

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan dengan berbagai budaya di setiap provinsi. Provinsi Sumatera utara terdiri dari kelompok-kelompok yang masing-masing memiliki adat dan budaya (*custom and culture*) yang berperan sebagai pedoman/penuntun dalam mengisi kehidupan mereka. Gordon, J. R dalam buku *Organizational Behavior, A Diagnostic Approach* (1992) mengatakan bahwa adat dan budaya setiap *ethnic group* memberikan tuntunan keyakinan (*belief*), sikap (*attitudes*) dan perilaku (*behavior*) kelompok etnik bersangkutan sehingga memberikan ‘warna yang khas’ dalam cara mereka melakukan interaksi sosial dan bekerja.

Disamping adat, setiap kelompok etnik juga memiliki budaya (*culture*) yang menjelaskan tentang keyakinan inti (*corebelief*), nilai-nilai (*values*), norma-norma (*norms*), asumsi-asumsi (*Assumptions*) dan standar-standar (*standards*) yang dipersepsikan bersama (*share together*) oleh seluruh atau sebagian besar anggota dari kelompok etnik bersangkutan (Kreitner, R. dan Kinicki, A, 1995). Menurut Keitner dan Kinicki dalam buku *Organization Behavior* mengatakan bahwa budaya mempengaruhi secara mendasar perilaku, pola pikir, pola pengambilan dan tindakan setiap anggota organisasi (kelompok etnik) terkait.

Kebudayaan adalah warisan sosial yang hanya dimiliki oleh warga masyarakat pendukungnya dengan jalan mempelajarinya. Ada cara-cara atau mekanisme tertentu dalam tiap masyarakat untuk memaksa tiap warganya mempelajari kebudayaan, yang di dalamnya terkandung norma-norma serta nilai-nilai kehidupan yang berlaku dalam tata pergaulan masyarakat yang bersangkutan.

Kecamatan Balige yang merupakan ibukota kabupaten toba samosir, pusat perdagangan dan pusat pemerintahan adalah kecamatan dengan jumlah penduduk terbanyak dan dengan tingkat kepadatan sebesar 406,61 jiwa/km.

masyarakat luas untuk datang ke museum. Terutama untuk generasi muda di Indonesia dalam melestarikan adat dan budaya.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah :

- 1) Banyaknya masyarakat dari Sumatera Utara yang tidak mengetahui adanya museum batak di Balige kabupaten toba samosir.
- 2) Kurangnya minat masyarakat terutama generasi muda suku batak untuk berkunjung ke museum T. B SILALAH Center

1.2.2 Rumusan Masalah :

- 1) Bagaimana strategi yang dibutuhkan untuk merancang media promosi pada museum T. B SILALAH Center??
- 2) Bagaimana merancang media promosi yang efektif untuk museum T.B SILALAH Center saat ini agar museum lebih dikenal oleh masyarakat?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada penulisan laporan penelitian ini adalah mengenai batasan masalah mencakup perancangan promosi museum dengan 5W + 1H :

1) WHAT

Peran penulis dalam merancang media promosi yang dibutuhkan.

2) WHERE

Penelitian dilaksanakan pada Museum T.B SILALAH Center di Balige kabupaten Toba Samosir, Sumatera Utara.

3) WHO

Intitusi pemberi proyek, siapa yang berperan membangun museum T.B SILALAH Center .

4) WHEN

Penelitian pada penulisan ini dilaksanakan pada tanggal 5 Maret sampai 9 Maret 2014.

5) WHY

Permasalahan apa yang ada pada media promosi yang dipakai oleh museum T.B SILALAH Center sehingga perlu membuat rancangan media promosi

6) HOW

Strategi bagaimana yang efektif pada media promosi museum untuk target audiens

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1) Tujuan Umum

Untuk mengenalkan kembali museum budaya batak kepada generasi muda suku batak di Indonesia, meningkatkan kembali kepedulian masyarakat terhadap budaya suku batak

2) Tujuan Khusus

Untuk mengetahui perancangan media promosi yang efektif pada museum T. B SILALAH Center saat ini agar jumlah pengunjung ke museum tersebut bertambah dan lebih dikenal oleh masyarakat.

1.5 Manfaat

Adapun manfaat penelitian pada museum T. B SILALAH Center adalah :

1.5.1 Manfaat akademis :

Untuk menambah wawasan, pengetahuan tentang museum suku batak di provinsi Sumatera Utara agar masyarakat terutama generasi muda lebih mengenal, melestarikan dan menjaga adat serta budaya suku batak.

1.5.2 Manfaat bagi pembaca dan pihak terkait :

Pembaca dapat menambah pengetahuan tentang media promosi barang/jasa di bidang permuseuman dan penelitian ini membantu memberikan informasi salah

satu objek wisata di kabupaten Toba Samosir. Untuk pihak terkait dapat menambah sumber daya manusia yang bekerja sebagai peneliti di museum T.B SILALAH Center di Balige dan membangun hubungan kerjasama yang baik antara mahasiswa/penulis dengan pihak museum.

1.5.3 Manfaat bagi penulis :

Manfaat penulisan ini bagi penulis adalah dapat memberikan reverensi untuk media promosi museum agar dapat digunakan oleh museum T.B Silalahi Center. Juga sebagai pengantar karya dalam memenuhi tugas akhir desain komunikasi visual.

1.6 Metode Penelitian

Tjetjep Rohendi Rohidi dalam buku Metodologi Penelitian Seni mengatakan bahwa “Penelitian adalah suatu proses penyelidikan dari suatu disiplin yang relevan untuk kegiatan tersebut. Proses yang dimaksud di sini pada dasarnya bersifat umum dan baku, tetapi harus dirangkai dan dibiasakan oleh disiplin tertentu dan wilayah perhatian kita sendiri. Secara umum metode dapat diartikan sebagai cara untuk bergerak dan melakukan sesuatu secara sistematis dan tertata, keteraturan pemikiran dan tindakan, atau juga teknik dan susunan kerja dalam bidang atau lapangan tertentu”. Penulis menggunakan metode dan teknik penelitian sebagai berikut:

1) Metode Penelitian Kualitatif :

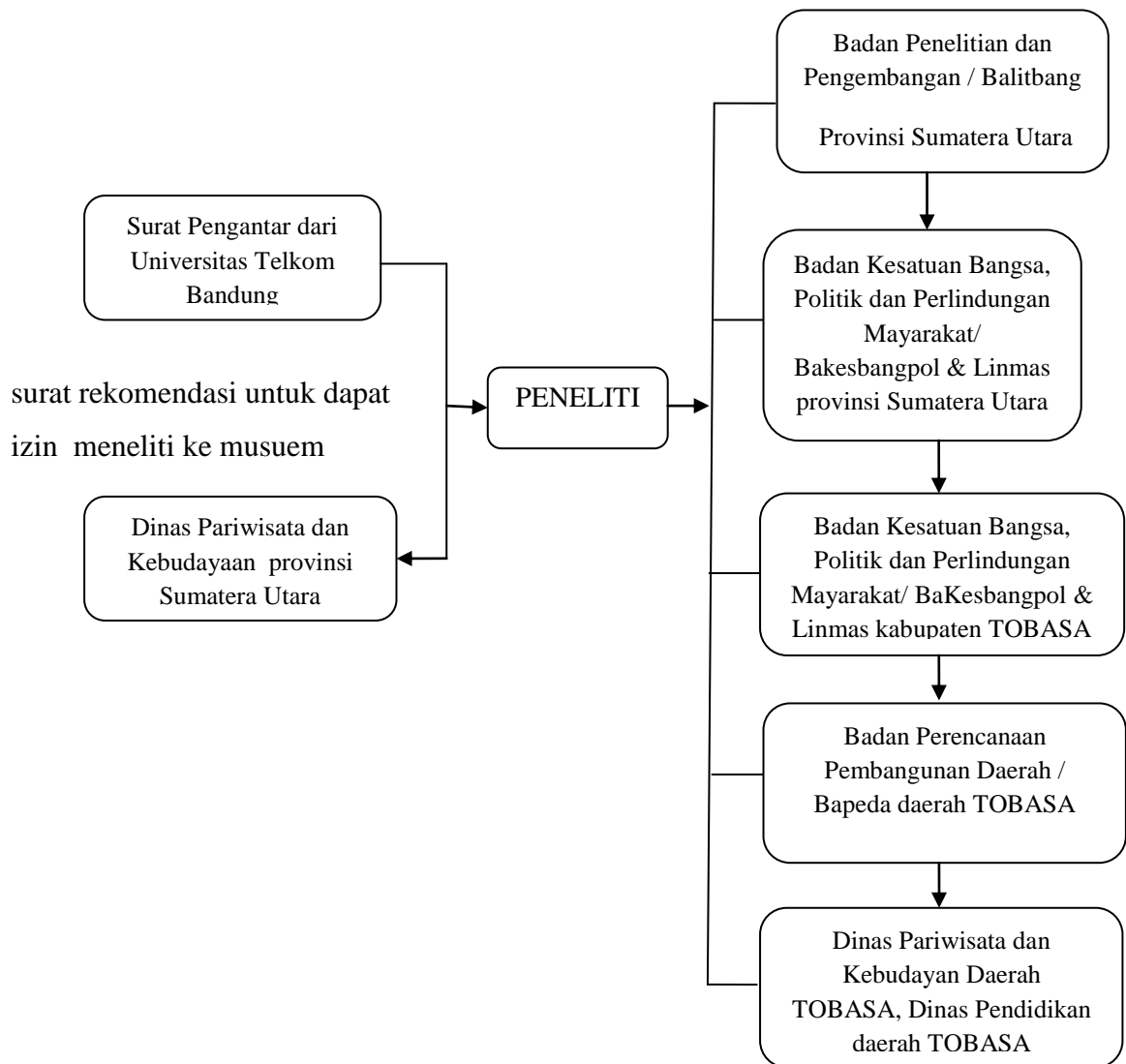
Metode yang digunakan adalah dengan cara metode kualitatif yaitu metode pengolahan data yang menjelaskan pengaruh dan hubungan yang dinyatakan dengan kalimat. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat faktor penyebab dengan melakukan obeservasi langsung ke lapangan, fenomena yang terjadi di masyarakat, wawancara dan membagikan kuesioner kepada pengunjung di museum T. B SILALAH Center dan kuesioner untuk para remaja di luar museum T. B SILALAH Center .

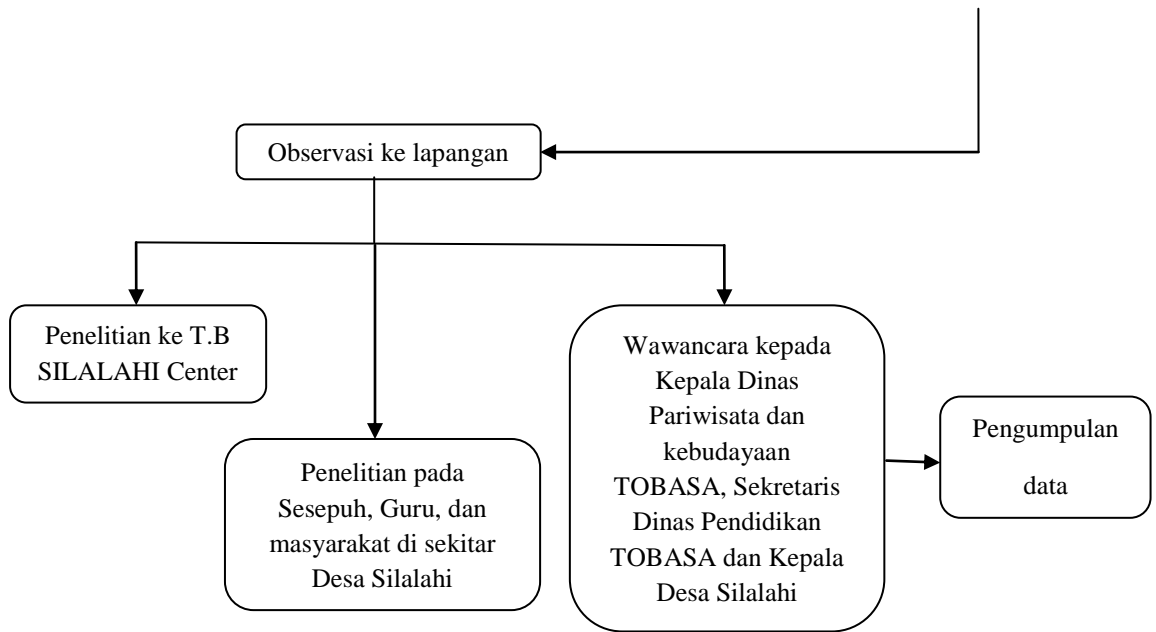
2) Teknik Rekaman:

Teknik – teknik penelitian yang tercakup dalam metode perekaman, yang digunakan untuk membantu penelitian ini antara lain:

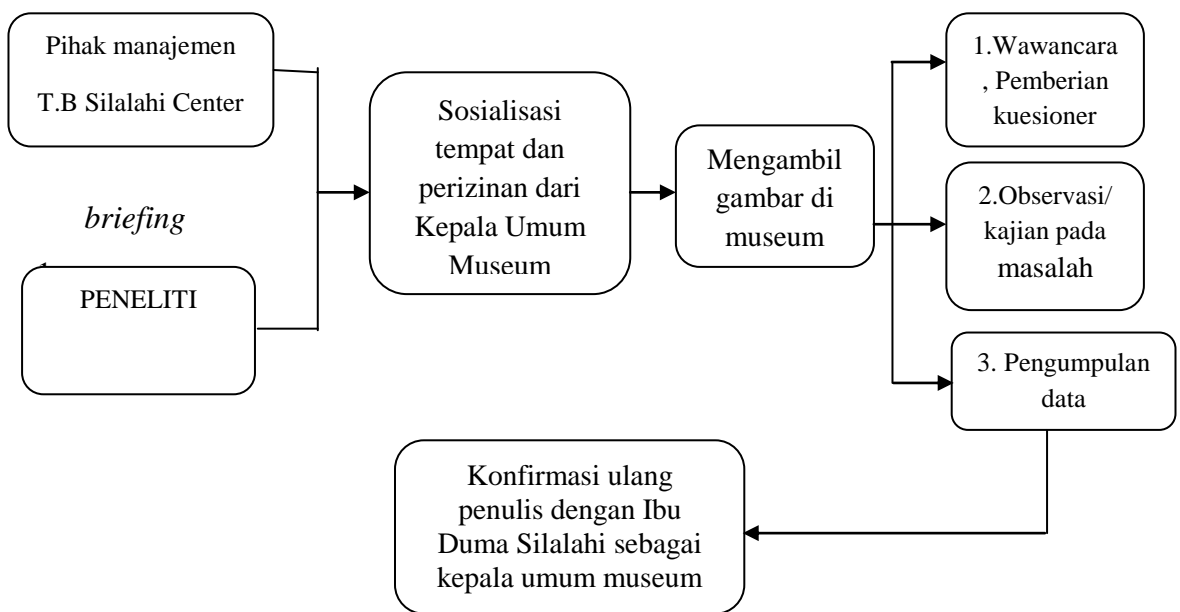
- 1) Dokumentasi foto
- 2) Video
- 3) Perekaman audio

Perekaman ini digunakan saat wawancara dengan narasumber, dokumentasi saat membagikan kuesioner kepada pengunjung selama kurang lebih empat hari di museum T. B SILALAH Center. Berikut ini adalah proses penelitian yang dilakukan penulis saat di lapangan.





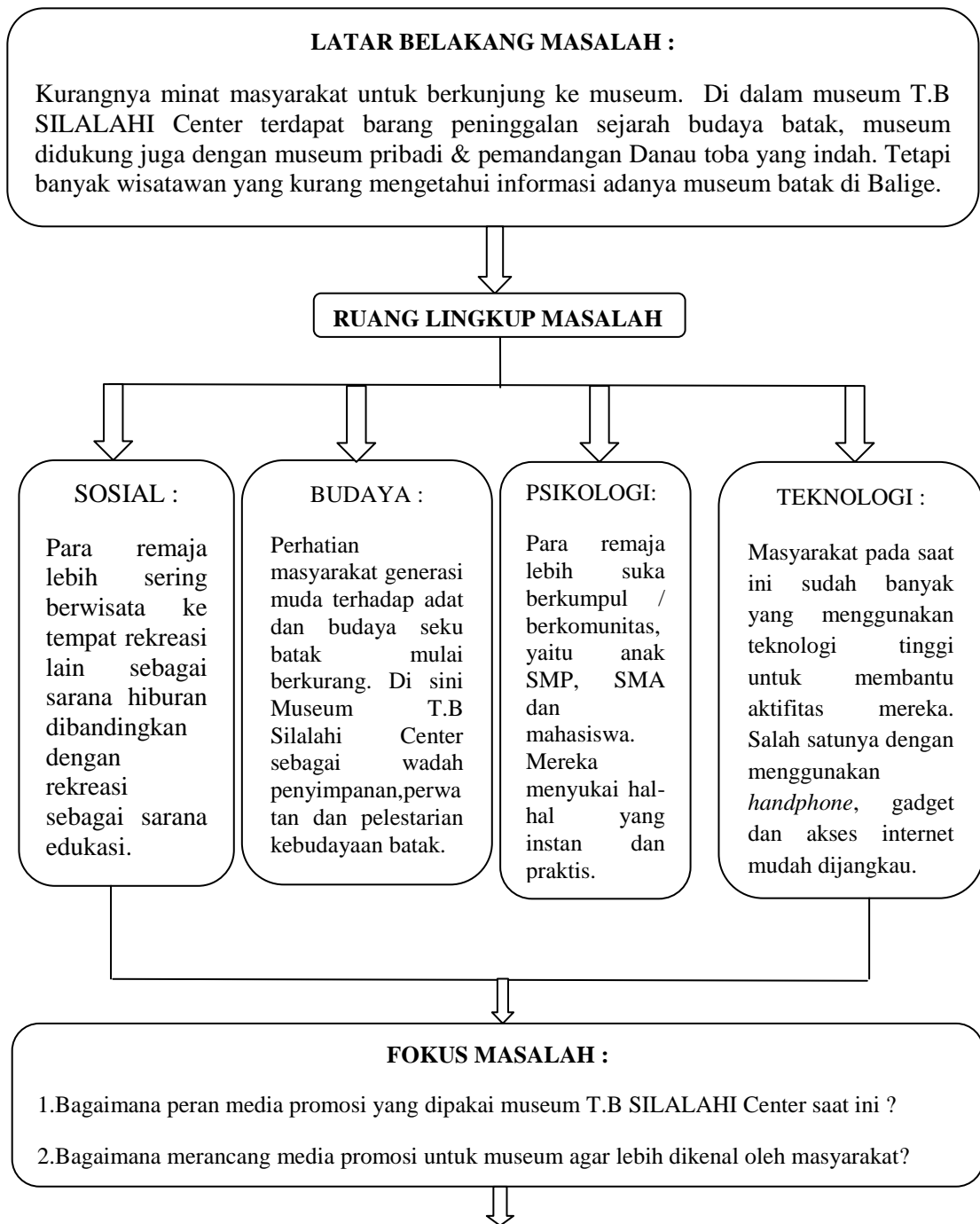
Bagan 1.1: Alur kerja penelitian
(Sumber: Data pribadi penulis, 2014)

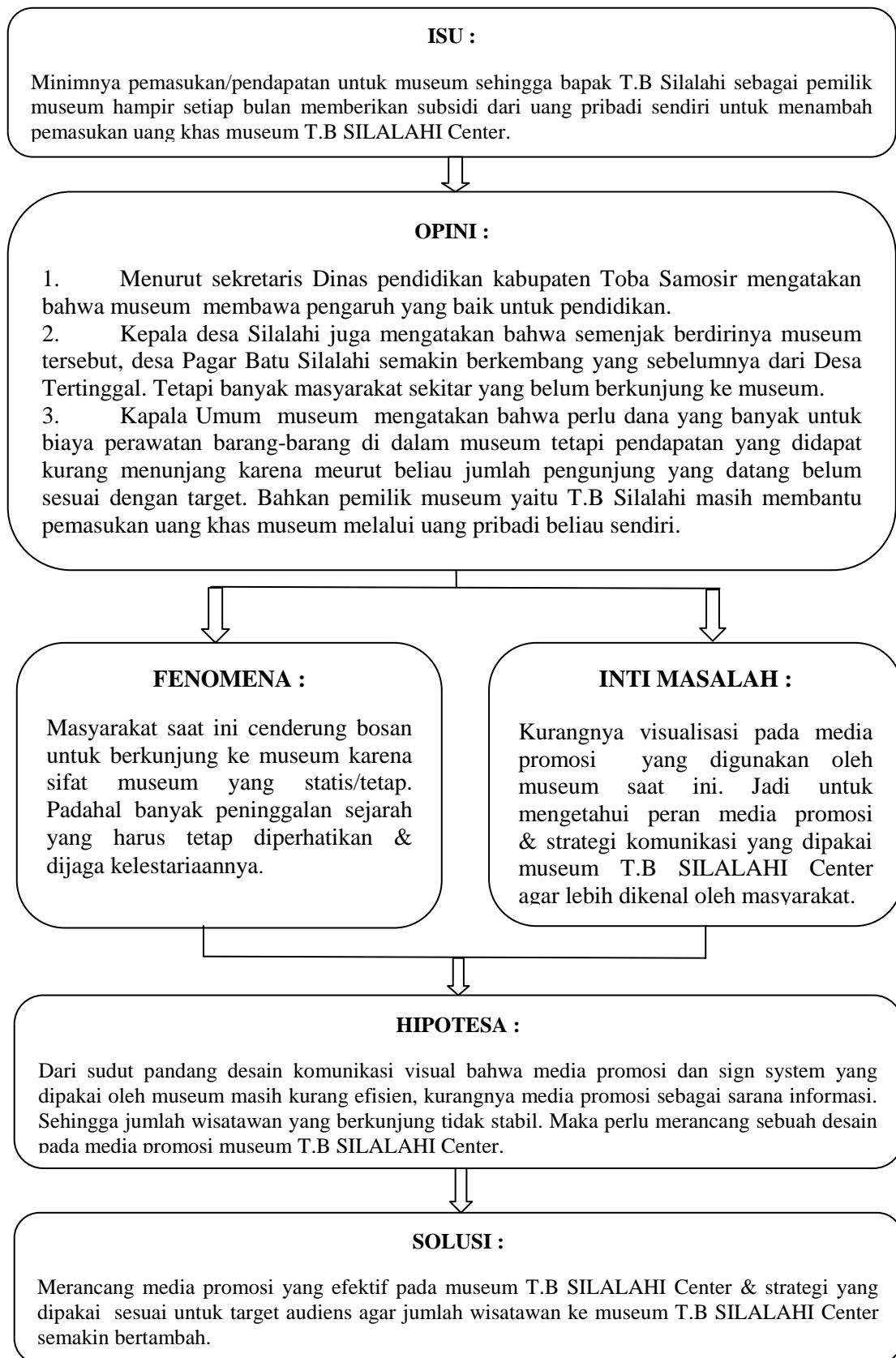


Bagan 1.2: Proses Penelitian di T.B SILALAH Center
(Sumber: Data pribadi penulis, 2014)

1.7 Kerangka Perancangan

Kerangka perancangan ini adalah alur / bagan proses kerja dari awal penelitian yang dilakukan penulis dalam melakukan pada media promosi di museum.





Bagan 1.3: Kerangka Perancangan Masalah

(Sumber: Data Pribadi penulis, 2014)

1.8 Pembabakan

Kata pengantar

ABSTRAK

Daftar Isi

BAB I PENDAHULUAN

1.8.1 Latar Belakang Masalah

Berisikan kejadian/fenomena, mengapa masalah tersebut diambil sebagai topik tugas akhir, mengarah pada permasalahan di Museum T. B SILALAH Center di Balige kabupaten Toba Samosir.

1.8.2 Permasalahan

- 1) Identifikasi masalah terdiri dari poin-poin pernyataan masalah.
- 2) Rumusan masalah diawali dengan kalimat tanya “Bagaimana”.

1.8.3 Ruang Lingkup

Fokus atau batasan masalah. Apa, bagaimana, tempat, waktu penelitian dengan 5W + 1H

1.8.4 Tujuan dan Manfaat penelitian

- 1) Tujuan Umum dan Tujuan Khusus
- 2) Manfaat penelitian untuk akademis, pihak terkait dan untuk pembaca.

1.8.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

Cara survey / mengumpulkan data dengan menggunakan metode penelitian, wawancara dan membagikan kuesioner.

1.8.6 Kerangka perancangan

Berisikan bagan/skema/alur proses dari perancangan media promosi

1.8.7 Pembabakan

Sistematika penulisan / gambaran singkat tiap bab.

BAB II : Dasar Pemikiran

Menjelaskan dasar pemikiran dari teori-teori yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan untuk merancang media promosi.

BAB III : Data dan Analisis Masalah

- 3.1 Data Institusi pemberi proyek
- 3.2 Data produk : PROFIL Museum T.B SILALAH I Center, atau ide yang akan digarap dalam perancangan media promosi untuk museum T.B SILALAH I Center di Balige
- 3.3 Data khalayak sasaran : Analisis *target audience* secara demografis, psikografis.
- 3.4 Data pembanding sejenis
- 3.5 Data hasil observasi, wawancara, kuesioner dan lain-lain.
- 3.6 Analisis : misalnya dengan matriks, analisis SWOT, Analisis AISAS, analisis perbandingan atau cara yang lainnya untuk menghasilkan konsep perancangan media promosi.

BAB IV : Konsep dan Hasil perancangan

- 4.1 Konsep : Konsep pesan (Ide besar), konsep kreatif (pendekatan), konsep media (Media apa saja yang digunakan, perencanaan media, dan lain-lain), konsep visual (Jenis-jenis huruf, bentuk, warna, gaya visual).
- 4.2 Strategi desain yang digunakan dalam merancang media promosi museum T.B SILALAH I Center di Balige.
- 4.3 Hasil perancangan, mulai dari sketsa hingga penerapan visual pada media promosi.

BAB V : Penutup

Berisi kesimpulan dan saran.

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA