

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki keragaman budaya, alam dan sejarah peninggalan dari nenek moyang sejak zaman dahulu, terbukti dengan banyaknya ditemukan peninggalan berbagai macam sejarah dan budaya di setiap daerah di Indonesia, untuk mengingat dan melihat kembali sejarah yang terjadi kita harus melihat ke masa lampau, seluruh kejadian yang ada pada masa lalu tersebutlah yang mempengaruhi masa yang kita alami pada saat ini.

Segala macam peninggalan sejarah nenek moyang tersebut sangat perlu dijaga dan dilestarikan sebagai suatu bukti dimulainya suatu peradaban. Cara menjaga dan melestarikan peninggalan masa lampau tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan media museum sejarah.

Museum menurut International Council of Museums (ICOM) adalah sebuah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk umum, memperoleh, merawat, menghubungkan, dan memamerkan artefak-artefak perihati jati diri manusia dan lingkungannya untuk tujuan-tujuan studi, pendidikan dan rekreasi. Sedangkan Museum menurut Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1995 Pasal 1 ayat (1) adalah lembaga, tempat penyimpanan, perawatan, pengamanan, dan pemanfaatan benda-benda bukti materiil hasil budaya manusia serta alam dan lingkungannya guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa.

Di Indonesia, keberadaan museum sangat beragam, sesuai dengan tema sejarah yang ingin mereka angkat. Provinsi Jawa Barat, tepatnya di Kota Bandung jalan Cilaki no. 73 terdapat sebuah museum yang merekam sejarah panjang komunikasi umat manusia melalui kegiatan surat menyurat yaitu Museum Pos Indonesia. Museum ini merupakan museum dibawah pengelolaan PT. Pos Indonesia yang sudah berdiri sejak zaman Hindia Belanda, tepatnya pada tahun 1933 yang dahulunya bernama Museum PTT (Pos Telegrap dan Telepon). Museum Pos Indonesia mengoleksi sejumlah benda yang memiliki nilai sejarah

dalam perjalanan Perusahaan Pos Indonesia sejak masa Hindia Belanda, masa pendudukan Jepang, masa kemerdekaan, hingga sekarang ini, baik dalam bentuk foto, maket, lukisan, katalog, dan peralatan pos lainnya.

Museum Pos Indonesia selain berfungsi sebagai tempat koleksi, juga berfungsi sebagai sarana edukasi, layanan informasi dan rekreasi. Sebagai satu-satunya museum yang mengangkat sejarah panjang komunikasi di Indonesia, museum ini dirasa masih kurang diketahui keberadaannya oleh masyarakat. Beberapa cara telah dilakukan pengelola museum untuk meningkatkan animo masyarakat agar terus berkunjung ke museum, mulai dari membuka sarana museum untuk umum secara cuma-cuma setiap harinya mulai pukul 09.00–16.00 WIB kecuali hari libur nasional, sampai melakukan berbagai promosi dan *event* pameran setiap tahunnya. Hanya saja cara yang telah dilakukan dirasa kurang efektif dan maksimal. Media promosi yang dibuat terlihat tidak maksimal sehingga mengurangi ketertarikan masyarakat terhadap museum ini, begitupun dengan *event* pameran yang hanya dilakukan setiap tahunnya belum maksimal membuat masyarakat mudah lupa akan keberadaan museum ini.

Diketahui bahwa Museum Pos Indonesia memiliki target pengunjung 70.000 sampai 100.000 per tahunnya, namun tercatat dalam lima tahun terakhir bahwa pengunjung yang datang sangat jauh dari target. Pada tahun 2010, pengunjung yang datang berjumlah 32.721 orang, tahun 2011 berjumlah 36.602 orang, tahun 2012 berjumlah 41.298 orang, tahun 2013 berjumlah 45.329 orang dan pada tahun 2014 berjumlah 53.334 orang. Meskipun dalam lima tahun terakhir jumlah pengunjung terus meningkat, tetapi target yang diinginkan belum tercapai.

Pihak Museum Pos Indonesia berharap agar antusias masyarakat untuk datang ke museum yang sudah berdiri selama 82 tahun ini lebih tinggi, karena dibandingkan dengan museum dibawah pengelolaan pemerintah lainnya khususnya di Kota Bandung, Museum Pos tidak jauh kalah bagusnya dalam hal kelengkapan koleksi.

Oleh karena itu, dilihat dari permasalahan di atas penulis tertarik untuk mengkaji dalam perancangan Tugas Akhir. Hal ini selain bertujuan untuk kepentingan akademis penulis, juga untuk membantu Museum Pos Indonesia

dalam mempromosikan keberadaannya sehingga target untuk meningkatkan pengunjung bisa tercapai.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat di atas, maka penulis menyimpulkan inti permasalahan yang dihadapi Museum Pos Indonesia adalah :

1. Target Pengunjung yang diharapkan untuk datang ke Museum Pos Indonesia masih belum tercapai.
2. Media promosi yang belum maksimal menyebabkan kurangnya pengetahuan masyarakat.

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang dihadapi dalam perancangan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana meningkatkan jumlah pengunjung agar memenuhi target ?
2. Bagaimana merancang media untuk mempromosikan Museum Pos Indonesia agar lebih maksimal sehingga dapat memenuhi target yang diinginkan ?

1.3 Ruang Lingkup

Dalam kaitannya dengan program Studi Manajemen Desain Komunikasi Visual, maka batasan masalah yang akan dibahas dalam Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

- a) Memfokuskan pada peningkatan jumlah pengunjung Museum Pos Indonesia agar memenuhi target yang diinginkan.
- b) Memfokuskan pada perancangan media promosi Museum Pos Indonesia sebagai destinasi wisata sejarah dan edukasi.
- c) Fokus objek penelitian adalah Museum Pos Indonesia yang terletak di Jalan Cilaki No. 73 Bandung , Jawa Barat.

- d) Target dari perancangan media promosi Museum Pos Indonesia yaitu *Audiens Primer* (target utama) yang merupakan siswa sekolah tingkat menengah pertama serta *Audiens sekunder* (masyarakat umum) yang merupakan siswa menengah atas dan mahasiswa.
- e) Perancangan Tugas Akhir dilakukan sejak bulan Februari hingga Juni tahun 2015.
- f) Karena belum tercapainya target pengunjung sehingga diperlukan perancangan media promosi yang lebih efektif untuk membantu memberikan informasi tentang keberadaan Museum Pos Indonesia.

1.4 Tujuan Perancangan

Merancang media promosi yang lebih efektif untuk target *audience* agar dapat membantu meningkatkan target pengunjung yang ingin dicapai oleh museum Pos Indonesia.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Menurut Rohidi (2011: 87) dalam Buku Metode Penelitian Seni, Observasi adalah metode yang digunakan untuk mengamati sesuatu, seseorang, suatu lingkungan, atau situasi secara tajam terinci, dan mencatatnya secara akurat dalam beberapa cara. Observasi akan dilakukan ke Museum Pos Indonesia dan Museum lain sebagai data pembandingan.

b. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah proses membaca referensi untuk mengisi frame of mind yang bertujuan untuk memperkuat perspektif dan kemudian meletakkannya kedalam konteks. (Soewardikoen, 2013: 6). Studi Pustaka akan dilakukan untuk mencari literatur yang berhubungan dengan teori museum, teori pemasaran, teori media dan teori DKV.

c. Wawancara

Wawancara adalah instrumen penelitian. Kekuatan wawancara adalah penggalian pemikiran, konsep dan pengalaman pribadi pendirian atau pandangan dari individu yang diwawancara. Mencoba mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari narasumber dengan bercakap – cakap dan berhadapan muka (Koentjaraningrat, 1980: 165 dalam buku Soewardikoen, 2013: 20). Penulis akan melakukan wawancara pada beberapa ahli dan petugas yang berkaitan dengan museum dan media promosi untuk memenuhi kebutuhan data seputar topik yang akan dibahas.

d. Kuisisioner

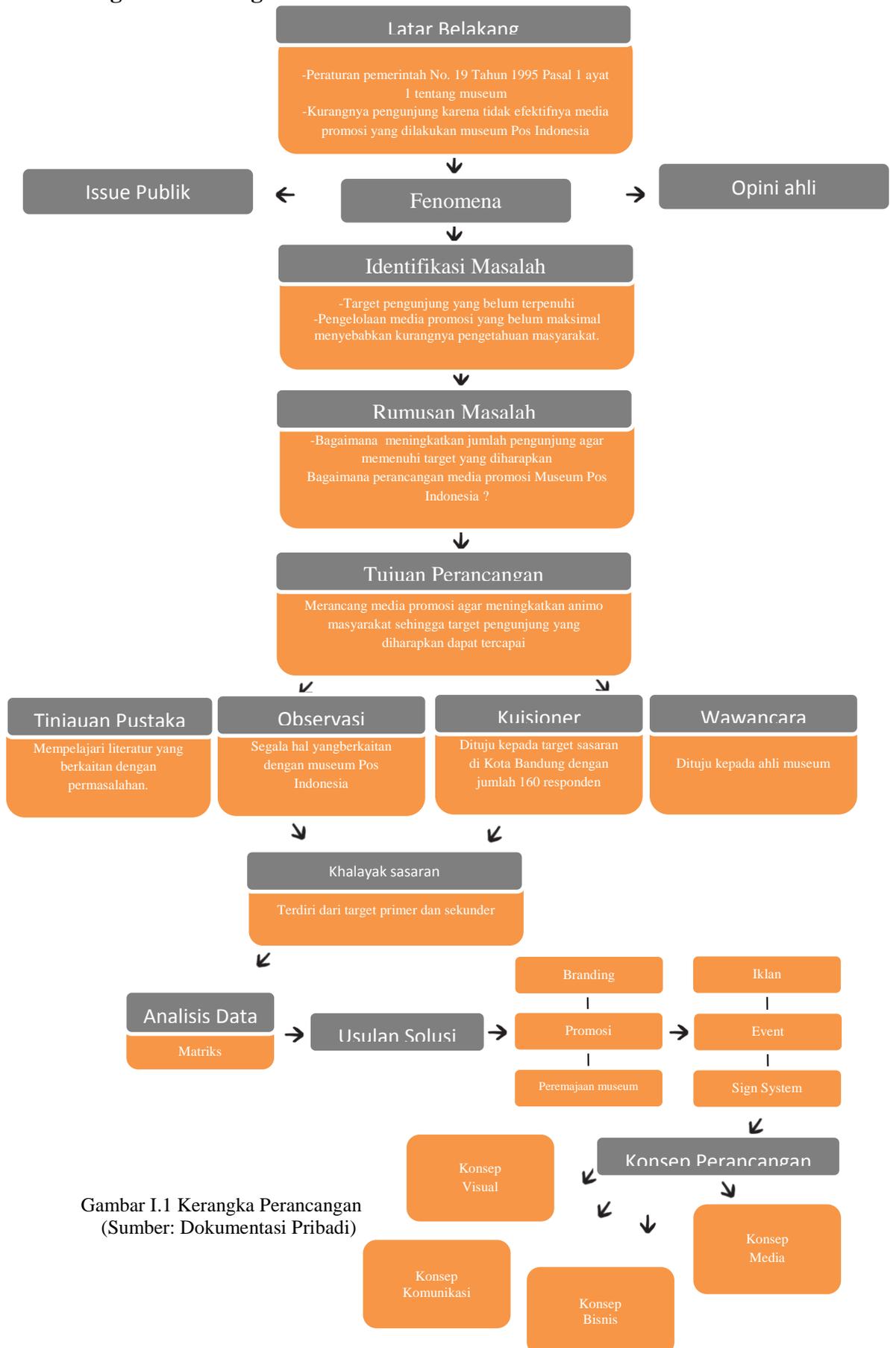
Kuisisioner adalah cara untuk memperoleh data dalam waktu yang relatif singkat karena banyak orang dapat sekaligus dihubungi. Pertanyaan sudah disiapkan terlebih dahulu, diarahkan ke suatu jawaban untuk dikuantifikasi (dihitung). (Soewardikoen, 2013:25). Kuisisioner akan dilakukan kepada pelajar SMP sebanyak 160 responden di Kota Bandung.

1.5.2 Metode Analisis Data

Metode analisis terhadap data kegiatan yang akan dilakukan. Analisis ini dilaksanakan dengan cara mengelompokkan data dari hasil observasi, studi pustaka, hasil wawancara, maupun hasil kuisisioner tentang Museum Pos Indonesia, dan kemudian disajikan ke dalam metode analisis matriks guna mendukung dalam visualisasi penerapan karya desain.

Rohidi (2011: 247-249) menjelaskan bahwa matriks merupakan alat yang rapih baik bagi pengelolaan informasi maupun bagi analisis. Sebuah matriks memuat kolom dan baris, yang memunculkan dua dimensi yang berbeda, konsep atau seperangkat informasi. Matriks juga sangat berguna untuk membuat perbandingan seperangkat data, misal mengidentifikasi perbedaan dan persamaan data dalam penelitian.

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar I.1 Kerangka Perancangan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

1.7 Pembabakan

1. BAB I PENDAHULUAN

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

2. 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 museum, promosi, media dan teori perancangan DKV.

3. BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

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

4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

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

5. 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.