

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan Negara yang kaya budaya, pariwisata, dan peninggalan sejarahnya dibandingkan dengan negara-negara tetangga. Sudah seharusnya diapresiasi masyarakat dan diketahui sebagai identitas bangsa. Pengenalan potensi objek dan daya tarik wisata tersebut merupakan suatu hal terpenting agar objek dapat dikenal jauh oleh wisatawan dan maupun menggerakkan calon wisatawan untuk berkunjung. Setiap provinsi ataupun kota yang ada di Indonesia memiliki sektor potensi objek dan daya tariknya masing-masing.

Provinsi Lampung dengan ibukota Bandar Lampung merupakan sebuah provinsi paling selatan di Pulau Sumatera, Indonesia. Merupakan salah satu daerah yang mempunyai potensi budaya, pariwisata dan peninggalan sejarahnya yang cukup besar. Dengan memperhatikan kekuatan potensi dan peluang yang dimiliki oleh provinsi Lampung maka sepatutnyalah potensi tersebut perlu dikembangkan dan dimanfaatkan. Bagi provinsi Lampung keberadaan museum merupakan aset berharga dalam sejarah keberadaan Lampung dan dunia wisata budaya karena dapat menjadikan sebagai media edukasi dalam upaya penanaman jati diri dan ketahanan budaya bangsa.

Berdasarkan amanat undang-undang RI No. 5 tahun 1992, pasal 29 ayat 1 menyatakan bahwa benda cagar budaya bergerak atau benda cagar budaya tertentu baik yang dimiliki oleh negara maupun perorangan dapat disimpan dan dirawat oleh museum. Sedangkan secara kelembagaan, berdasarkan peraturan pemerintah nomor 19 tahun 1995, museum adalah lembaga tempat penyimpanan, perawatan, pengamanan, dan pemanfaatan benda-benda bukti material hasil budaya manusia serta alam dan lingkungan guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa. Isi dari pasal di atas menentukan status museum dalam kaitannya dengan ilmu pengetahuan dan kebudayaan.

Museum Lampung memiliki peranan penting sebagai pusat perkembangan kebudayaan selain itu juga memiliki berbagai macam koleksi benda bersejarah. Namun kenyataannya dari data statistik pada tahun 2010 hingga 2013 jumlah kunjungan Pelajar mendominasi yakni 98,47% atau sama dengan 131.248 orang. Namun jika dilihat dari jenjang pendidikan pelajar TK dan SD merupakan pengunjung terbanyak, jumlahnya mencapai 49,19%. Sedangkan untuk pengunjung tingkat SMP jumlah mencapai 33,5%, tingkat SMA 13,68%, dan untuk tingkat Mahasiswa hanya 2,10%. Dari hasil data di atas saat ini kesadaran dan minat pengunjung terutama kalangan pelajar ataupun remaja tingkat SMP, SMA, dan Mahasiswa masih sangat rendah, mereka hanya ingin datang ke museum jika diberikan tugas oleh pihak sekolah dan selebihnya mereka tidak menjadikan museum sebagai tempat yang wajib mereka kunjungi. (*Unit Pelaksana Teknis Daerah Museum Ruwa Jurai, 2010*).

Oleh karena itu, untuk mengantisipasi permasalahan di atas diperlukan media promosi dan media pendukung yang efektif efisien serta diharapkan dengan adanya “Perancangan Media Promosi Museum Ruwa Jurai Lampung” dapat menarik minat kalangan pelajar atau remaja untuk berkunjung ke Museum Ruwa Jurai Lampung sehingga dapat membentuk jati diri generasi muda tentang sejarah masyarakat Lampung itu sendiri.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis menyimpulkan inti permasalahan yang dihadapi sebagai berikut :

- a) Dengan keragaman budaya, pariwisata, dan peninggalan sejarah Indonesia seharusnya dapat diapresiasi sebagai identitas bangsa agar mampu menarik wisatawan untuk berkunjung.
- b) Rendahnya minat pelajar untuk berkunjung ke Museum Ruwa Jurai Lampung.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang media promosi Museum Ruwa Jurai Lampung dalam meningkatkan minat pelajar untuk berkunjung ?

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 merancangan media promosi Museum Ruwa Jurai sebagai destinasi wisata sejarah dan edukasi Lampung. yang berlokasi di Jalan H. Zainal Abidin Pagar Alam No. 64 Kelurahan Gedung Meneng, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten/Kota Bandar Lampung.
- b) Target Visual dari perancangan media promosi Museum Ruwa Jurai yaitu pelajar SMP, SMA dan Mahasiswa.
- c) Perancangan Tugas Akhir dilakukan sejak bulan Februari hingga Juni tahun 2015.
- d) Karena semakin rendahnya minat pelajar dan remaja untuk berkunjung sehingga diperlukan perancangan media promosi untuk membantu memberikan informasi tentang keberadaan Museum Ruwa Jurai.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari Perancangan Tugas Akhir ini adalah untuk menarik minat pelajar dan remaja untuk berkunjung dan belajar tentang peninggalan sejarah budaya suku lampung dalam upaya membentuk jati diri sebagai identitas budaya.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Berikut ini adalah metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis sebagai berikut :

a) Observasi

Menurut Ridwan (2004: 104), “Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan”.

Metode ini merupakan studi praktek dimana peneliti langsung mengamati Museum Ruwa Jurai Lampung yang berlokasi di Jalan H. Zainal Abidin Pagar Alam No. 64 Kelurahan Gedung Meneng, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten/Kota Bandar Lampung. Untuk mengamati objek yang terdapat di Museum Ruwa Jurai Lampung dan kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh museum serta melihat kondisi dan potensi aktifitas yang sedang berlangsung dilokasi. Pelaksanaan observasi perpedoman pada pengamatan di lapangan.

b) Studi Pustaka

Menurut Creswell, John W. (2005: 89), “Studi pustaka adalah ringkasan tertulis mengenai artikel dari jurnal, buku, dan dokumen lain yang mendeskripsikan teori serta informasi baik masa lalu maupun saat ini, mengorganisasikan pustaka ke dalam topik dan dokumen yang dibutuhkan untuk proposal penelitian”.

Metode ini dilakuakn dengan pengumpulan data, cara membaca, dan mempelajari buku, serta literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan agar dapat lebih detail dan akurat tentang informasi yang dibutuhkan untuk menunjang teori yang ada.

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 dengan cara melakukan wawancara dengan instansi yang terkait dengan objek penelitian. Wawancara

dilakukan dengan petugas yang berada di Museum Ruwa Jurai Lampung serta UPTD Musuem Lampung tersebut dan beberapa narasumber yang berkaitan dengan Perancangan Media Promosi Museum Ruwa Jurai Lampung sebagai Destinasi Wisata Sejarah dan Edukasi.

d) Kuesioner

Menurut Menurut sugiyono (2013: 199), “Kuisoner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

secara umum, untuk penelitian korelasional jumlah sampel minimal untuk memperoleh hasil yang baik adalah 30, sedangkan dalam penelitian eksperimen jumlah sampel minimum 15 dari masing-masing kelompok dan untuk penelitian survey jumlah sampel minimum adalah 100. Metode ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan beberapa pertanyaan yang di tunjukan kepada beberapa responden untuk melengkapi data yang dibutuhkan.

1.5.2 Metode Analisis Data

Metode analisis, pada tahap ini dianalisis terhadap data kegiatan yang akan dilakukan. Analisis ini dilaksanakan dengan cara mengelompokkan data dari hasil wawancara, hasil kuesioner, maupun studi pustaka tentang Museum Ruwa Jurai Lampung serta observasi pandangan masyarakat terhadap museum, dan kemudian disajikan ke dalam Matriks perbandingan guna mendukung dalam visualisasi penerapan karya desain.

- Analisis Matriks

Soewardikoen (2013: 50-51), Matriks membantu mengidentifikasi bentuk penyajian lebih seimbang, dengan cara mensejajarkan informasi baik berupa gambar maupun tulisan. Sebuah matriks terdiri dari kolom dan baris yang masing-masing mewakili dua dimensi yang berbeda, dapat berupa konsep atau kumpulan informasi. Sangat berguna untuk membuat perbandingan

seperangkat data, misalnya, mengidentifikasi persamaan dan perbedaan dalam data penelitian. Matriks menjadi salah satu metode analisis yang sangat bermanfaat dan sering digunakan untuk menyampaikan sejumlah besar informasi dalam bentuk ruang yang padat. Matriks merupakan alat yang rapi baik bagi pengelolaan informasi maupun analisis (Rohidi, 2011: 247).

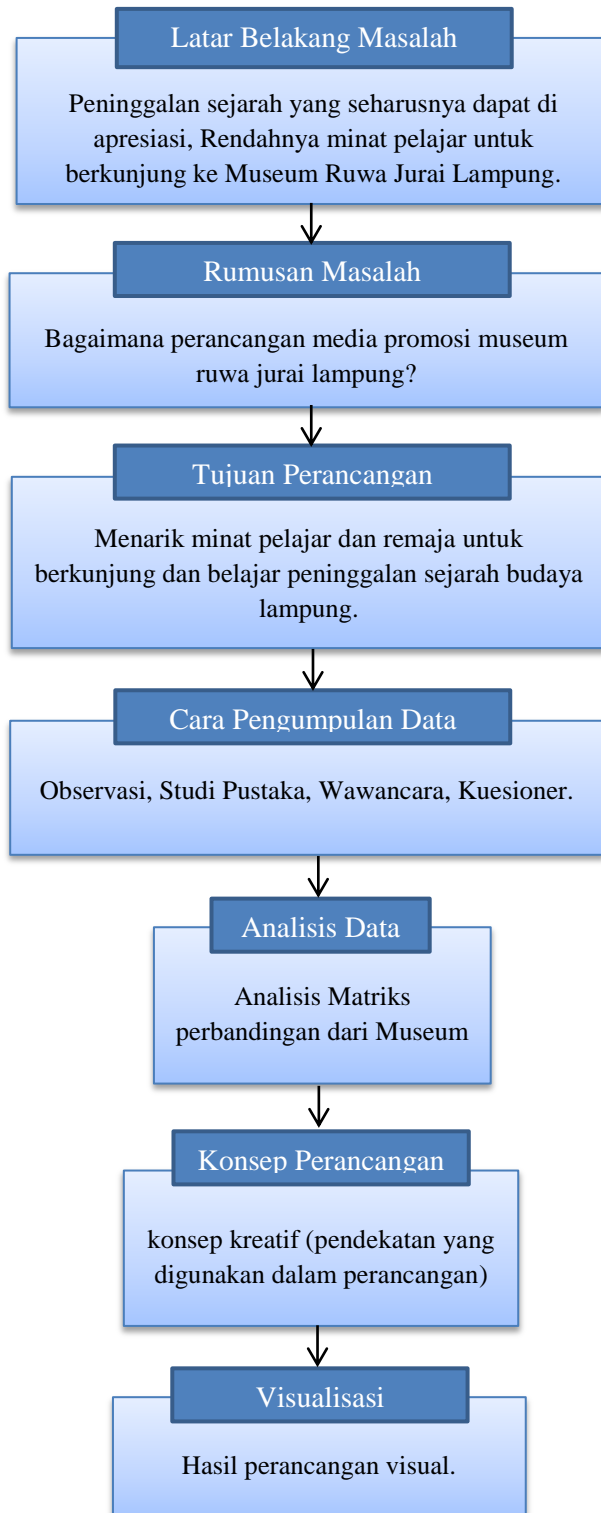


| Matriks (Brand) | | | |
|-----------------|-----------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------|
| | 1 | 2 | 3 |
| | KINDER JOY | GOLDEN GINGER | DOUBLEMINT |
| Layout | Simetris | Simetris | Simetris |
| Focal Point | Merek | Merek dan foto produk | Merek |
| Hirarki | Merek Ilustrasi Info Produk | Merek Foto Produk Info Produk | Merek Elemen Grafis Info Produk |
| Tipografi | Custom Font Sans serif Bold | Custom Font Sans serif Ekstra bold | Custom Font Sans serif Bold |
| Foto/Ilustrasi | Ilustrasi Elemen Grafis | Foto produk | Ilustrasi Elemen Grafis |
| Warna | Putih Orange Dominan | Kuning Dominan | Hijau Dominan |

Gambar 1.1 Contoh Analisis Matriks
 Sumber: Widiatmoko Soewardikoen (2013: 50)

1.6 Kerangka Perancangan

Bagan 1.1 Kerangka Perancangan



1.7 Pembabakan

Guna memudahkan memahami Tugas Akhir, maka penulisan dibagi dalam pembabakan sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data dan analisis kerangka perancangan 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 media promosi.

3. BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada bab ini akan diuraikan hasil pencarian data secara terstruktur dan siap diuraikan, seperti data instansi terkait dengan judul tugas akhir ini dan media-media promosi yang pernah dilakukan serta analisis yang akan digunakan misalnya dengan matriks atau table, analisis SWOT, analisis sebab akibat, analisis perbandingan, atau cara yang lainnya untuk menghasilkan konsep perancangan.

4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Berisikan keseluruhan konsep yang dilakukan dalam menjawab tujuan dari perancangan Tugas Akhir ini. Mulai dari konsep ide, konsep kreatif, konsep media, konsep visual, konsep bisnis, dan 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.