

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Kota Semarang merupakan Ibukota Provinsi Jawa Tengah dan memiliki beragam budaya, seni serta wisata yang telah dikenal keindahannya di Indonesia. Ibukota Jawa Tengah ini berada di pesisir utara pulau jawa yang dilintasi oleh jalur pantura yang merupakan jalur terpadat di pulau jawa. Perkembangan zaman yang ada membuat Kota Semarang mengalami beberapa peningkatan yang signifikan pada sektor ekonomi, pembangunan maupun pariwisata. Saat ini dapat dilihat banyak sekali bangunan pencakar langit yang sedang dibangun, serta menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan di seluruh daerah Kota Semarang.

Kota Semarang juga dikenal sebagai salah satu kota wisata di Indonesia. Wisata yang ada dapat berupa wisata alam, wisata religi, wisata kuliner maupun wisata sejarah. Potensi wisata sejarah kota Semarang dapat dilihat dari berbagai macam bangunan tua dan cerita-cerita sejarah yang ada. Bukti sejarah kota Semarang dapat dilihat dari beberapa wisata bangunan tua seperti Lawang Sewu dan Kota Tua serta beberapa museum yang tersebar di kota Semarang.

Museum yang ada di Kota Semarang memiliki potensi wisata sejarah yang menarik. Beberapa museum tersebut diantaranya adalah Museum Ranggawarsita, Museum Jamu Nyonya Meneer dan Museum Perkembangan Islam Jawa Tengah. Selain itu juga terdapat Museum Mandala Bhakti yang menyimpan benda-benda bersejarah pada masa kemerdekaan di Kota Semarang.

Museum Mandala Bhakti merupakan museum TNI Angkatan Darat yang menjadi saksi lahirnya TNI Angkatan Darat di Indonesia. Museum Mandala Bhakti menyimpan ribuan benda berharga dari masa penjajahan, arsip dan dokumen penting yang merupakan bukti dari sejarah TNI Angkatan Darat Indonesia. Begitu juga dengan koleksi-koleksi peralatan perang yang ada termasuk peralatan perang tradisional dan modern. Banyak pengetahuan yang bisa didapatkan dari museum

ini, mulai dari pengetahuan rangkaian cerita sejarah sampai persenjataan nasional yang pernah dipakai Indonesia untuk melawan *Colonial* Belanda.

Museum Mandala Bhakti memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan rasa nasionalisme. Rasa nasionalisme tumbuh sebagai modal pembangunan dalam mengisi kemerdekaan. Namun sangat disayangkan kini museum tidak lagi diminati oleh masyarakat Kota Semarang. Banyak masyarakat menganggap museum adalah tempat yang kurang menyenangkan karena kurangnya perawatan dan pemeliharaan.

Diperlukan citra baru dari Museum Mandala Bhakti dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Museum Mandala Bhakti belum memiliki identitas visual yang sesuai dengan ciri khas dari museum perjuangan TNI AD. Pembuatan media promosi dilakukan untuk menarik pengunjung datang ke Museum Mandala Bhakti.

Oleh karena itu dalam menciptakan citra baru dari Museum Mandala Bhakti diperlukan perancangan identitas visual. Setelah mendapatkan identitas visual yang sesuai dengan karakter Museum Mandala Bhakti maka diperlukan penerapan identitas dalam berbagai media promosi. Penulis akan melakukan penelitian mengenai Identitas Visual dan Media Promosi Museum Mandala Bhakti.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka inti permasalahan yang dapat disimpulkan adalah :

- a. Masyarakat menganggap museum kurang menyenangkan dan membosankan.
- b. Diperlukan identitas visual baru dalam meningkatkan citra museum Mandala Bhakti.
- c. Promosi yang dilakukan oleh pihak Museum Mandala Bhakti dirasa masih kurang dalam menarik minat pengunjung.

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang terdapat dalam perancangan ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana membuat identitas visual dalam meningkatkan citra Museum Mandala Bhakti?
- b. Bagaimana implementasi dari identitas visual pada media informasi dan media promosi Museum Mandala Bhakti?

1.3 Ruang Lingkup

Perancangan Tugas Akhir yang dilakukan sejak bulan Februari pada tahun 2015 ini memfokuskan diri pada sebuah Museum Mandala Bhakti yang berlokasi di Jl. MGR. Soegijapranata No.1, Kawasan Tugu Muda, Semarang.

Adapun cakupan objek yang akan dikaji dalam perancangan Tugas Akhir ini adalah Identitas visual dan Media promosi Museum Mandala Bhakti. Dimaksudkan guna membuat citra baru museum dan mengimplementasikan pada setiap media promosi yang dirancang.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan diadakannya perancangan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

- a. Merancang identitas visual Museum Mandala Bhakti
- b. Implementasi identitas visual pada setiap media promosi dalam menunjang minat kunjungan Museum Mandala Bhakti.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Metode pengumpulan data

a. Observasi

Menurut Supardi (2006:88), Metode observasi merupakan metode pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Studi ini merupakan studi praktek dimana penulis melakukan kunjungan atau *survey* di Kota Semarang.

b. Studi Pustaka

Menurut Nazir (1998 : 112) Studi kepustakaan merupakan langkah yang penting dimana setelah seorang peneliti menetapkan topik penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori yang berkaitan dengan topik penelitian. Dalam pencarian teori, peneliti akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan. Sumber-sumber kepustakaan dapat diperoleh dari : buku, jurnal, majalah, hasil-hasil penelitian dan sumber-sumber lainnya yang sesuai (internet, koran dll). Studi ini dilakukan dengan pengumpulan data, cara membaca, dan mempelajari buku, serta literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan.

c. Wawancara

Menurut Sugiono (2009:317) Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu dan dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi yang tidak mungkin bisa ditemukan melalui observasi. Metode ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang berpengalaman atau berkaitan dengan objek permasalahan.

d. Kuesioner

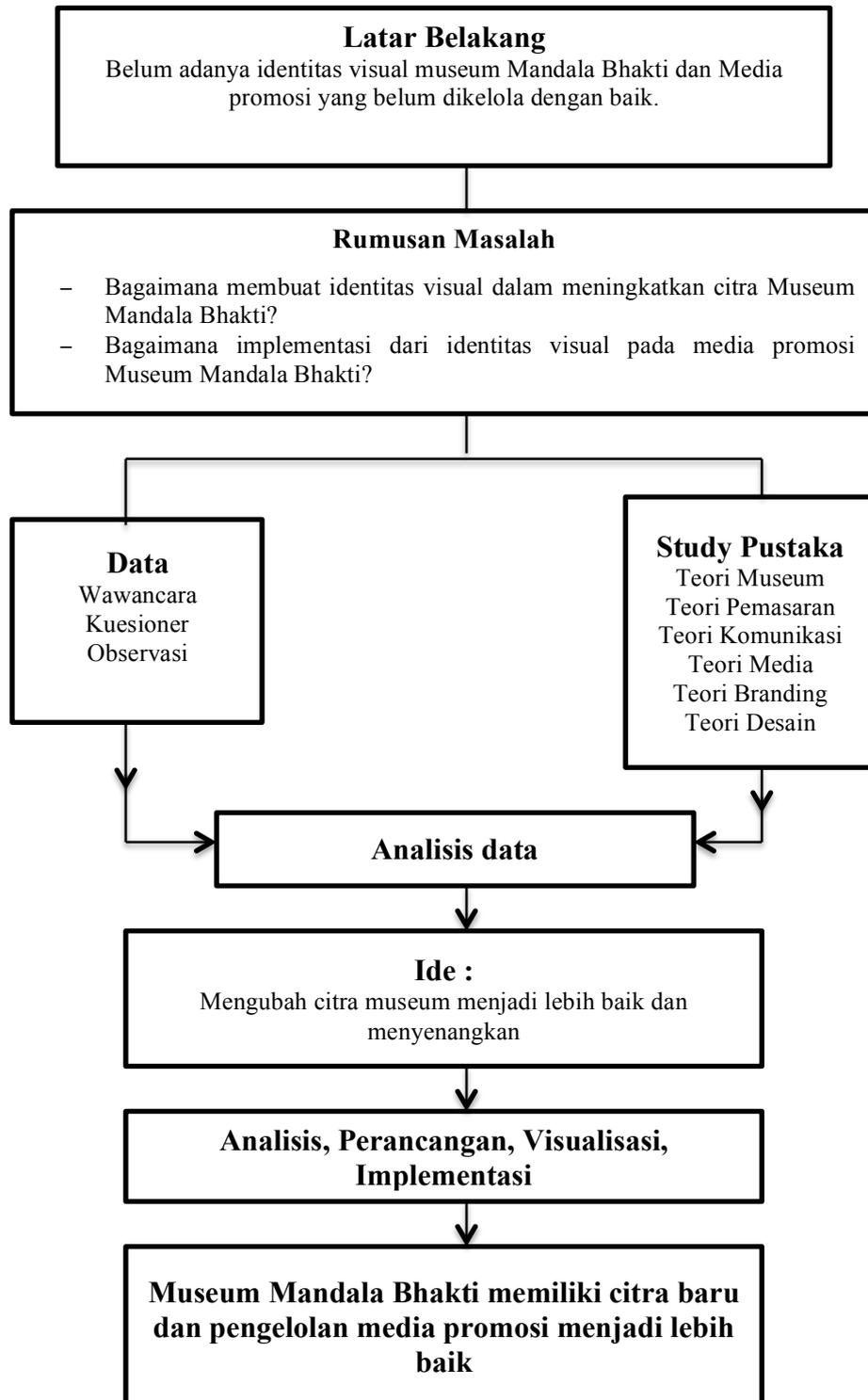
Menurut Suharsini (2010:194) klasifikasi kuesioner terbagi atas 2 jenis, yaitu Kuesioner langsung dan tidak langsung, Suatu kuesioner dikatakan langsung apabila kuesioner tersebut dikirim langsung kepada orang yang dimintai pendapat. Sebaliknya, apabila kuesioner dikirimkan kepada seseorang yang dimintai pendapat mengenai keadaan orang lain, maka disebut kuesioner tidak langsung. Kuesioner terbuka dan tertutup, Kuesioner tertutup merupakan kuesioner yang menghendaki jawaban pendek, atau jawabannya diberikan dengan membubuhkan tanda tertentu. Daftar pertanyaan disusun dengan disertai alternatif jawaban, responden diminta untuk memilih salah satu jawaban atau lebih dari alternatif yang disediakan. Sedangkan kuesioner terbuka merupakan kuesioner yang berupa item-item pertanyaan yang tidak disertai alternatif jawaban, melainkan mengharapkan responden untuk mengisi dan memberi komentar atau pendapat.

1.5.2 Metode analisis data

Analisis Matriks, menurut Soewardikun (2013:51) Matriks membantu mengidentifikasi bentuk penyajian lebih seimbang, dengan cara mensejajarkan informasi berupa gambar maupun tulisan. Susunan analisis matriks dapat dibentuk untuk memerikan informasi berdasarkan kategori, tema dan pola, baris pertama berisi data berupa karya visual yang dianalisis terdiri dari beberapa kolom yang diperbandungkan. Rangkuman-rangkuman dari beberapa analisis matriks dapat mengarahkan kepada kesimpulan.

1.6 Skema Perancangan

Berikut adalah bagan konsep yang memetakan permasalahan dari tugas akhir ini :



Gambar 1.1 Skema Perancangan

Sumber : Dokumentasi Pribadi

1.7 Pembabakan

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai awal penelitian seperti latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, fokus, tujuan penelitian, cara pengumpulan data, kerangka penelitian serta pembabakan dari perancangan Tugas Akhir ini.

BAB II Dasar Pemikiran

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai uraian studi pustaka, dan teori-teori dasar yang berkaitan langsung dengan objek pada perancangan Tugas Akhir, yakni mengenai identitas visual dan media informasi.

BAB III Data dan Analisis

Pada bab ini akan diuraikan hasil pencarian data secara terstruktur dan siap diuraikan, seperti logo dan media-media promosi yang telah digunakan sebelumnya oleh Museum Mandala Bhakti. Terdapat pula tabel matriks perbandingan dari Museum Mandala Bhakti agar dapat menentukan perancangan yang nantinya dilakukan oleh Penulis.

BAB IV Konsep dan Perancangan

Berisikan keseluruhan konsep yang dilakukan dalam menjawab tujuan dari perancangan Tugas Akhir ini. Mulai dari sketsa hingga penerapan visualisasi pada media.

BAB V Penutup

Berupa kesimpulan akhir mengenai hasil dari perancangan dan analisis data yang telah dilakukan, serta ditampilkan pula saran-saran yang berkaitan dengan perancangan Tugas Akhir ini.