

# ABDIMAS

Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat  
<https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/abdimas/>

---

## Peningkatan Kualitas Media Promosi dan Pemberdayaan SDM Museum Keris Nusantara Produksi Buklet & Leaflet Dwibahasa Terbitan Tahun 2021

Bayu Dewa Murti, Bayu Budiharjo, Albertus Agung Yuwono, Ardianna Nuraeni, Nur Saptaningsih, Anita Rusjayanti

Universitas Sebelas Maret, Indonesia

---

### Abstrak

Museum Keris Nusantara (MKN) adalah museum yang mengoleksi dan merawat berbagai jenis keris dari berbagai daerah. Museum ini terletak di kota Surakarta. MKN memiliki koleksi keris yang sangat bervariasi dan sekaligus langka sehingga dapat menarik minat wisata dari penjuru daerah, bahkan dari luar negeri. Untuk dapat menjangkau minat wisatawan lebih banyak, tentu saja didukung dengan promosi yang tepat dan atraktif. Dalam hal ini, buklet dan leaflet adalah media promosinya. Hal tersebut membuka peluang bagi tim pengabdian masyarakat untuk dapat meningkatkan kualitas kedua media promosi tersebut dalam dwibahasa (Indonesia – Inggris) melalui pelatihan dan pendampingan. Dalam kegiatan pelatihan, tim pengabdian masyarakat mengajak semua staf MKN mengembangkan lebih jauh tentang penulisan konten promosi pada buklet dan leaflet selama tiga hari berturut-turut. Kemudian, dilanjutkan dengan kegiatan pendampingan untuk para staf MKN dalam memproduksi konten promosi pada buklet dan leaflet. Hasil dari kedua kegiatan tersebut, MKN berhasil memproduksi konten promosi yang tepat dan atraktif. Namun masih diperlukan pendampingan untuk konten dalam Bahasa Inggris.

**Kata kunci :** pelatihan, pendampingan, promosi, buklet, leaflet

---

### PENDAHULUAN

Salah satu industri yang dapat membantu pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara adalah pariwisata (Wahab, 2003). Sektor ini memiliki cakupan cukup luas yang meliputi wisata budaya, kesehatan, olahraga, komersial, industri, bahari, cagar alam, dan bulan madu (Pendit, 2002). Untuk dapat memaksimalkan sektor tersebut, pemerintah harus melakukan promosi dengan skala yang besar dalam berbagai media. Kotler & Armstrong (2014) memaparkan bahwa terdapat enam jenis media promosi yang dapat digunakan yaitu poster, elektronik, pamflet, ambient, media sosial dan barang dagangan (merchandise). Salah satu media promosi yang akan menjadi fokus pada penelitian ini adalah pamflet, yang mengerucut pada buklet dan leaflet, dalam ranah wisata budaya, yaitu Museum Keris Nusantara di Surakarta. Pada bagian ini, akan dijabarkan lebih rinci mengenai analisis situasi tentang MKN dan permasalahan yang dihadapi.

### Permasalahan Mitra

Saat ini, buklet MKN masih menginduk pada buklet Museum Radya Pustaka (MRP). Hal ini dapat terlihat jelas dari isi buklet yang memunculkan lebih banyak informasi tentang MRP daripada MKN.



**Gambar 1.** Halaman muka buklet MRP

Bagian awal buklet tersebut memuat informasi tentang MRP, mulai dari sejarah berdirinya MRP, manuskrip, benda pusaka keraton, arca, dan wayang. Informasi-informasi tersebut menyita banyak ruang di dalam buklet. Akibatnya, MKN memiliki porsi yang sangat sedikit untuk dapat menonjolkan potensi yang dimiliki, dengan rincian 18 halaman berisi konten promosi MRP dan hanya 8 halaman berisi konten promosi MKN.



**Gambar 2.** Konten tentang MKN yang ada di dalam buklet MRP

Selain itu, judul yang terpampang di halaman muka buklet hanya “Museum Radya Pustaka”, sehingga pengunjung tidak sadar bahwa buklet tersebut juga menyajikan konten promosi MKN. Terlebih lagi, MKN belum memiliki leaflet promosi, sebagaimana MRP. Berikut gambar yang menampilkan secara jelas kondisi buklet MKN.

Hal lain yang dapat ditemukan ialah MKN belum memiliki leaflet. Leaflet yang tim pengabdian masyarakat dapatkan ketika melakukan survei ke MKN adalah leaflet MRP secara keseluruhan.



**Gambar 3.** Leaflet MRP

Ketiadaan leaflet MKN ini juga merupakan permasalahan lain yang dihadapi oleh MKN. Fenomena ini wajar terjadi karena pada saat itu MKN masih di bawah naungan MRP.

Permasalahan terakhir, MKN sudah tiga tahun tidak memperbarui konten promosi pada buklet dan leaflet sehingga informasi terkini yang harus disampaikan ke masyarakat untuk menarik minat wisatawan kurang maksimal. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya kualitas SDM yang mampu mengerjakannya sehingga MKN menyerahkan pembuatan buklet (lama) kepada pihak ketiga.

Ketergantungan pada pihak ketiga ini mengakibatkan MKN kurang mandiri dalam pembuatan dan pengembangan media promosi mereka. Selain itu, konten promosi yang tidak segera diperbarui akan menimbulkan turunnya minat wisatawan untuk berkunjung ke MKN. Mereka akan beranggapan bahwa pihak MKN hanya memiliki koleksi yang terbatas sejak 2017, padahal koleksi MKN terus bertambah setiap tahun. Penambahan koleksi tersebut sejalan dengan kebaruan kajian koleksi unggulan dimana kajian tersebut akan menjadi materi konten promosi dalam buklet dan leaflet.

### **Solusi**

Permasalahan yang disebabkan oleh terbatasnya kualitas SDM MKN membuat pihak MKN begitu tergantung dengan keberadaan dan kesediaan pihak ketiga. Dengan demikian, tanpa kehadiran pihak ketiga, MKN tidak dapat “menyegarkan” konten buklet dengan cepat dan menjamin kualitas isinya secara maksimal. Solusi atas permasalahan tersebut adalah dengan memberikan pelatihan penulisan konten promosi yang memenuhi prinsip-prinsip teks deskriptif persuasif kepada para staf MKN dan/atau mahasiswa yang sedang melakukan magang di MKN.

Pelatihan ini secara spesifik bertujuan untuk membekali pengetahuan tentang karakteristik dan struktur teks deskriptif persuasif berdasarkan prinsip-prinsip kebahasaan yang menyertainya. Selain itu, pelatihan ini juga akan memberikan keterampilan praktik menulis konten promosi teks pariwisata umum, dan secara khusus, praktik menulis konten promosi tentang koleksi unggulan MKN. Dengan demikian MKN mampu berdaya mandiri dalam menyusun media-media promosi lainnya di masa yang akan datang, tanpa bergantung pada pihak ketiga.

MKN kurang leluasa dalam mempromosikan koleksi-koleksinya karena pembatasan ruang dalam media promosi buklet MRP. Dalam buklet yang diterbitkan oleh Dinas Pariwisata Kota Surakarta tahun 2017 tersebut, informasi tentang objek wisata budaya dan edukasi MKN hanya seputar permukaan saja, tidak memberikan informasi yang mendalam. Solusi yang kami tawarkan atas permasalahan kedua ini adalah pendampingan kepada staf MKN dalam menyusun konten promosi buklet dan leaflet khusus MKN terbitan tahun 2021 dan terjemahannya ke bahasa Inggris. Tujuan dari kegiatan pendampingan ini sebagai upaya tindakan berkelanjutan dari kegiatan pelatihan yang dijelaskan sebelumnya, sehingga pengaplikasian materi yang mereka peroleh selama pelatihan tidak terlupakan begitu saja.

### **METODE**

Bagian metode pelaksanaan ini menyajikan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang kami tawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra dengan mendeskripsikannya secara lengkap dan sistematis.

Pelatihan penulisan konten promosi diikuti oleh para staf MKN, termasuk kurator, edukator, serta staf bagian promosi pariwisata MKN. Pelatihan dilaksanakan selama 3 hari di bulan April tanggal 27 - 29 dengan durasi 3 jam per hari. Dengan demikian total durasi pelatihan adalah 9 jam. Pelaksanaan pelatihan diselenggarakan di MKN, Jl. Bhayangkara no. 2, Sriwedari, Kecamatan Laweyan, Surakarta.

Pelatihan hari pertama dimulai dengan pengetahuan dasar tentang teks promosi yang mencakup, fungsi, definisi, jenis, karakteristik kebahasaann, dan penerapan konsep AIDA (*Awareness, Interest, Desire, Action*). Metode pelatihan dilaksanakan dengan cara ceramah, diskusi, dan kerja kelompok atau berpasangan, peserta akan diajak untuk mengingat dan memperluas pengetahuan dan pemahaman mereka tentang teks promosi, khususnya teks promosi berjenis buklet dan leaflet.



**Gambar 4.** *Pelatihan hari pertama*

Pelatihan hari kedua dirancang untuk memberikan pengetahuan dasar tentang teks persuasi yang mencakup fungsi, teknik, strategi, dan praktik menulis.



**Gambar 5.** *Pelatihan hari kedua*

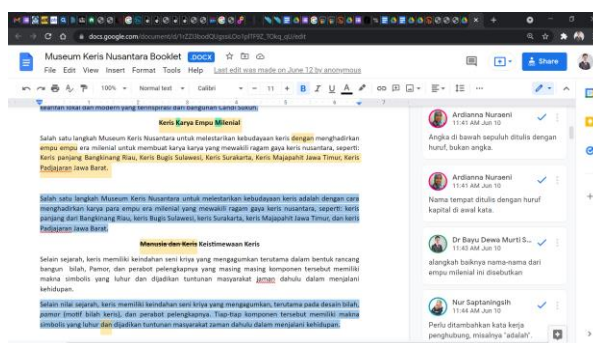
Pelatihan hari ketiga didesain dalam bentuk praktik menulis atau memproduksi konten promosi tentang sebuah daya tarik wisata dengan mengidentifikasi keunggulannya, serta menyajikannya dengan baik dan benar dengan mengimplementasikan materi konsep AIDA dan teknik persuasi. Rincian kegiatannya mencakup menulis konten promosi, diskusi dan presentasi kelompok, evaluasi, dan perbaikan konten promosi yang dihasilkan.



**Gambar 6.** *Pelatihan hari ketiga*

Kegiatan pendampingan dimulai di hari berikutnya setelah pelatihan hari ketiga. Tim pengabdian masyarakat memberikan kesempatan kepada staff MKN untuk mengembangkan lebih lanjut konten promosi untuk buklet dan leaflet yang sudah mereka susun tahap demi tahap di sesi pelatihan. Satu bulan berikutnya, staff MKN menyerahkan naskah buklet dan selang tiga minggu berikutnya mereka menyerahkan naskah leaflet. Kegiatan ini sebetulnya dirancang untuk luring, namun dengan adanya PPKM atau Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat pada tingkat 4 memaksa pendampingan dilaksanakan secara daring melalui *google docs*.

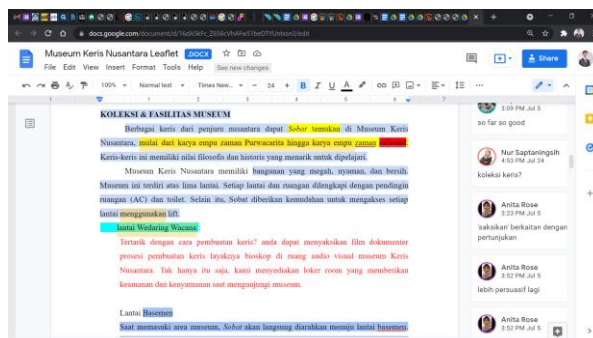
Evaluasi dan diskusi dengan pihak MKN akhirnya dilaksanakan melalui platform *google docs* atau *Gdocs*.



Gambar 7. Pendampingan konten promosi pada buklet

Sebagai contoh, Tim pengabdian menandai kata “Manusia dan Keris” dan mengajukan revisi mengganti kata tersebut dengan “Keistimewaan Keris”. Keputusan ini diambil dengan dasar relevansi konteks yang ada pada konten dengan judulnya. Penjelasan ini disampaikan ke pihak MKN dan mereka dapat menerima argumen tersebut dan setuju dengan revisi yang dilakukan.

Hal yang sama tim pengabdian lakukan ketika mengevaluasi dan merevisi konten pada leaflet melalui Gdocs. Dalam hal ini, tidak banyak revisi yang kami lakukan karena konten yang ada pada leaflet jauh lebih sedikit dari pada konten pada buklet. Sebagai contoh, tim pengabdian memberikan informasi tambahan ke dalam konten leaflet seperti “...mulai dari karya empu zaman Purwacarita hingga karya empu zaman milenial.” Hal ini perlu dilakukan tidak hanya untuk kesesuaian konteksnya, namun juga untuk dapat menarik minat kaum remaja saat ini dengan menunjukkan bahwa terdapat empu pembuat keris di jaman sekarang dengan gaya/pakem modern.



Gambar 8. Pendampingan konten promosi pada leaflet

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Capaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah produksi konten promosi buklet dan leaflet yang eksklusif berisi MKN saja, tidak lagi menginduk pada buklet dan leaflet MRP. Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan sumber daya manusia MKN untuk membuat konten promosi secara mandiri yang sebelumnya selalu terikat oleh pihak ketiga. Staff MKN berhasil menerapkan konsep AIDA ke dalam konten promosinya dengan baik sehingga akan menjadi bekal bagi mereka ketika ingin memperbarui konten buklet dan leaflet tersebut beberapa tahun ke depan. Bahkan, staff MKN dapat menerapkan konsep tersebut ke media promosi lain selain buklet dan leaflet, karena konsep tersebut dapat diterapkan di media promosi apapun.

Buklet dan leaflet tersebut sekarang sedang dalam proses cetak dan akan segera dapat digunakan oleh para pengunjung MKN untuk menambah wawasan terhadap koleksi-koleksi MKN dan menambah minat wisatawan untuk datang berkunjung ke MKN.

## SIMPULAN

Program pelatihan dan pendampingan ini sudah memberikan manfaat yang signifikan kepada staff MKN untuk dapat memproduksi dan mengembangkan konten promosi wisata untuk MKN. MKN memiliki banyak potensi dari segi wisata dan budaya. MKN sering melakukan penelitian dan pengkajian dari koleksi keris yang dimiliki, sehingga informasi-informasi baru tentang keris akan selalu dihasilkan. Informasi tersebut yang akan terus menambah kasanah keilmuan, pengetahuan, hiburan, dan keunikan yang dimiliki oleh MKN. Dengan adanya hal tersebut, tim pengabdian berharap program pengabdian ini dapat berkelanjutan sehingga dapat mendampingi MKN untuk mengembangkan potensi yang dimiliki. Jika perlu berterima kasih kepada pihak tertentu, misalnya sponsor program pengabdian kepada masyarakat, nyatakan dengan jelas dan singkat, hindari pernyataan terima kasih yang berlebihan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, P. & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. Boston: Pearson.  
Pendit, N.S. (2002). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.  
Wahab, S. (2003). *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.