

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap mata pelajaran memiliki standar kompetensi kelulusan masing-masing, salah satunya dalam mata pelajaran IPA di sekolah dasar adalah dengan memahami matahari sebagai pusat tata surya, dan hubungan peristiwa alam dengan kegiatan manusia, peraturan ini dikeluarkan oleh Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 23 tahun 2006. Dari kurikulum tersebut, timbulah tingkat proses kognitif *understanding* dengan proses tertentu, seperti pengamatan, dan perkembangan. Di dalam kemampuan menginterpretasi, merinci, merangkum, mengklasifikasi, dan menjelaskan tersebut juga dapat mendukung proses kognitif *understanding* (Anderson Et. Al, 2001: 66). Sehingga dalam mencapai perkembangan tersebut perlu adanya sebuah proses yang mendukung, seperti yang telah dikeluarkan oleh Permen Diknas No. 22 tahun 2006 adalah siswa harus memiliki kebiasaan untuk berpikir dan berperilaku kritis, kreatif, dan mandiri dalam proses belajarnya. Tidak hanya dengan mengingat fakta-fakta, tetapi melalui proses tersebut siswa dapat memahami pengetahuan melalui aktivitas-aktivitas ilmiahnya guna mencapai perkembangan siswa tersebut.

Bandung merupakan salah satu kota yang menyimpan banyak kekayaan alam wisata dan kuliner yang diminati masyarakat. Tidak sedikit tempat wisata hiburan di Bandung yang sudah terkenal dikalangan masyarakat umum, bahkan para turis juga sering datang berkunjung. Namun, beberapa tempat masih perlu memiliki informasi yang kurang jelas terhadap masyarakat, salah satunya seperti wisata edukasi Observatorium Bosscha yang berada di kota Bandung. Banyak masyarakat masih salah paham tentang jam kunjungan Bosscha, sulitnya reservasi tiket kunjungan, dan fungsi Bosscha itu sendiri. Hal ini dibuktikan dengan fenomena oleh beberapa traveler yang menulis pengalaman di blog nya setelah berkunjung ke Observatorium Bosscha. Dilansir dari salah satu artikel kelompok astronomi dan detik.com, mengatakan bahwa Obervatorium Bosscha mempunyai fungsi sebagai cagar budaya dan wisata edukasi untuk mempelajari alam semesta

yang masih jauh untuk diketahui. Selain itu, perhatian masyarakat terhadap informasi dan pendidikan masih tinggi, sehingga perlunya dukungan dari semua pihak untuk memberikan layanan informasi yang maksimal. Dilansir dari berbagai situs-situs tempat wisata seperti [Lembang.co](#), [tempatwisatamu.com](#), dan [ranelwisata.com](#) mengatakan bahwa Bosscha merupakan pusat pendidikan yang membuka kunjungan publik sebagai wisata pendidikan pada hari-hari sekolah. Museum yang memanfaatkan cagar alam budaya ini masih sangat menarik dan bermanfaat bagi masyarakat. Menurut hasil observasi dan wawancara terhadap pelajar kelas 5-6 SD di sekolah dasar Bandung, kurangnya komunikasi dan informasi yang dikelola oleh pihak Observatorium Bosscha, juga membuat pelajar sekolah dasar kurang mengetahui terhadap adanya ilmu astronomi, informasi, dan keberadaan tempat museum Bosscha.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat melalui kuesioner pengunjung yang telah datang berkunjung ke Bosscha mendapat sekitar 83% jumlah orang yang lebih memilih berwisata ke tempat-tempat rekreasi alam, dan sisanya 17% memilih untuk pergi ke museum/ tempat wisata edukasi. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan antar objek wisata semakin meningkat, sehingga membuat perhatian masyarakat terhadap pendidikan juga semakin berkurang. Beberapa isu dan fakta yang didapat dari website-website hiburan mengatakan bahwa banyak masyarakat lebih sering memilih atau datang ke tempat wisata-wisata alam dibanding edukasi. Seperti yang dilansir dari situs [cnnindonesia.com](#), bahwa seorang presenter sekaligus Duta Wisata Pesona Indonesia, Kartika Puteri, yang juga sekaligus berkedudukan sebagai orang tua mengakui lebih menyukai hal-hal yang berwisata alam dibanding harus pergi refreshing ke tempat nongkrong. Untuk itu, perlu dilakukan berbagai upaya untuk membenahi hal itu, salah satunya dengan menyediakan pendidikan yang lebih baik dengan pendidikan yang inovatif dan kompetitif, bukan hanya pendidikan yang menyuruh anak untuk sekedar sekolah (Rendra Oxtora,2016).

Pada kondisi ini peran dan komunikasi orang tua dan guru sangat dibutuhkan oleh anak-anak. Hasil wawancara yang didapat dari seorang guru di SD Negeri 1 Cipagalo yang juga memiliki seorang anak, yaitu Bapak Asikin, dia

mengenal tentang Observatorium Bosscha dan sangat tertarik untuk mengajak anak-anaknya untuk datang berkunjung ke tempat tersebut, hanya saja masalah berada di kendala waktu luang yang semakin sedikit. Ninok Leksono, seorang astronom, mengatakan bahwa astronomi dapat menumbuhkan minat anak terhadap alam sekitar. Secara umum, usia anak-anak di sekolah dasar sudah dapat mengetahui objek-objek yang ada di langit. Namun, ketika tingkat cara berpikir anak lebih maju dalam perkembangan usianya, maka banyak menanyakan soal sebab akibat dan waktu (LN Syamsu Yusuf, 2016). Seorang pakar ilmu perbintangan Dr Taufiq Hidayat, ketua Departemen Bosscha mengungkapkan bahwa imajinasi yang ditimbulkan oleh anak-anak sangat menarik perhatian, terutama pada benda-benda yang tidak umum, seperti halnya benda-benda atau objek yang berada diluar angkasa.

Dalam situs resmi Bosscha, Bosscha telah menjadi pusat penelitian astronomi di Indonesia. Sama dengan observatorium lainnya yang ada di dunia, Bosscha juga merupakan sebuah unit yang memiliki nuansa internasional dengan ciri-ciri fisik tertentu, dan sebagai wadah pendidikan formal yang memiliki fungsi sebagai cagar ilmu pengetahuan maupun cagar budaya (Dhani Herdiwijaya, 2007). Observatorium Bosscha memiliki syarat dan jadwal tertentu dalam waktu berkunjung. Seperti untuk hari Selasa-Jumat maka Bosscha hanya menerima kunjungan dari sekolah/ instansi/ organisasi, sedangkan di hari Sabtu menerima pengunjung per-orangan. Dalam program berkunjung tersebut, pengunjung dapat mengetahui cara kerja teleskop *Zeiss* dan mendapat informasi/ ilmu tentang astronomi. Museum yang dibangun oleh Perhimpunan Bintang Hindia-Belanda ini juga dilengkapi dengan berbagai macam jenis teleskop, yang dapat digunakan untuk pengamatan dan penelitian astronomi. Saat musim kemarau tiba seperti di bulan April-Oktober, Bosscha mengadakan acara malam umum. Di tempat tersebut pengunjung mendapat kesempatan untuk melihat benda-benda langit seperti bulan, planet, dan bintang dengan menggunakan teleskop *Unitron* dan *Bamberg*. Bosscha juga sempat menjadi salah satu lokasi syuting film anak-anak yang terkenal, yaitu 'Petualangan Sherina' (Afif Farhan, 2012: detik.com).

Berdasarkan data-data yang ada, maka dapat disimpulkan bahwa Bosscha memerlukan promosi yang dapat memperkenalkan wisata edukasi astronomi yang ada di Lembang kepada para wisatawan, terutama terhadap pelajar sekolah dasar. Promosi ini memiliki tujuan supaya masyarakat dapat menjaga dan melestarikan wisata edukasi yang ada di wilayah Bandung. Selain itu, kelak dapat memberikan keuntungan untuk masyarakat sekitar Bosscha.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Oleh karena itu, permasalahan yang dapat teridentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya penyebaran promosi dan informasi yang dilakukan oleh pihak pengelola Bosscha.
2. Adanya ketidakstabilan jumlah pengunjung.
3. Masyarakat salah pengertian terhadap fungsi Observatorium Bosscha itu sendiri.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perancangan strategi promosi wisata edukasi Observatorium Bosscha terhadap anak sekolah dasar di kota Bandung agar datang berkunjung ke wisata Observatorium Bosscha?
2. Bagaimana perancangan strategi media promosi wisata edukasi Observatorium Bosscha di kota Bandung?

## **1.3 Tujuan Perancangan**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang mendukung perancangan media promosi adalah sebagai berikut:

### **1. Tujuan Khusus**

Adapun tujuan khusus yang ingin dicapai adalah untuk memilih media yang efektif, dan efisien untuk mempromosikan observatorium tersebut, dan mencapai target audiens (orang tua) agar bisa menarik minat masyarakat umum khususnya yang ada di kota Bandung.

## **2. Tujuan Umum**

Tujuan umum dalam perancangan ini adalah untuk membangun *positioning* baru, dengan mempromosikan Observatorium Bosscha sebagai salah satu daerah wisata penting, untuk membangun citra observatorium yang tidak hanya bersifat edukatif namun juga rekreatif.

### **1.4 Manfaat Perancangan**

Dengan di kemukakan tentang tujuan penulisan diatas, maka manfaat yang didapatkan dari perancangan ini adalah:

#### **1. Bagi Akademis**

Menambah ilmu pengetahuan desain komunikasi visual, dalam perancangan dan pembuatan promosi yang menarik dan dapat di ingat oleh audiens.

#### **2. Bagi Masyarakat**

Mempromosikan objek wisata edukasi agar dikenal masyarakat dalam menggunakan media. Bagi yang merasa jenuh atau bosan dengan edukasi di dalam sekolah, Observatorium Bosscha menjadi salah satu tempat *travelling* edukasi yang menarik untuk dikunjungi.

#### **3. Bagi Penulis**

Manfaat bagi penulis, perancangan karya akan menambah wawasan dan pengalaman dalam menciptakan ide dan karya baru. Perancangan ini diharapkan agar dapat menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti dalam merancang suatu *brand image* yang sesuai dengan perolehan data.

### **1.5 Ruang Lingkup**

Dalam melakukan proses penelitian maka memerlukan adanya suatu permasalahan. Dan permasalahan yang ada pada perancangan ini adalah media promosi yang diperuntukkan Observatorium Bosscha. Dari identifikasi masalah tersebut, maka penulis membuat ruang lingkup masalah pada penelitian ini. Adapun ruang lingkup masalah mencakup perancangan promosi cagar budaya tersebut yang dikemas dalam bentuk 5W+1H:

<b><i>What</i></b>	Merancang media promosi yang dibutuhkan Observatorium Bosscha.
<b><i>Where</i></b>	Penelitian akan dilaksanakan di Jl. Peneropong Bintang, Observatorium Bosscha, desa Lembang, kota Bandung.
<b><i>Who</i></b>	Target audiens nya adalah orang tua dengan usia 30-40 tahun yang menjadi wali asuh anak yang sangat berperan dalam lingkup keluarga dan sekolah. Target <i>market</i> adalah anak-anak dengan usia 10 sampai 12 tahun. Dasar psikografis: memiliki rasa ingin tahu yang besar (anak), menyangi anak (orang tua), peduli terhadap pendidikan (guru) dan suka berwisata. Demografis: kota Bandung.
<b><i>When</i></b>	Penelitian pada penulisan ini dilaksanakan pada tanggal 5 Oktober- 10 Oktober 2016.
<b><i>Why</i></b>	Permasalahan apa yang ada pada media promosi yang dipakai oleh Observatorium Bosscha sehingga perlu membuat rancangan media promosi.
<b><i>How</i></b>	Strategi yang efektif pada media promosi observatorium untuk target audiens.

Tabel 1.1 Ruang Lingkup Masalah

Sumber: Penulis, 2016

Tabel ruang lingkup masalah tersebut mengandung unsur 5W+1H, dimana terdiri dari: *what*, *where*, *who*, *when*, *why*, dan *how*. Unsur *what* menjelaskan tentang bentuk apa yang harus dibuat, *where* menunjukkan dimana tempat melakukan penelitian, *when* menunjukkan kapan waktu saat berlangsungnya penelitian, *why* menjelaskan mengapa harus membuat rancangan promosi, dan terakhir unsur *how* yang menunjukkan bagaimana cara penulis harus mengekspos media agar sesuai sasaran target.

## 1.6 Cara Pengumpulan Data Dan Metode Analisis

Agar dapat membuat perancangan yang tepat, maka membutuhkan sumber data-data mengenai bagian yang terkait yang terkumpul menjadi data sistematis serta mempunyai konsep perancangan yang diperoleh melalui metode kualitatif. Suatu proses yang mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai kompleksitas yang ada dalam interaksi manusia (Moleong, 2007) melalui:

### Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih (Nasution, 1998). Observasi dalam penelitian ini dilakukan di Observatorium Bosscha, Lembang, dengan mengamati objek wisata mulai dari bentuk pelayanan, sampai pada pengelola informasi, dalam mempromosikan objek wisata edukasi tersebut.

### Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode untuk mendapatkan data anak atau orang dengan mengadakan hubungan secara langsung dengan informan (*face to face relationship*) (Bimo Walgito, 1994). Pada penelitian ini wawancara dilakukan dengan narasumber yang merupakan salah satu dari tim tata usaha atau promosi Bosscha tersebut.

### Kumpulan Arsip dan Dokumen

Mengumpulkan dokumen dari profil Observatorium Bosscha dengan mem-*photo* lokasi/ objek yang berada dikawasan tersebut.

### Metode Literatur

Metode literatur adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengambil data-data yang diperlukan dari literatur-literatur yang berkaitan.

### Kuesioner

Melakukan penyebaran kuesioner untuk mengetahui pendapat dari masyarakat terutama kepada orang tua wali dari anak-anak terhadap permasalahan dan media

promosi Bosscha yang sedang diteliti serta pada para pelajar di sekolah dasar yang masih menduduki bangku di kelas 5-6 SD.

### **1.7 Metode Perancangan**

Metode yang digunakan dalam perancangan promosi observatorium yang terletak di Lembang ini adalah menggunakan metode kualitatif dan teknik rekaman.

#### **1. Metode Kualitatif.**

Metode kualitatif merupakan metode yang berdasarkan data yang terkumpul serta analisis yang bersifat kualitatif. Secara sederhana kualitatif mengembangkan, menciptakan, dan menemukan konsep sebagai temuan. Penulis memberi penjelasan terhadap data atau informasi secara interpretasi dan menentukan konsep yang akan dipilih (Sugiyono, 2010).

#### **2. Teknik Rekaman.**

Teknik yang digunakan dalam membantu penelitian ini adalah:

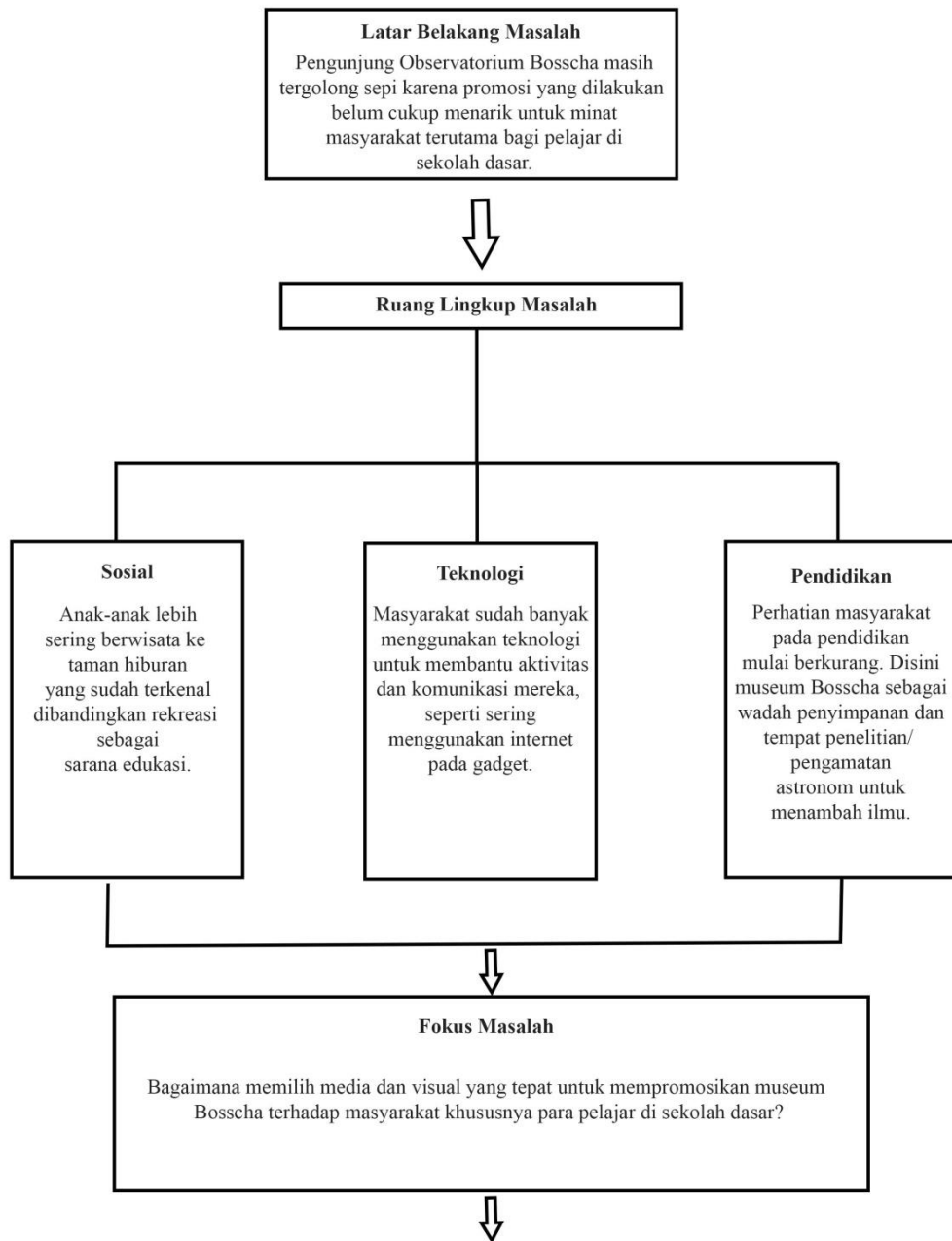
- a. Dokumentasi
- b. Video

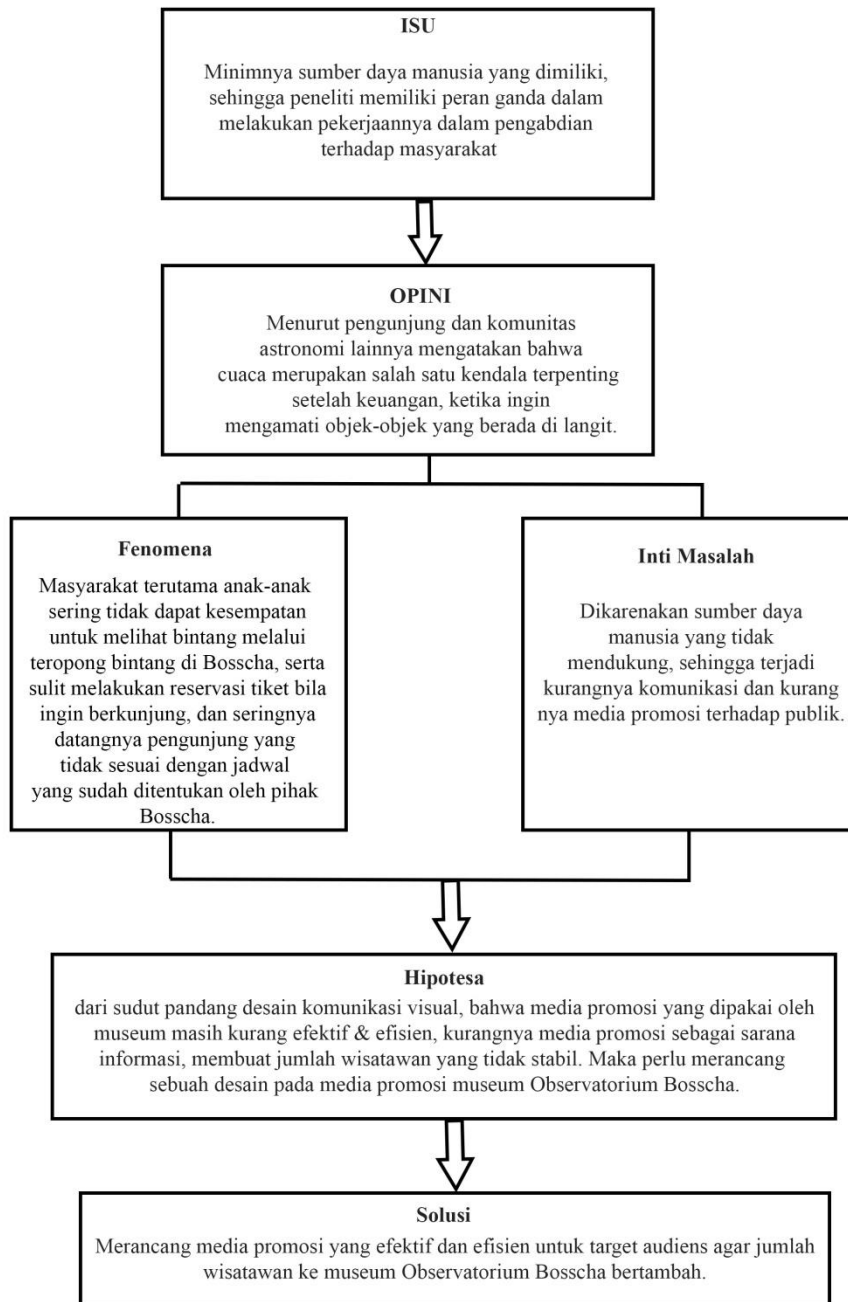
Perekaman video ini digunakan pada saat penulis melakukan wawancara dengan narasumber, dan dokumentasi berupa foto saat membagikan kuesioner kepada pengunjung di Observatorium Bosscha dan pelajar di sekolah dasar kota Bandung.



## 1.8 Kerangka Penelitian

Kerangka dibawah merupakan alur dari proses perancangan dalam pembuatan media promosi sebagai informasi dan edukasi bagi Observatorium Bosscha. Berikut adalah gambar kerangka perancangan:





Gambar 1.6 Bagan Kerangka Penelitian

Sumber: Penulis, 2016

## **1.9 Pembabakan**

Dalam penyusunan tugas akhir ini, sistematika penulisan laporan dibagi menjadi lima yang berisi mengenai pembahasan di setiap bab penulisan yaitu:

### **Bab I Pendahuluan**

Berisi tentang latar belakang masalah, permasalahan, fokus masalah, tujuan penelitian, cara pengumpulan data, kerangka penelitian, dan pembabakan.

### **Bab II Dasar Pemikiran**

Menjelaskan teori-teori dan dasar pemikiran yang berhubungan dengan perancangan media promosi, yang akan digunakan sebagai pedoman untuk menganalisa serta menguraikan permasalahan yang ada.

### **Bab III Data dan Analisis Masalah**

Data

Data yang didapat melalui data hasil observasi, wawancara, studi pustaka mengenai teori-teori yang berkaitan dengan media promosi Bosscha.

Analisis

Berisi pengolahan data yang saling berkaitan dengan penelitian media promosi Bosscha. Metode analisis yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian dimana akan menghasilkan media promosi Bosscha yang efektif dan sesuai target audiens.

### **Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Menjelaskan konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep visual, dan konsep media yang dipergunakan dalam penelitian media promosi Bosscha. Hasil perancangan ini berisi mulai dari bagan atau tabel hingga penerapan visualisasi pada media yang dipilih.

### **Bab V Penutup**

Berisi kesimpulan dan saran dari penulis.