memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh Museum Nasional ini (<https://www.museumnasional.or.id>).

Fungsi komunikasi menurut Dedy Mulyana (2015) dibagi menjadi empat fungsi, yaitu: komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental. Dari empat pemahaman fungsi komunikasi di atas, penelitian ini merujuk pada fungsi komunikasi sosial dan ekspresif. Adapun keterkaitannya pada penelitian ini adalah program *kids corner* merupakan program kegiatan yang dilakukan humas Museum Nasional untuk membangun hubungan lebih dekat dengan khalayaknya. Terkait peran humas, Bertrand R. Canfield (Effendy, 2017) menguraikan humas mempunyai tiga fungsi, yaitu: mengabdikan kepada kepentingan umum, memelihara komunikasi yang baik, menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik.

Masalah dalam penelitian ini ialah menemukan analisis yang tepat dalam penerapan sebuah model kerja humas yang dilakukan oleh Museum Nasional. Analisis yang tepat akan membantu Humas Museum Nasional dalam memetakan proses kerja dan hal-hal terkait, yang jika itu masih membawa manfaat maka dapat diteruskan modelnya, dan jika itu kurang tepat maka dapat dikembangkan ke pembuatan model yang lebih baik. Menurut Murty (1990) model adalah suatu representasi yang memadai dari suatu sistem, dan dikatakan memadai jika telah sesuai dengan tujuan dalam pikiran peneliti. Dapat dikatakan bahwa model merupakan suatu perwakilan dari sistem yang sesuai dengan tujuan pada pola pikir peneliti. Tak jauh berbeda, Gordon (1978) mendefinisikan model sebagai suatu kerangka utama informasi sistem yang dikumpulkan untuk mempelajari sistem tersebut. Karena bertujuan untuk mempelajari suatu sistem maka model yang disusun tidaklah hanya satu model saja. Hal ini mengakibatkan satu sistem yang sama dengan berbagai model yang disusun akan memberikan analisis yang berbeda-beda. Atau dapat pula terjadi sebaliknya, bahwa analisis yang sama akan membuat model yang berbeda pada sistem yang sama.

Untuk mendukung penelitian ini, peneliti menggunakan model *Circle PR Programming Communication* yang dikemukakan oleh Rosady Ruslan sebagai acuan dalam menganalisa program *Kids Corner* sebagai strategi humas museum nasional dalam meningkatkan minat belajar budaya pada anak. Berikut ini adalah model *Circle Publik Relations Programming and Communication*:



Gambar 1: Model Circle Public Relations Programming and Communication
Sumber: Praktik dan Solusi PR (Ruslan, 1997:45)

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pada penelitian ini, subjek penelitian harus ditentukan, karena merupakan sumber data untuk memperoleh informasi akurat sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, peneliti memilih Kepala dan Staff Humas Museum Nasional, serta anak-anak dan orangtuanya yang pernah mengikuti program *kids corner* sebagai sumber data pada penelitian ini. Narasumber dipilih oleh peneliti berdasarkan kredibilitas, serta pengetahuan yang dimiliki, sehingga mempermudah peneliti dalam memperoleh jawaban berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu dengan pengamatan secara langsung, antara lain observasi non-partisipan, wawancara terstruktur, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data Model Miles dan Huberman.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

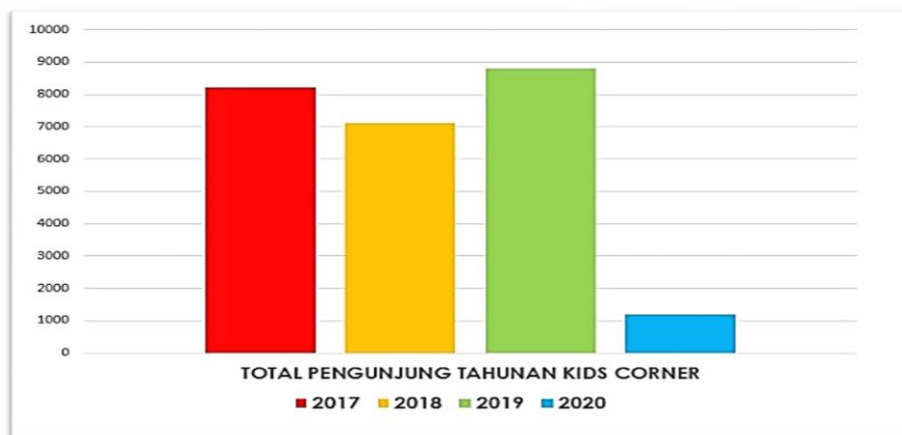
Museum Nasional Indonesia merupakan museum pertama dan terbesar di Asia Tenggara. Museum ini menyimpan sekitar 160.000 benda-benda bernilai sejarah yang terdiri dari tujuh jenis koleksi, yaitu: Prasejarah, Arkeologi masa Klasik atau Hindu-Budha, Numismatik dan Heraldik, Keramik, Etnografi, Geografi dan Sejarah. Museum Nasional Indonesia berada dibawah naungan kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dan bertanggung jawab kepada Deputi Bidang Sejarah dan Purbakala.

Museum Nasional mempunyai tugas melaksanakan pengumpulan, perawatan, pengawetan, penelitian, penyajian, penerbitan hasil penelitian dan memberikan bimbingan edukatif kultural mengenai benda bernilai sejarah, budaya, dan ilmiah bersifat nasional.

Dalam melaksanakan tugas sebagaimana yang dimaksud, Museum Nasional menyelenggarakan fungsi:

1. Pelaksanaan pengumpulan, pengolahan, dan penyajian benda yang bernilai sejarah, budaya, dan ilmiah;
2. Pelaksanaan penyebarluasan dan memperkenalkan kepada masyarakat hasil penelitian kebudayaan daerah dan suku-suku bangsa berdasarkan koleksi;
3. Pelaksanaan konservasi, restorasi dan preparasi koleksi;
4. Pelaksanaan pembuatan reproduksi karya kebudayaan nasional dan penyebarluasan hasilnya kepada masyarakat;
5. Pelaksanaan bimbingan edukatif kultural mengenai benda-benda yang bernilai budaya dan ilmu pengetahuan;
6. Pelaksanaan kegiatan pemasaran;
7. Pelaksanaan pengelolaan perpustakaan, dokumentasi dan penelitian ilmiah;
8. Pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga.

Kids Corner merupakan ruang edukasi anak yang dibuat untuk memperkenalkan budaya Indonesia pada anak usia dini. *Kids Corner* dibuka resmi pada 17 Mei 2015. Luas ruangan yang digunakan untuk kegiatan *Kids Corner* sebesar 231 m² berada di lantai basement, gedung baru museum nasional dan hanya menampung sekitar 25-30 anak.



Tabel 1. Data Pengunjung Tahunan Kids Corner Museum Nasional

Sumber: Informan (staff humas layanan edukasi)

Aep Saepuloh, staff humas layanan edukasi museum nasional, menginformasikan:

“Setiap tahunnya pengunjung *kids corner* selalu mengalami peningkatan. Hanya saja pada tahun 2018 sempat mengalami penurunan pengunjung karena terdapat himbuan akan adanya demo besar-besaran saat sebelum dan pasca pemilihan presiden dan wakil presiden sehingga museum tidak dibuka untuk waktu yang ditentukan. Sementara itu titik terendah pengunjung terjadi pada 2020 karena pandemic covid-19. Pemerintah membuat kebijakan PSBB dimana

museum tidak dibuka untuk umum sebagai upaya pencegahan agar virus tidak menyebar.”

Perencanaan yang matang merupakan hal yang sangat diperhatikan humas Museum Nasional sebelum mengeksekusi suatu program kerja. Hal ini dilakukan agar program kerja dapat berjalan lancar dalam mencapai tujuan dan target yang diinginkan. Langkah awal yang dilakukan humas pada *Model Circle Public Relations Programming and Communications* saat merencanakan program kerja adalah melakukan analisis situasi dan audit komunikasi.

Analisis situasi dan audit komunikasi merupakan tahap awal proses perencanaan program kerja yang dilakukan humas Museum Nasional dengan tujuan untuk memperoleh citra, kepercayaan, manfaat, realitas, keterlibatan public sasaran, serta untuk mengetahui sejauhmana pandangan masyarakat (opini publik) terhadap Museum Nasional. Pada tahap awal metode *circle PR programming and communication* ini, Humas Museum Nasional terjun langsung untuk melihat kondisi dan situasi lapangan untuk mengidentifikasi masalah apa yang dapat diangkat untuk dijadikan dasar dalam membuat program kegiatan. Setelah mengidentifikasi masalah, humas melakukan audit komunikasi dengan pihak internal dan pihak eksternal, dengan tujuan agar humas dapat mempersiapkan apa saja yang dibutuhkan dan perlu dikerjakan guna meningkatkan minat belajar budaya pada anak. Misalnya, dengan melakukan audit komunikasi humas dapat mengetahui sarana prasarana apa saja yang efektif dalam meningkatkan minat belajar budaya pada anak, bagaimana pengemasan kegiatannya, dan lain sebagainya. Salah satu staf humas menyatakan bahwa dari hasil analisa situasi dan kondisi saat itu mendukung Museum Nasional untuk mewujudkan program *kids corner*.

Pada saat merencanakan program kerja, humas Museum Nasional perlu menentukan tujuan yang hendak dicapai. Pada penelitian ini, tujuan humas pada program kerja *kids corner* adalah untuk meningkatkan minat belajar budaya Indonesia pada anak usia dini. Untuk mencapai tujuan tersebut, Model Circle Public Relations *programming and communication* menjabarkan strategi humas yang perlu dilakukan, yaitu: membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan target sasaran, komunikasi yang dijalani harus dua arah, serta melakukan publikasi untuk mempengaruhi target sasaran agar berpersepsi dan beropini seperti yang dikehendaki perusahaan.

Jika dikaitkan dengan Model Circle Public Relations *Programming and Communication*, maka strategi yang dilakukan humas untuk mencapai tujuan pada model *circle PR* adalah seorang humas harus membangun hubungan yang harmonis dengan target sasaran, komunikasi dilakukan secara dua arah, dan melakukan publikasi untuk mempengaruhi persepsi dan opini masyarakat agar sejalan dengan kehendak perusahaan.

Tujuan utama humas pada program *kids corner* yang salah satunya adalah untuk membangun kedekatan antara museum dengan pengunjung. Serta diperkuat dengan kesaksian orang tua yang anaknya sudah merasakan manfaat dari program *kids corner*. Para orang tua mengatakan anak mereka merasa bahagia dan nyaman ketika bermain di *kids corner*, karena disana anak-anak diberikan kebebasan untuk

mengekspresikan diri layaknya di rumah sendiri.

Menentukan waktu yang tepat untuk menjalankan program kerja merupakan hal penting, karena harus disesuaikan dengan kebutuhannya. Kebutuhan pada program *kids corner* adalah untuk mengedukasi anak-anak seputar budaya Indonesia. Maka, waktu yang efektif untuk mengedukasi budaya pada anak adalah pagi hari hingga jam tutup museum, karena dianggap masih *fresh* untuk memulai hari sehingga edukasi akan mudah dipahami anak.

Pada Model Circle Public Relations *Programming and Communication*, humas menentukan public sasaran dengan cara melihat kondisi permasalahan yang dihadapi Museum Nasional serta berdasarkan bentuk pelaksanaan program kegiatan. Pada penelitian ini, program kerja yang akan dibahas adalah *kids corner* yang bentuk kegiatannya adalah memberikan edukasi budaya pada anak. Maka, kelompok publik sasaran (*stakeholders*) yang dipilih humas haruslah yang berkaitan dengan edukasi anak agar dapat meningkatkan minat belajar budaya pada anak.

Dari pendapat orang tua diperoleh data bahwa dalam sehari pemandu yang bertugas pada *kids corner* jumlahnya tidak menentu, bisa satu atau lebih dari satu. Pemandu yang bertugas berkompeten dalam memberikan pemahaman tentang melukis batik dan kendi pada anak-anak. Pemandu dinilai cukup baik, sabar dan ramah pada anak-anak.

Ditemukan adanya kecocokan antara cara humas Museum Nasional menentukan public sasaran dengan cara menentukan public sasaran pada model *circle PR programming and communication*. Menentukan publik sasaran tersebut dilakukan dengan dua acara, yaitu dengan melihat kondisi permasalahan yang dihadapi Museum Nasional, dan berdasarkan bentuk pelaksanaan program kegiatan. Permasalahan yang diangkat pada program *kids corner* adalah jumlah pengunjung anak-anak yang masih sedikit, oleh karena itu publik sasaran pada program *kids corner* berdasarkan latar permasalahan yang diambil adalah anak-anak PAUD/TK sebagai awal perkenalan dengan museum dan juga budaya Indonesia. Sementara jika dilihat dari pelaksanaannya, bentuk kegiatan pada program *kids corner* berupa memberikan edukasi perkenalan budaya pada anak usia dini. Maka, target sasaran (*stakeholder*) yang terlibat pada program *kids corner* dilihat dari bentuk pelaksanaannya adalah yayasan pendidikan anak, komunitas budaya, sekolah PAUD/TK, dan lain-lain.

Media yang digunakan humas Museum Nasional pada program *kids corner* disesuaikan dengan tujuan program kegiatan. Pada penelitian ini, tujuan dari program *kids corner* adalah untuk memberikan edukasi budaya pada anak usia dini. Maka media yang digunakan untuk mempublikasikan *kids corner* haruslah yang berkaitan dengan edukasi anak. Pada Model Circle Public Relations *Programming and Communication* penentuan media merupakan sarana yang dijadikan tolak ukur humas dalam menjangkau target sasaran. media yang digunakan humas pada model ini adalah media elektronik, cetak, dan sebagainya.

Media yang digunakan humas museum nasional untuk menjangkau target sasaran bukan hanya dari media masa Instagram, Facebook, Twiter, website saja tapi juga media partner, yaitu Sekolah-sekolah PAUD/TK yang mendatangkan murid-muridnya, komunitas budaya yang menawarkan jasa pemandu sukarela

pada museum, TransJakarta (Dinas Perhubungan) yang menyediakan jasa transportasi untuk pengunjung museum nasional dan juga mendatangkan wisatawan untuk *tour* ke museum nasional. Dikatakan dengan Model Circle Public Relations *Programming and Communication*, di mana media yang digunakan humas pada model ini adalah media cetak dan elektronik. Teknik lain yang dipilih humas dalam menjangkau target sasaran adalah dengan mencari media partner.

Selanjutnya dari aspek anggaran kegiatan *kids corner*, anggaran yang ditetapkan humas Museum Nasional sebelum mengeksekusi *kids corner* disesuaikan pada bentuk program *kids corner* yang berupa kegiatan edukasi budaya pada anak. Maka jumlah anggaran yang dikeluarkan humas untuk mengelola *kids corner* disesuaikan dengan sarana prasarana selama kegiatan edukasi berlangsung.

Selain itu dari aspek layanan, diperoleh data hasil wawancara dengan beberapa orang pengunjung yang menyatakan bahwa layanan *kids corner* yang diberikan Museum Nasional adalah gratis dalam mengedukasi anak-anak tentang budaya dan mereka hanya diminta untuk membayar tiket masuk museum saja.

Bila dikaitkan dengan Model Circle Public Relations *Programming and Communication*, dapat diketahui bahwa strategi humas museum dalam menentukan anggaran *Kids Corner* sudah sejalan dengan model circle PR. Hal ini dapat dilihat dari nominal anggaran yang diperoleh humas melalui pemahaman bentuk program kegiatan yang akan dijalankan, pada penelitian ini program kegiatannya adalah *kids corner*. Bentuk kegiatan *kids corner* adalah memberikan edukasi budaya pada anak, maka anggaran yang dikeluarkan humas harus berkaitan dengan pemberian edukasi pada anak mulai dari alat dan bahan yang digunakan sampai dengan fasilitas penunjang.

Penetapan program pada Model Circle Public Relations *Programming and Communication* merupakan suatu rencana yang dibentuk secara konseptual melalui struktur jaringan kerja yang memudahkan alur pemantauan dan pengevaluasian.

Evaluasi pada Model Circle Public Relations *Programming and Communication* merupakan kegiatan mengidentifikasi setiap komponen atau tahapan perencanaan dan pelaksanaan. Hasil evaluasi memberikan gambaran keberhasilan program sehingga bisa dijadikan acuan dalam penyusunan atau perencanaan berikutnya. Pada penelitian ini, evaluasi yang dilakukan humas Museum Nasional sejalan dengan model circle PR, yaitu evaluasi dilakukan untuk mengidentifikasi hambatan pada *kids corner* dan bagaimana penanganannya, sehingga bisa dijadikan acuan dalam meminimalisir kesalahan sebelumnya dan menciptakan perencanaan program yang lebih baik kedepannya sebagai hasil akhirnya.

Faktor-faktor yang menghambat kegiatan edukasi budaya pada program *kids corner* bisa berasal dari faktor luar dan faktor dalam. Dari faktor luar, yang menghambat kegiatan edukasi adalah karena program pembatasan mobilisasi orang sehubungan dengan pandemi Covid-19 sehingga *kids corner* harus tutup sementara. Sementara faktor-faktor dari dalam yang menghambat kegiatan

edukasi adalah kurangnya SDM, media audio visual sangat sedikit, ruangan terbatas, perlengkapan edukasi rentan rusak, dan kondisi ruangan di beberapa spot ada rusak. Hal ini sejalan dengan pengakuan orang tua yang anaknya sudah pernah mengikuti rangkaian kegiatan edukasi budaya di *kids corner*.

DISKUSI

Model *Circle PR Programming Communication* sebagai acuan adalah dikarenakan, peneliti menganggap model ini merupakan model yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti, yaitu keterlibatan. Dalam hal ini, keterlibatan merujuk pada keaktifan anak untuk ikut serta dalam program *kids corner* yang menjadikan budaya sebagai kegiatan sehari-hari yang menyenangkan atau hobi baru sehingga terjadinya eksistensi budaya yang berkelanjutan.

Model ini oleh Museum Nasional dinilai sangat ideal menghitung banyaknya jumlah pengunjung yang tiap tahunnya mengalami peningkatan dalam mengikuti rangkaian kegiatan edukasi budaya di *kids corner*. Hal ini terjadi karena faktor-faktor pendukung yang membuat kegiatan edukasi budaya berjalan lancar, dilihat dari fasilitas yang lengkap, karya boleh dibawa pulang secara gratis, dll. Namun, karena ruangan *kids corner* yang terbatas, maka kegiatan edukasi budaya dinilai tidak kondusif oleh berbagai narasumber orang tua anak yang penulis wawancarai pada bab sebelumnya. Hal ini tentu menghambat keberlangsungan kegiatan edukasi budaya di *kids corner*, ditambah lagi dengan wabah virus corona yang melanda membuat jumlah pengunjung *kids corner* mengalami penurunan secara drastis.

Untuk hasil yang maksimal diharapkan ada investasi tempat, layanan, fasilitas yang cukup. Museum Nasional sudah diharapkan menyegerakan pembangunan yang masih dalam proses dan mencari strategi sosialisasi kegiatan ini lebih banyak lagi agar masyarakat luas lebih banyak lagi yang berkunjung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang penerapan model humas Museum Nasional dalam meningkatkan minat belajar budaya pada anak melalui program *kids corner*, menunjukkan bahwa tujuan dari terciptanya minat belajar budaya pada anak adalah untuk menjadikan budaya sebagai warisan yang berkelanjutan, sehingga terjadinya *regenerasi* dalam melindungi identitas asli bangsa Indonesia. Tujuan ini tercapai, dan dapat dikatakan bahwa *Model Circle Public Relations Programming and Communication* yang diimplementasikan oleh humas Museum Nasional dengan baik telah membantu pada tercapainya tujuan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Onong Uchjana (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Gordon, Geoffrey (1978). *System Simulation*. NJ: Prentice Hall, Englewoods Cliffs.
- Murthy, D.N.P., N.W. Page, E.Y. Rodin (1990). *Mathematical Modelling: A Tool for Problem Solving in Engineering, Physical, Biological and Social Sciences*. Oxford: Pergamon Press.
- Mulyana, Dedy (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan (1997). *Praktik dan Solusi PR*. Jakarta: Ghalia.
- Ruslan, Rosady (2010) *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- <https://www.museumnasional.or.id>