
STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT HIMPUNAN ASTRONOMI AMATIR JAKARTA (HAAJ) DALAM MEMBANGUN KESADARAN ILMU ASTRONOMI DI MASYARAKAT

Rizty Annisa Mardiani
riztyannisa@gmail.com
Eko Putra Boediman
eko.putraboediman@budiluhur.ac.id
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

PUBLIC RELATIONS STRATEGY OF HIMPUNAN ASTRONOMI AMATIR JAKARTA (HAAJ) IN BUILDING AWARENESS OF ASTRONOMY IN THE COMMUNITY

This research is conducted to determine the Public Relations strategy of the Himpunan Astronomi Amatir Jakarta (HAAJ) in building awareness of Astronomy in the community. The result showed that the strategy of HAAJ's Public Relations in building awareness of Astronomy in the community is compatible with the AIDA theory. Although there are still gaps in the existence of Astronomy in the society, HAAJ as one of the few astronomical instruments is trying to change that paradigm, by holding various public-based astronomical activities. With these activities, the vision of "promoting Astronomy", which has been the vision of HAAJ since its first built, has gradually begun to come true. The conclusion of this research which based on the interviews using the AIDA theory, is that the stage Interest and Action have been obtained in the form of seminars and workshop, exhibitions, astronomical discussion forum, Star Party, and Open House Observation (public sky observation), as the strategy which answers the research objectives, which is to discover the public relations strategy of HAAJ in building awareness of Astronomy in the community.

Keywords: Astronomy, Public Relations, Himpunan Astronomi Amatir Jakarta

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu Astronomi di Indonesia, khususnya di Jakarta, dapat dikatakan kurang mendapat perhatian, baik dari pemerintah maupun masyarakatnya, dibandingkan dengan perkembangannya di negara lain yang sudah sangat maju. Faktanya, masyarakat umum di Jakarta masih banyak yang belum mengenal astronomi, atau terkesan belum peduli. Karena hal ini pula, banyak tersebar berita hoaks atau mitos terkait astronomi yang cukup meresahkan dikarenakan kurangnya kesadaran masyarakat mengenai ilmu astronomi. Disinilah peran Hubungan Masyarakat (Humas) dari organisasi pemerintah atau organisasi non-pemerintah berperan dalam sosialisasinya kepada masyarakat, untuk mengomunikasikan masalah ini kepada seluruh lapisan masyarakat, agar

masyarakat tertarik untuk mempelajari, atau paling tidak memahami ilmu Astronomi dan lebih sadar mengenai seberapa pentingnya pengetahuan astronomi dalam kehidupan manusia dan lingkungan.

Sangat disayangkan, seiring berkembangnya zaman, apalagi di era digital saat ini, masyarakat lebih tertarik untuk ber-media sosial dan menghabiskan waktu di pusat perbelanjaan, makan, *hangout* di kedai kopi, atau menonton film di bioskop. Hal ini tentunya berpengaruh terhadap strategi yang sejak dulu diterapkan Humas HAAJ, dan perlu dilihat kembali apakah strategi tersebut masih dianggap dan menarik oleh masyarakat, khususnya generasi muda. Faktanya, masih banyak masyarakat yang belum peduli bahkan belum paham dengan ilmu Astronomi, padahal hal ini sangat

berpengaruh terhadap berapa besar kepedulian yang harus terlihat oleh manusia terhadap apa yang sedang terjadi di bumi, maupun di luar bumi tempat kita tinggal.

Salah satu masalah yang sering dijumpai yaitu penyebaran mitos atau berita hoaks terkait astronomi yang cukup meresahkan bagi sebagian masyarakat karena dapat menimbulkan kepanikan dan kekhawatiran, terlebih dengan teknologi zaman sekarang yang memungkinkan mudahnya segala informasi disebarluaskan. Tanpa pengetahuan mendasar yang cukup mengenai ilmu astronomi, masyarakat akan mudah sekali termakan mitos seperti ini, dan menyebarkan kepada orang sekitarnya, tanpa disaring lebih dulu kebenarannya. Minimnya pengetahuan, kepedulian, ditambah adanya '*gap*' atau kesenjangan antara ilmu ini dengan masyarakat, tidak memperkecil kemungkinan akan membawa masalah yang lebih besar di kemudian hari. Oleh karena itu, peran humas diperlukan dalam meluruskan dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai ilmu tersebut, karena jika masyarakat sadar mengenai astronomi, dan sadar bahwa ilmu ini adalah ilmu yang 'mudah' dan bersahabat, akan membantu meminimalisir kesenjangan yang ada, dan masyarakat akan lebih terbuka untuk melihat pentingnya mengenal ilmu astronomi lebih dalam.

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang dipilih yaitu Humas Himpunan Astronomi Jakarta, karena peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi Humas Himpunan Astronomi Jakarta dalam menumbuhkan kesadaran dan minat terhadap ilmu Astronomi di masyarakat, khususnya di era modern saat ini, di saat teknologi sangat mempengaruhi produktivitas masyarakat, di saat berita mitos atau hoaks sangat mudah tersebar, di saat gim dan media sosial lebih banyak dipilih masyarakat dibandingkan pergi ke luar rumah untuk belajar atau mengamati alam semesta. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk

meneliti "Strategi Humas Himpunan Astronomi Amatir Jakarta dalam Membangun Kesadaran Ilmu Astronomi di Masyarakat".

Strategi humas merupakan strategi komunikasi, Strategi komunikasi "tidak boleh terbatas pada pesan formal, sementara tindakan juga mengandung arti dan, oleh karena itu, harus menjadi bagian dari komunikasi strategis." Proses komunikasi strategis biasanya adalah proses komunikasi yang mengikuti dari rencana strategis organisasi dan berfokus pada peran komunikasi dalam memungkinkan tujuan dan sasaran strategis organisasi." (Vera, 2020:168).

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka peneliti mengidentifikasi penelitian ini dalam sebuah masalah, yaitu bagaimana strategi Humas Himpunan Astronomi Amatir Jakarta (HAAJ) dalam membangun kesadaran ilmu Astronomi di masyarakat?

Berdasarkan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Humas Himpunan Astronomi Amatir Jakarta (HAAJ) dalam membangun kesadaran ilmu Astronomi di masyarakat.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode deskriptif kualitatif, peneliti terjun langsung ke lapangan dan bertindak sebagai pengamat. Dalam deskriptif kualitatif data yang diperoleh peneliti sesuai dengan informasi atau data yang diperoleh dari hasil wawancara yang berupa kata-kata, kata lisan maupun tulisan dari subjek yang diamati. Peneliti adalah instrument kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawancara yang luas.

Penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan penelitian deskriptif yakni penelitian yang berusaha menyajikan gambaran-gambaran berupa kata-kata tertulis atau lisan dari media

untuk memperoleh informasi dan data mengenai situasi dan kondisi yang terjadi.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini. Ada beberapa teknik pengumpulan data yang biasanya dilakukan oleh peneliti, dan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dan data sekunder.

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian atau hasil pengujian (benda). Menurut Kriyanto (2014:41-42), "Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini bisa responden atau subjek riset, dari hasil pengisian kuesioner, wawancara, atau observasi".

Adapun data primer yang digunakan oleh peneliti yaitu Wawancara Semistruktur (*Semistructured Interview*), karena peneliti telah menyiapkan daftar pertanyaan terlebih dahulu, tetapi pada proses wawancara nanti memungkinkan peneliti untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan di luar daftar pertanyaan yang telah disiapkan, pertanyaan-pertanyaan bebas yang masih terkait dengan permasalahan penelitian.

Data primer kedua berupa Observasi. Penelitian ini menggunakan observasi nonpartisipan. Menurut Kriyanto (2014:64) observasi nonpartisipan adalah "observasi dimana periset tidak memosisikan dirinya sebagai anggota yang diteliti". Peneliti selain menggunakan teknik wawancara, dalam penelitian ini juga menggunakan observasi nonpartisipan, karena peneliti hanya bertindak mengobservasi atau mengamati apa yang diriset tanpa ikut terjun melakukan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh objek penelitiannya.

Pada penelitian ini, peneliti juga akan melengkapi data-data dari berbagai sumber lainnya untuk mendukung penelitian ini. Menurut Kriyanto (2014:42), "Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Selain melengkapi, biasanya data sekunder ini sangat membantu periset bila data primer terbatas atau sulit diperoleh.

Adapun data sekunder yang digunakan oleh peneliti yaitu Pendekatan Studi Kepustakaan. Pendekatan ini dilakukan dengan membaca, mempelajari, dan menganalisis dokumen sumber data yang ada, seperti buku-buku. Studi ini dijadikan acuan dalam penyusunan sebuah laporan penelitian yang tersusun sangat baik. Peneliti menggunakan beberapa sumber buku yang dijadikan pedoman dan acuan dalam penelitian ini. Selain dari buku, sumber data lain berasal dari jurnal ilmiah dan *internet* yang digunakan sebagai pembanding objek penelitian. Peneliti juga memperoleh data dari Dokumentasi berupa foto dari kegiatan-kegiatan wawancara yang peneliti lakukan dengan key informan, informan, maupun seluruh pihak HAAJ. Selain itu peneliti juga menggunakan sumber data tambahan seperti brosur, atau dokumen-dokumen lain yang berhubungan dengan masalah penelitian sebagai data pendukung.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang peneliti lakukan dalam menjawab masalah pokok penelitian ini secara kualitatif dengan menggunakan deskriptif. Menurut Effendy Sofian dalam bukunya Metode Penelitian Survey (2008:263), bahwa yang dimaksud teknik analisis data ialah:

"Proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diimplementasikan."

Berdasarkan definisi di atas, dapat dikatakan bahwa deskriptif kualitatif merupakan penelitian dengan memperoleh data-data dengan berbagai bentuk, diantaranya berupa kata-kata,

gambaran, dan bukan angka-angka proses dari analisis data. Setelah melakukan wawancara, peneliti akan mengklasifikasikan data tersebut apakah termasuk data primer dan sekunder.

Data primer merupakan data yang diperoleh dari wawancara yaitu dengan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara, dan observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengamati atau mencatat suatu peristiwa dan menyaksikan objek yang sedang diteliti.

Hasil Penelitian

Peneliti telah melakukan penelitian sejak Maret hingga Juni 2020, dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan wawancara yang peneliti lakukan dengan *Key Informant* dan *Informant*, juga dengan data pendukung lainnya, dengan menggunakan teori yang digunakan dengan hasil observasi dan wawancara untuk mencapai tujuan dari penelitian.

Hasil penelitian ini, peneliti menjelaskan mengenai Strategi Humas HAAJ dalam meningkatkan kesadaran. Menganalisis secara mendalam dengan teknik pengumpulan data dan dari hasil wawancara peneliti dengan *Key Informant* dan *Informant* dengan dilengkapi studi pustaka sebagai teori pendukung peneliti yang berkaitan dengan penelitian berdasarkan wawancara semistruktur.

Strategi Humas

Setiap organisasi tentunya memiliki misi dalam mencapai visi organisasinya. Bentuk dari misi tersebut dapat dilihat dari strategi yang dijalankan oleh anggota organisasi tersebut, termasuk bagian humas. Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai Kak Roni Firmansyah selaku Humas Himpunan Astronomi Amatir Jakarta (HAAJ) yang jabatannya beliau pegang seorang diri:

“Sesuai dengan visi dan misi HAAJ sejak awal berdiri, saya melakukan tugas dan tanggungjawab saya sebagai humas dalam membantu HAAJ memperkenalkan komunitas ini, dan juga program keastronomian yang ada di dalamnya. Sesuai dengan visi HAAJ, yaitu ‘memasyarakatkan ilmu Astronomi’, ya kami upayakan itu. Semua itu bertujuan agar masyarakat semakin kenal dan sadar terhadap eksistensi ilmu ini, khususnya di Jakarta.” (Hasil wawancara dengan Roni Firmansyah, Informan Kunci, pada 13 Juni 2020).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, peneliti dapat menyimpulkan tujuan utama dari strategi humas khususnya dalam organisasi HAAJ yaitu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap ilmu Astronomi.

Bentuk Strategi Humas Himpunan Astronomi Amatir Jakarta (HAAJ) dalam Membangun Kesadaran Ilmu Astronomi di Masyarakat

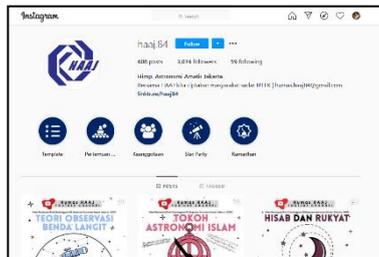
Tiap organisasi tentunya memiliki strategi sendiri dalam memperkenalkan dan menarik perhatian khalayak terhadap produk yang mereka sediakan. Salah satu yang dilakukan yaitu dengan menggunakan teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*). Hal ini dikemukakan oleh Kak Roni Firmansyah selaku Humas HAAJ, yang menjadi informan kunci dalam penelitian ini.

1. *Attention* (Perhatian)

Merupakan tahapan yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat terhadap ilmu Astronomi, begitu pula wadah yang memfasilitasi kegiatan yang berkaitan dengan astronomi, yaitu HAAJ.

Sesuai pernyataan Humas HAAJ dalam wawancara, dapat disimpulkan

bahwa dari seluruh strategi yang diterapkan pada strategi *Attention* di HAAJ, memanfaatkan sistem publikasi melalui media sosial yang meliputi *Instagram, Facebook, Twitter, YouTube,* dan *Website* Resmi HAAJ. Media sosial tersebut berisikan informasi mengenai kegiatan, lokasi, dan dokumentasi lainnya.



Gambar 4.3
Media Sosial *Instagram* HAAJ
(Sumber: [Instagram.com/haaj.84](https://www.instagram.com/haaj.84) diakses pada 29 Juni 2020 pukul 19.45 WIB)



Gambar 4.7
Website Resmi HAAJ
(Sumber: [penjelajahangkasa.com](http://www.penjelajahangkasa.com) diakses pada 30 Juni 2020 pukul 19.30 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga informan dapat disimpulkan bahwa *Attention* yang dilakukan Humas HAAJ dapat mendorong masyarakat agar mengenal dan sadar akan adanya wadah yang memfasilitasi ilmu terkait astronomi.

4.2.2.2 *Interest* (Ketertarikan)

Tahap kedua setelah berhasil meraih perhatian masyarakat, yaitu melakukan tahapan lebih dalam pada pemberian informasi terkait astronomi dan komunitas HAAJ, sehingga masyarakat memiliki kesadaran dan ketertarikan yang

tinggi terhadap ilmu Astronomi. *Interest* memiliki kaitan yang erat dengan *Attention*, dua hal tersebut yang harus diperhatikan oleh Humas HAAJ.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kak Roni selaku *Key Informant*, dapat disimpulkan bahwa *Interest* yang dilakukan Humas HAAJ adalah bertujuan menarik masyarakat dengan memberikan gambaran mengenai manfaat dari mengenal dan mempelajari ilmu ini.



Gambar 4.9
Pameran Astronomi di Planetarium & Observatorium Jakarta
(Sumber: [penjelajahangkasa.com/profil-haaj](http://www.penjelajahangkasa.com) diakses pada 27 Juni 2020 pukul 20.30 WIB)



Gambar 4.10
Seminar dan *Talkshow Astro Party*
(Sumber: [planetarium.jakarta.go.id/haaj](http://www.planetarium.jakarta.go.id/haaj) diakses pada 27 Juni 2020 pukul 20.30 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga informan dapat disimpulkan bahwa *Interest* yang dilakukan Humas HAAJ dalam bentuk kegiatan seminar dan pameran astronomi dapat menarik masyarakat untuk memberikan gambaran mengenai manfaat dari mengenal dan

mempelajari ilmu ini dan mendapatkan informasi paling akurat dan mengenal ilmu Astronomi dengan lebih baik lagi.

4.2.2.3 *Desire* (Keinginan)

Tahap selanjutnya setelah membuat masyarakat tertarik dengan ilmu Astronomi, yaitu bagaimana menciptakan keinginan masyarakat dalam mengenal ilmu Astronomi tersebut lebih dalam dengan mulai bermain dengan logika dan emosi khalayak. *Desire* mengacu pada keinginan masyarakat atau peminat untuk melakukan sesuatu setelah memperoleh informasi melalui pesan yang disajikan. Selain perhatian dan ketertarikan, strategi humas yang baik dapat menimbulkan hasrat atau keinginan dalam otak konsumen terhadap produk dan layanan jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga informan dapat disimpulkan bahwa Humas HAAJ menciptakan *Desire* dengan melakukan sosialisasi guna meyakinkan masyarakat bahwa ilmu Astronomi adalah ilmu yang bersahabat, menyenangkan, terjangkau, dan mudah untuk dipelajari oleh semua kalangan. Hal ini berguna untuk menghapus “gap” atau kesenjangan yang ada dalam benak masyarakat mengenai pandangan mereka terhadap ilmu Astronomi yang terlihat masih “sulit” atau “mewah” sehingga masyarakat tidak segan lagi untuk berkenalan dengan ilmu ini.

4.2.2.4 *Action* (Tindakan)

Tahap terakhir dalam teori yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu bagaimana humas menerapkan strategi guna mendapatkan tindakan nyata dari masyarakat terhadap peran dan kontribusi mereka dalam kesadaran terhadap ilmu Astronomi. *Action* merupakan tahapan dimana konsumen atau dalam hal ini masyarakat, agar mengambil tindakan untuk mulai ‘membeli’ produk atau layanan jasa yang

ditawarkan. Dengan begitu target dari strategi ini telah tercapai.

Sesuai dengan pernyataan Kak Roni selaku *Key Informant*, dapat disimpulkan bahwa *Action* merupakan tahapan akhir dimana setelah HAAJ berhasil menarik minat dan mendapatkan kesadaran masyarakat, hal yang dilakukan selanjutnya yaitu konsisten dalam menjalani kegiatan-kegiatan, mengajak masyarakat untuk berkontribusi, juga selalu mengadakan kegiatan kreatif dan inovatif.



Gambar 4.12
Star Party umum di Bogor
(Sumber: penjelajahangkasa.com/star-party diakses pada 27 Juni 2020 pukul 19.00 WIB)



Gambar 4.13
Open House Observation untuk masyarakat umum di kegiatan Car Free Day
(Sumber: planetarium.jakarta.go.id/haaj diakses pada 27 Juni 2020 pukul 20.00 WIB)



Gambar 4.14

Pengamatan gerhana matahari parsial di Plaza Teater Jakarta
(Sumber: Instagram.com/haaj.84 diakses pada 27 Juni 2020 pukul 20.50 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga informan dapat disimpulkan bahwa Humas HAAJ menciptakan *Action* dengan menyelenggarakan kegiatan menarik yang berkesinambungan dan inovasi-inovasi kegiatan baru terkait astronomi, menyesuaikan dengan kondisi yang terjadi di Indonesia saat ini, sehingga dapat mempertahankan eksistensi ilmu Astronomi dan kesadaran serta minat masyarakat dalam berkontribusi untuk mengenal dan mempelajari ilmu Astronomi.

Pembahasan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat menganalisis dengan mengaitkan antara teori yang digunakan dengan hasil penelitian, untuk mengetahui strategi Humas Himpunan Astronomi Amatir Jakarta (HAAJ) dalam membangun kesadaran ilmu Astronomi di masyarakat. Strategi yang dilaksanakan Humas HAAJ meliputi kegiatan yang berkaitan dengan *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action*. Dimana yang peneliti lihat berdasarkan hasil wawancara dan observasi sudah mencakup seluruh tahapannya.

Strategi yang dilakukan Humas HAAJ merupakan salah satu faktor pendukung keberhasilan komunitas ini dalam memfasilitasi ilmu Astronomi dalam perkembangannya di dalam masyarakat. Upaya Humas dalam mensosialisasikan kegiatan yaitu melalui media sosial maupun secara langsung di tempat umum.

Hasil yang diharapkan yaitu agar masyarakat dapat lebih sadar akan keberadaan ilmu Astronomi dan pentingnya memahami dan mempelajari ilmu ini.

Berdasarkan pembahasan di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa Humas HAAJ mengaplikasikan strategi humas dengan teori AIDA dari Wilbur Schramm yang terdiri dari *Attention* (Perhatian), *Interest* (Ketertarikan), *Desire* (Keinginan), dan *Action* (Tindakan). Peneliti menjabarkan hasil pembahasan berdasarkan keempat faktor dari teori berikut:

1. Attention (Perhatian)

Upaya dan strategi Humas HAAJ dalam menarik *Attention* yaitu dengan perkenalan dan publikasi melalui media sosial. Dari seluruh strategi yang diterapkan pada strategi *Attention* di HAAJ, memanfaatkan sistem publikasi melalui media sosial yang meliputi *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, dan *Website* resmi HAAJ. Media sosial tersebut berisikan informasi mengenai kegiatan, lokasi, dan dokumentasi lainnya. *Attention* yang dilakukan Humas HAAJ dapat mendorong masyarakat agar mengenal dan sadar akan adanya wadah yang memfasilitasi ilmu terkait astronomi.

Peneliti menyimpulkan melalui strategi ini, bahwa Humas HAAJ sudah memberikan perhatian yang cukup baik terhadap media sosial yang mereka gunakan. Meskipun seluruh media sosial sudah terlihat menarik, akan lebih baik apabila unggahan dilakukan lebih sering, sehingga dapat membangun kesadaran atau *awareness* lebih dalam lagi. Akan lebih menarik pula apabila diadakan unggahan di *platform-platform* tersebut dengan berupa trivia (seperti kuis, fakta unik, dan lain sebagainya), yang peneliti yakin akan lebih dapat memikat rasa penasaran pengguna media sosial dalam beberapa detik waktu yang mereka luangkan saat mengunjungi *platform* tertentu dari HAAJ, sebelum akhirnya

menyelami situs dan konten *platform* tersebut.

2. Interest (Ketertarikan)

Strategi Humas HAAJ dalam menciptakan *Interest* yaitu dengan menarik masyarakat dengan memberikan gambaran mengenai manfaat dari mengenal dan mempelajari ilmu Astronomi. Upaya yang dilakukan oleh Humas HAAJ, memanfaatkan kegiatan seminar dan pameran untuk memberikan informasi tersebut. *Interest* yang dilakukan Humas HAAJ dapat mendorong masyarakat agar tertarik dan sadar akan manfaat dari memahami dan mempelajari ilmu Astronomi.

Melalui strategi ini, peneliti menyimpulkan bahwa upaya Humas dalam menciptakan *Interest* terlihat sudah cukup memadai, dengan berbagai kegiatan yang diadakan dan diikutsertai HAAJ. Tentunya akan lebih sempurna lagi, apabila HAAJ lebih banyak melakukan kerjasama dengan organisasi astronomi yang lebih besar di Indonesia seperti *National Institute of Aeronautics and Space* atau dikenal dengan LAPAN (Lembaga Penerbangan dan Antariksa Nasional) dalam peran mereka sebagai Lembaga Pemerintah, yang tentunya akan membantu memfasilitasi kegiatan yang diadakan HAAJ. Begitupula dengan kerjasama dengan organisasi internasional apabila memungkinkan, seperti Pusat Kebudayaan Asing (Rusia, Italia, Amerika), agar mereka berkenan menghadirkan pakar Astronomi/Antariksa dari negaranya untuk menjadi narasumber kegiatan, agar kegiatan yang diadakan lebih besar lagi, dapat menarik khalayak lebih luas lagi.

3. Desire (Keinginan)

Strategi Humas HAAJ dalam manggapai *Desire* di benak masyarakat yaitu dengan memberikan penjelasan lebih dalam dengan mulai bermain dengan logika dan emosi khalayak. Upaya yang dilakukan oleh Humas HAAJ, dengan melakukan sosialisasi yang bertujuan untuk meminimalisir atau menghapus "*gap*" atau kesenjangan yang ada dalam

benak masyarakat mengenai pandangan mereka terhadap ilmu Astronomi yang terlihat masih "sulit" atau "mewah" sehingga masyarakat tidak segan lagi untuk berkenalan dengan ilmu ini.

Melalui strategi ini, peneliti menyimpulkan bahwa upaya Humas dalam menciptakan *Desire* di benak masyarakat terlihat masih kurang maksimal. Kendala yang dimiliki dapat terbentuk dari kurangnya strategi yang dijalankan oleh komunitas atau fasilitator, maupun kondisi dan kebutuhan dari masyarakat sendiri. Seperti kita ketahui, zaman sudah semakin berkembang, ilmu pengetahuan pun berkembang, begitu pula dengan teknologi, gim, dan media sosial. Mempelajari ilmu baru yang dianggap 'berbeda', merupakan pilihan dari tiap individu. Meskipun hal ini merupakan hal yang di luar kendali, namun disitulah Humas ditantang untuk melakukan usaha yang lebih lagi dalam sosialisasi terkait masalah ini. Apabila teknologi dan gim saat ini diminati oleh sebagian besar masyarakat, berarti memungkinkan pula untuk Humas untuk menggunakan fitur tersebut sebagai sarana sosialisasi. Bekerjasama dengan penyedia atau pencipta gim untuk membuat dan meluncurkan permainan berbasis ilmu Astronomi, selain itu, dengan memaksimalkan *platform* media sosial dan *internet* untuk kegiatan sosialisasi, dan lain sebagainya. Hal ini tentunya sedikit demi sedikit akan membantu merubah pandangan masyarakat, dan meyakinkan mereka, bahwa sudut pandang ilmu Astronomi sebagai hal yang menyenangkan, bersahabat, terjangkau, mudah dipelajari itu adalah benar adanya.

4. Action (Tindakan)

Upaya dan strategi Humas HAAJ dalam menciptakan *Action* yaitu dengan menyelenggarakan kegiatan menarik dan kreatif yang berkesinambungan, dan inovasi-inovasi kegiatan baru terkait astronomi, menyesuaikan dengan kondisi yang terjadi di Indonesia saat ini. *Action* yang dilakukan Humas HAAJ guna mengajak dan mendapatkan tindakan

nyata dari masyarakat terhadap peran dan kontribusi mereka dalam kesadaran terhadap ilmu Astronomi.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi yang telah dijalankan Humas HAAJ dalam meningkatkan kesadaran ilmu Astronomi di masyarakat sudah cukup efektif. Teori AIDA dengan baik diterapkan dalam strategi Humas HAAJ dan sudah cukup mencakup semua faktornya. Meskipun begitu, peneliti masih menemukan beberapa kendala dan kekurangan dalam strategi yang dijalankan, sehingga perlu ditelaah dan dipertimbangkan kembali agar kegiatan dan tujuan dicapai dengan lebih maksimal.

Simpulan

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, peneliti menyimpulkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Humas Himpunan Astronomi Amatir Jakarta (HAAJ) dalam upayanya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap ilmu Astronomi sudah cukup baik. Teori yang digunakan dalam penelitian ini sudah sesuai dan mencakup strategi yang diterapkan dengan cukup maksimal dan efektif. Teori AIDA yang diterapkan telah berhasil menarik minat masyarakat terhadap ilmu Astronomi, menggapai seluruh lapisan masyarakat tanpa memandang usia dan profesi. Tahapan ketiga dan keempat dari teori ini, yaitu *Desire* dan *Action* memperlihatkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Humas dalam bentuk sosialisasi dan kegiatan berkesinambungan telah membantu meminimalisir kesenjangan yang ada di benak masyarakat. Masyarakat lebih sadar bahwa ilmu astronomi bukanlah ilmu yang sulit, melainkan bersahabat, menyenangkan, dan mudah diraih. Kesan yang menyenangkan telah terwujud oleh kegiatan yang diadakan oleh HAAJ tiap saatnya. Masyarakat antusias dan mengapresiasi fasilitas dan kegiatan-kegiatan keastronomian berbasis publik yang disediakan oleh komunitas ini. Disinilah menariknya bagi peneliti untuk

membahas dan meneliti peran komunitas, khususnya yang dipegang oleh bagian Humas, dalam perannya mengakomodasi kebutuhan masyarakat terhadap hal-hal tertentu. Hobi, minat, ketertarikan, ataupun pengalaman baru yang kadang dianggap sepele namun sebenarnya perlu dipertimbangkan keberadaannya.

Meskipun begitu, peneliti menyadari masih adanya kesenjangan antara ilmu ini dengan masyarakat. Pada era yang kita katakan modern saat ini, perkembangan astronomi di dunia sudah semakin maju. Namun, perkembangannya di Indonesia seolah jalan di tempat. Faktanya, masyarakat umum di nusantara masih banyak yang belum mengenal astronomi. Sebagian kecil masyarakat telah mengenalnya, namun masih menganggapnya sebagai ilmu yang “mewah”, tak tersentuh oleh kalangan non-akademik. HAAJ, sebagai salah satu dari sekian sedikit instrumen astronomi yang ada mencoba untuk mengubah paradigma tersebut, dengan mengadakan berbagai kegiatan astronomis yang berbasis publik. Dengan adanya kegiatan-kegiatan tersebut, diharapkan visi “memasyarakatkan ilmu Astronomi”, yang telah menjadi visi HAAJ sejak berdiri, dapat terwujud. Meskipun pada akhirnya, keputusan untuk mengenal dan mempelajari ilmu Astronomi lebih dalam kembali ke tangan masyarakat sendiri, dan kenyataan bahwa hal tersebut adalah di luar kendali Humas maupun fasilitator lain dalam bidang ilmu manapun. Di sinilah tantangan bagi Humas HAAJ dalam mensosialisasikan ilmu ini. Dapat dilihat banyak masyarakat yang pada akhirnya tertarik dan lebih sadar akan keberadaan ilmu ini, sebagian dari mereka memutuskan untuk belajar sendiri, sebagian lain memutuskan untuk ikut kegiatan keastronomian lainnya, entah itu yang diselenggarakan oleh HAAJ maupun Planetarium Jakarta. Namun, tak dapat dipungkiri pula, bahwa sebagian masyarakat lainnya tetap memutuskan untuk belum tertarik dan memilih kegiatan

lain dan masih kurang sadar terhadap eksistensi ilmu Astronomi.

Saran

Selama melakukan penelitian mengenai strategi humas Himpunan Astronomi Jakarta (HAAJ) dalam membangun kesadaran ilmu Astronomi di masyarakat, peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

Saran Teoritis

Peneliti mengharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai strategi humas organisasi atau komunitas berbasis keastronomian maupun bidang ilmu lainnya, sehingga kegiatan organisasi atau komunitas dapat berjalan sesuai dengan visi misi yang telah ditentukan sebelumnya dan menjadi sarana pendukung pembelajaran bagi masyarakat umum dan khusus. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Maka dari itu, penulis menyarankan untuk:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperhatikan faktor-faktor atau penyebab lain dari kurangnya kesadaran terhadap ilmu pengetahuan, khususnya ilmu Astronomi. Hal ini penting agar hasil penelitian dapat diselami lebih dalam lagi dan menjadi acuan bagi organisasi yang diteliti dan juga khalayak umum.
2. Wilayah pengambilan informan hanya terbatas pada lokasi tertentu, juga dikarenakan kondisi pembatasan sosial di masa COVID-19, sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas wilayah penelitian, sehingga dapat diperoleh hasil yang lebih signifikan dan maksimal.
3. Ada baiknya untuk penelitian sejenis selanjutnya mengambil subjek dan informan yang lebih banyak, dari beberapa kategori usia atau pekerjaan. Hal ini penting supaya dapat dijadikan referensi perbandingan dari setiap klasifikasi.

Saran Praktis

Sesuai dengan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, peneliti membahas terkait teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*) yang sudah diterapkan organisasi ini, khususnya oleh Humas. Peneliti menyimpulkan bahwa Teori AIDA cukup mengena di dalam strategi Humas HAAJ. Meskipun begitu, peneliti menyarankan beberapa hal di bawah ini untuk dijadikan bahan pertimbangan.

1. Attention (Perhatian)

Seluruh media sosial sudah terlihat menarik, namun akan lebih baik apabila unggahan dilakukan lebih sering, sehingga dapat membangun kesadaran atau *awareness* lebih dalam lagi. Akan lebih menarik pula apabila diadakan unggahan di *platform-platform* tersebut dengan berupa trivia (seperti kuis, fakta unik, dan lain sebagainya). Menyunting video di *YouTube* agar lebih ringkas. Memperbaharui data, dokumentasi, dan unggahan di *Website* resmi HAAJ.

2. Interest (Ketertarikan)

Meskipun sudah cukup memadai, namun peneliti menyarankan HAAJ untuk melakukan lebih banyak kerjasama dengan organisasi astronomi yang lebih besar di Indonesia seperti *National Institute of Aeronautics and Space* atau dikenal dengan LAPAN (Lembaga Penerbangan dan Antariksa Nasional) dalam peran mereka sebagai Lembaga Pemerintah, yang tentunya akan membantu memfasilitasi kegiatan yang diadakan HAAJ. Begitupula dengan kerjasama dengan organisasi internasional apabila memungkinkan, seperti Pusat Kebudayaan Asing (Rusia, Italia, Amerika), agar mereka berkenan menghadirkan pakar Astronomi/Antariksa dari negaranya untuk menjadi narasumber kegiatan, agar kegiatan yang diadakan lebih besar lagi, dapat menarik khalayak lebih luas lagi.

3. Desire (Keinginan)

Guna menciptakan keinginan yang lebih maksimal di benak masyarakat, Humas ditantang untuk melakukan usaha yang lebih lagi dalam sosialisasi. Apabila teknologi dan gim saat ini diminati oleh sebagian besar masyarakat, berarti memungkinkan pula untuk Humas untuk menggunakan fitur tersebut sebagai sarana sosialisasi. Bekerjasama dengan penyedia atau pencipta gim untuk membuat dan meluncurkan permainan berbasis ilmu Astronomi, selain itu, dengan memaksimalkan *platform* media sosial dan *internet* untuk kegiatan sosialisasi, dan lain sebagainya. Hal ini tentunya sedikit demi sedikit akan membantu merubah pandangan masyarakat, dan meyakinkan mereka, bahwa sudut pandang ilmu Astronomi sebagai hal yang menyenangkan, bersahabat, terjangkau, mudah dipelajari itu adalah benar adanya.

4. Action (Tindakan)

1. Dalam kegiatan Pertemuan Rutin Dwimingguan dan *Star Party*, perlu untuk diadakan kuesioner kepuasan peserta tiap akhir pertemuan. Agar dapat diketahui *feedback* dari masyarakat, dan apabila ada kritik dan saran mengenai materi yang disampaikan, serta memastikan peserta dan masyarakat yang ikut saat itu, datang kembali di pertemuan selanjutnya.
2. Dalam kegiatan observasi atau peneropongan umum, perlu dipertimbangkan jumlah teleskop yang disediakan kadang agar tidak terjadi antrean. Selain itu, perlu juga dipertimbangkan kondisi cuaca saat melakukan peneropongan umum dengan persiapan perlengkapan pendukung seperti tenda bagi yang sedang antre atau menunggu giliran menggunakan teleskop tersebut jika kondisi sedang panas dan ramai agar masyarakat yang ikut serta merasa lebih nyaman.
3. Bahasa yang digunakan HAAJ yang bersifat universal, akan lebih baik

apabila dibuat pula konten dengan bahasa daerah tertentu, agar dapat dijamah oleh masyarakat dari seluruh Indonesia. Pertimbangan pula untuk dibuat bahasa isyarat khusus astronomi, agar masyarakat penyandang tuna rungu dapat berkomunikasi mengenai ilmu Astronomi.

4. Pertimbangan untuk mengadakan program baru mungkin dapat dijadikan masukan bagi Humas HAAJ seperti seperti "Program Planetarium Berjalan" agar lebih mudah dijangkau masyarakat di luar pusat kota.
5. Pertimbangan untuk mengadakan pengalaman langsung dalam "Museum Astronomi". Masyarakat modern saat ini tertarik dengan edukasi mendalam mengenai hal-hal yang ada di sekeliling mereka. *Personal experience* yang kreatif akan menjadi pengalaman langsung yang lebih mudah melekat di benak mereka. Fasilitas seperti museum dimana di dalamnya masyarakat dapat merasakan langsung sensasi berada di planet Mars dengan tanah berwarna merah, atau planet Neptunus yang dingin, juga sensasi *zero gravity* saat berada di luar angkasa atau di dalam pesawat luar angkasa, melihat Bulan dan Planet 'dari dekat' bukan sekedar melalui teleskop, namun langsung dalam bentuk studio simulator yang disulap sedemikian rupa, tentunya akan sangat seru, menarik, dan membangun minat dan kesadaran masyarakat lebih besar lagi untuk mengenal ilmu ini.

Peneliti berharap Himpunan Astronomi Amatir Jakarta dapat lebih giat lagi dan selalu konsisten dalam menjalankan strateginya, guna membangun kesadaran ilmu Astronomi di masyarakat, dan mengurangi kesenjangan yang ada dalam masyarakat, dengan program dan kegiatan-kegiatan yang

positif, kreatif, inovatif, dan berkesibungannya. Peneliti juga berharap dengan kegiatan yang telah dan akan dijalankan HAAJ, dapat menjadi pencerahan bagi ilmu Astronomi dan dapat berkembang di masyarakat dengan bantuan dari berbagai pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Admiranto, A. Gunawan. 2009. *Menjelajahi Bintang, Galaksi dan Alam Semesta*. Yogyakarta: Kanisius.
- Anggoro, M. Linggar. 2002. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia Edisi I*. Jakarta: Bumi aksara.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relatios Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Chandra, Deded, dkk. 2016. *Dasar-Dasar Astronomi: Edisi 1*, Jakarta: Kencana (PrenadaMedia).
- Dewi, Liza Dwi Ratna. 2008. *Teori Komunikasi*. Tangerang: Renata Pratama Media.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 2017. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hasibuan, Malayu. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Heryanto, Gun Gun, dkk. 2012. *Public Relations Politik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jeffkins, Frank. 2004. *Public Relations: Fifth Edition*. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, Stephen W. 2011. *Ensiklopedia Teori Komunikasi Jilid 2*. Jakarta: Kencana.
- Nurjaman, Kadar, dkk. 2012. *Komunikasi & Public Relation*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin, dkk. 2017. *Metode Penelitian Komunikasi: Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Vera, Nawiroh. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Vera, Nawiroh. (2020). Strategi Komunikasi Dosen Dan Mahasiswa Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Daring Selama Pandemic Covid-19. *Avant Garde*, 8(2), 165–177.
- Widjaja, H.A.W. Drs. 2010. *Komunikasi & Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara

Sumber lain:

Jurnal

- Zeman, Adam. 2001. *Consciousness*. Oxford Academic. Volume 124, halaman 1263–1289 diakses dari <https://academic.oup.com/brain/article/124/7/1263/285461> pada Senin, 20 Juli pukul 20.00 WIB.

Internet

- Himpunan Astronomi Amatir Jakarta, "Tentang Kami", diakses dari <https://penjelajahangkasa.com/profil-himpunan-astronomi-amatir->

[jakarta](#) pada Minggu, 12 Januari pukul 20.45 WIB.

Widya Sawitar, “Sekilas Sejarah Perkembangan Astronomi Di Indonesia”, diakses dari <https://planetarium.jakarta.go.id/index.php/artikel-astronomi/63-sekilas-sejarah-perkembangan-astronomi-di-indonesia> pada Sabtu, 18 Januari 2020 pukul 09.20 WIB.

Wikipedia, “Himpunan Astronomi Amatir Jakarta” diakses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Himpunan_Astronomi_Amatir_Jakarta pada Sabtu, 16 Mei 2020 pukul 19.15 WIB.

Vivi, “Menjadi Astronom Amatir, mengapa tidak?”, diakses dari <https://aikon.org/menjadi-astronom-amatir-mengapa-tidak/> pada Rabu, 10 Juni 2020 pukul 18.30 WIB