

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tsunami adalah gelombang air yang sangat besar yang disebabkan oleh berbagai macam gangguan dari dasar laut. Gangguan tersebut dapat berupa gempa bumi, pergeseran lempeng dan gunung api yang meletus. Dampak dari *Tsunami* itu sendiri adalah dapat merusak apa saja yang dilaluinya, mulai dari bangunan, tumbuhan serta menyebabkan jatuhnya korban jiwa. *Tsunami* telah melanda berbagai tempat, pada tahun 1755 bencana alam ini terjadi di Lisboa, ibu kota Portugal, pada tahun 1883 letusan gunung Krakatau di Indonesia juga telah menyebabkan *Tsunami* dan beberapa tempat lainnya. (Nanin, 2008: 5)

Pada tanggal 26 Desember 2004, gempa melanda pulau Aceh dengan kekuatan 9.0 skala Richter dan gempa tersebut mengakibatkan *Tsunami* yang melanda daerah Banda Aceh dan sekitarnya. Merujuk kepada data BAKORNAS pada Maret 2005, jumlah korban yang meninggal sebanyak 128.645 orang dan sebanyak 37.063 orang dinyatakan hilang. Selain banyaknya korban, *Tsunami* juga menyebabkan banyak rumah serta bangunan-bangunan rusak. Hal-hal tersebut memberikan duka yang mendalam bagi rakyat dan Aceh dan menjadikan *Tsunami* Aceh sebagai peristiwa yang tidak dapat terlupakan meskipun 9 tahun telah berlalu semenjak kejadian tersebut. (Rofi, 2006: 341)

Setelah peristiwa *Tsunami* yang memilukan tersebut berlalu, pemerintah membangun monumen-monumen untuk mengenang peristiwa tersebut, mulai dari monumen ombak *Tsunami* yang dibangun dipemakaman korban *Tsunami* di Lambaroo Aceh besar, ada juga PLTD apung yang terbawa oleh ombak *Tsunami* yang sekarang sudah dijadikan monumen di daerah Punge Blang Cut, serta dibangunnya Museum *Tsunami* di jln.Sultan Iskandar Muda, Banda Aceh. Museum *Tsunami* dibangun oleh Arsitek, M. Ridwan Kamil. Desain yang berjudul *Rumoh Aceh as Escape Hill* ini mengambil ide dasar *Rumoh* Aceh yaitu rumah tradisional masyarakat Aceh berupa bangunan rumah

panggung. Adapun tujuan pembangunan museum ini tidak hanya menjadi sebuah bangunan monumen, tetapi juga sebagai objek wisata sejarah dan edukasi, dimana bangunan ini menjadi tempat pusat penelitian dan pembelajaran tentang bencana *Tsunami* sebagai simbol kekuatan masyarakat Aceh dalam menghadapi bencana *Tsunami*. Selain itu bangunan ini diharapkan menjadi warisan untuk generasi Aceh di masa mendatang sebagai pesan dan pelajaran bahwa *Tsunami* pernah melanda Aceh yang telah menelan banyak korban. Pembangunan museum ini telah menghabiskan anggaran mencapai 140 milyar rupiah.

Namun, Museum *Tsunami* tidak begitu diminati untuk dijadikan tempat kunjungan, baik oleh kalangan remaja maupun kalangan orang dewasa. Kalangan remaja atau pelajar, hanya akan mengunjungi museum pada saat sekolah memberikan tugas kepada mereka, mereka tidak menjadikan Museum sebagai tempat kunjungan yang ingin mereka datangi secara sukarela. Padahal Museum adalah tempat yang berguna untuk mengedukasi diri dan dapat menambah bagi para pengunjung.

Melihat fenomena ini penulis berusaha untuk menarik minat pelajar dan masyarakat umum untuk menjadikan Museum *Tsunami* sebagai destinasi kunjungan wisata bersejarah dan edukasi dengan merancang visualisasi media promosi yang sesuai untuk target sasaran.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diambil beberapa permasalahan, diantaranya adalah :

1. *Tsunami* merupakan bencana yang terjadi akibat gangguan dari dasar laut berupa gempa bumi, pergeseran lempeng, dan juga karena letusan gunung berapi didasar laut.

2. Aceh dilanda *Tsunami* pada tanggal 26 Desember 2004, yang mengakibatkan banyak korban serta bangunan-bangunan yang hancur.
3. Terdapat beberapa monumen *Tsunami* yang dibangun oleh pemerintah setelah peristiwa tersebut terjadi, yaitu gelombang *Tsunami* di pemakaman Lambaroo, Aceh Besar, PLTD Apung yang terbawa oleh *Tsunami* ke tengah kota di daerah Punge Blang Cut, serta Museum *Tsunami* di Jln. Sultan Iskandar muda, Banda Aceh.
4. Museum *Tsunami* dibangun oleh pemerintah dengan tujuan untuk mengenang sejarah dan untuk mengedukasi pengunjung tentang *Tsunami* yang terjadi.
5. Rendahnya minat masyarakat umum terutama pelajar untuk mengunjungi Museum *Tsunami*.

1.2.2 Rumusan Masalah

"Bagaimana merancang visualisasi media promosi yang dapat menarik minat pelajar untuk menjadikan Museum *Tsunami* sebagai destinasi kunjungan wisata sejarah dan sarana edukasi?"

1.3 Ruang Lingkup

Dalam kaitannya dengan bidang studi Desain Komunikasi Visual, konsentrasi Multimedia Marketing, berikut ini adalah batasan masalah yang akan dilakukan selama proyek tugas akhir ini, adalah:

1. Perancangan media promosi Museum *Tsunami*, seperti media cetak, media luar ruang dan media pendukung lainnya.
2. Perancangan media promosi ditujukan untuk pelajar SMP, SMA dan sederajat serta mahasiswa yang berdomisili di daerah Banda Aceh dan sekitarnya.
3. Media promosi akan diterapkan di daerah Banda Aceh dan Aceh Besar.

4. Perancangan tugas akhir dimulai pada bulan Februari sampai dengan bulan Juli 2014.

1.4 Tujuan Perancangan

Perancangan media promosi ini bertujuan untuk menarik minat pelajar untuk menjadikan Museum *Tsunami* sebagai tempat kunjungan wisata besejarah dan tempat destinasi edukasi. Serta menjadikan Museum *Tsunami* tidak hanya menjadi monumen yang berdiri tegak, namun juga dapat memberikan manfaat bagi generasi muda penerus bangsa.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

Berikut adalah cara pengumpulan data yang akan dilakukan dalam perancangan media promosi:

1.5.1 Pengumpulan Data

1. 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”.

Melakukan wawancara dengan pihak museum untuk mendapatkan data-data yang akurat.

2. Kuesioner

Suharsimi Arikunto (2006: 151) menjelaskan angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui.

Menyebarkan kuesioner kepada *target audience* di Aceh untuk mendapatkan data yang diperlukan demi lancarnya perancangan media promosi Museum *Tsunami*.

3. 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 (tesis dan disertasi), dan sumber-sumber lainnya yang sesuai (internet, koran dll)”.

Mencari data dan teori yang diperlukan seputar informasi tentang *Tsunami* dan teori-teori media promosi melalui buku, jurnal, internet dan sumber lainnya.

4. Observasi

Menurut Supardi (2006:88) : “Metode observasi merupakan metode pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki”. Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa metode observasi sebagai alat pengumpul data adalah kegiatan pengamatan (secara inderawi) yang direncanakan, sistematis, dan hasilnya dicatat serta dimaknai (diinterpretasikan) dalam rangka memperoleh pemahaman tentang subjek yang diamati.

Penulis mengumpulkan informasi dan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian.

1.5.2 Analisis

- Analisis SWOT

Menurut Jogiyanto (2005:46), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.

Analisa SWOT menurut Kotler & Armstrong (2008:50) analisa SWOT adalah evaluasi secara keseluruhan terhadap kekuatan. Kelemahan, kesempatan dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu, perusahaan juga menganalisa pasar dan lingkungan pemasaran untuk mencari kesempatan yang atraktif dan mengidentifikasi ancaman.

Setelah mengetahui faktor SWOT dari sebuah perusahaan dan merumuskan suatu tujuan maka setelah itu dapat dikembangkan menjadi strategi yang nantinya akan menjadi program-program yang akan dilakukan. Penggabungan faktor tersebut dikenal sebagai strategi **S-O**, strategi **S-T**, strategi **W-O**, dan strategi **W-T**. Rumusan kombinasi yang efektif dari setiap strategi tersebut diantaranya :

1. Strategi **S-O**.

Strategi yang menggunakan kekuatan (*Strength*) untuk memanfaatkan peluang (*Opportunity*) yang ada.

2. Strategi **S-T**.

Strategi yang menggunakan kekuatan (*Strength*) untuk mengatasi ancaman (*Threat*).

3. Strategi **W-O**.

Strategi dengan meminimalkan kelemahan (*Weakness*) untuk mengejar peluang (*Opportunity*).

4. Strategi **W-T**.

Strategi dengan meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan menghindari ancaman (*Threat*) yang ada.

(Purba, 2009: 66)

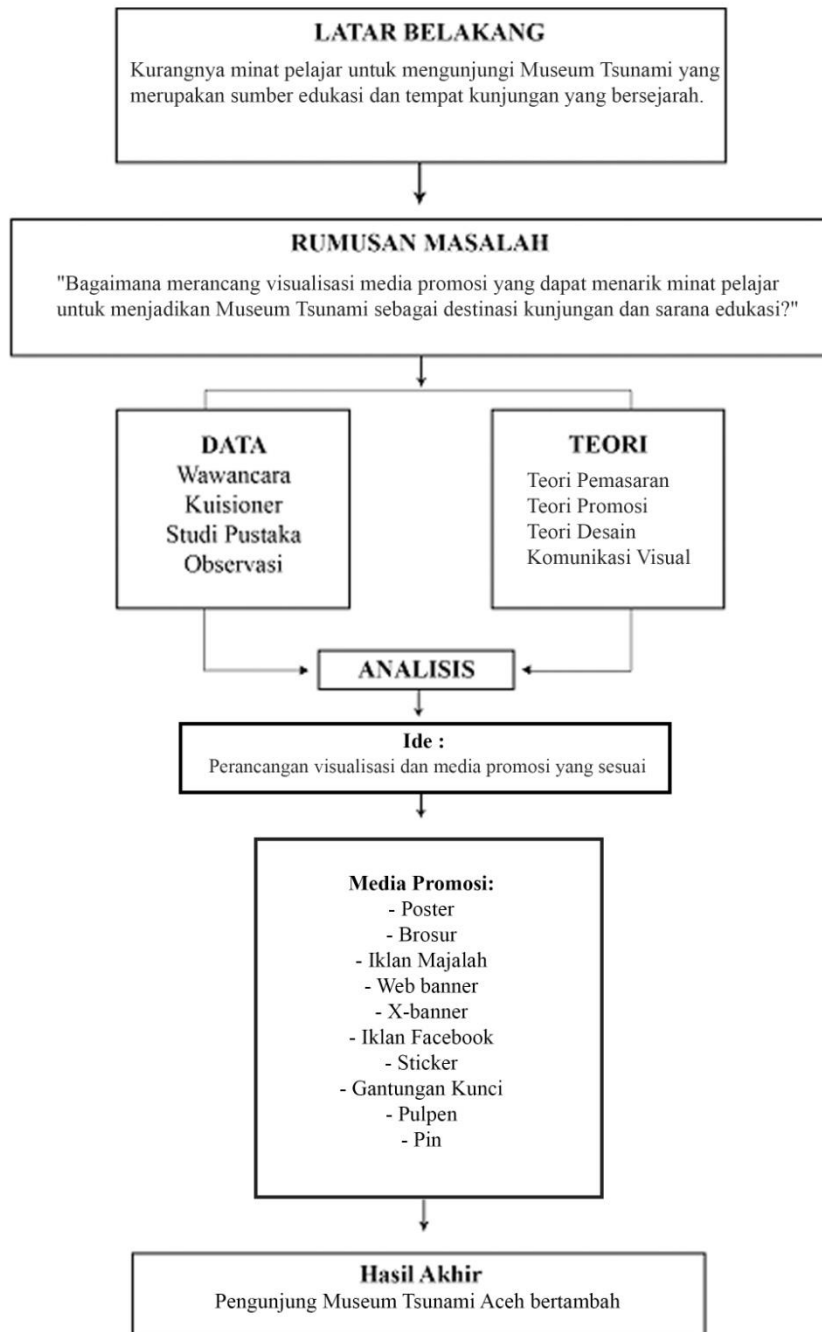
Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari Museum *Tsunami* untuk menjadi acuan dalam merancang visualisasi media promosi.

1.6 Kerangka Penelitian

Bagan 1.1

Kerangka Penelitian

Sumber: Dokumentasi pribadi



1.7 Pembabakan

Bab I Pendahuluan

Menjelaskan tentang, latar belakang, permasalahan, fokus penelitian, tujuan perancangan, teknik pengumpulan data, skema perancangan serta pembabakan.

Bab II Dasar Pemikiran

Menjelaskan tentang teori promosi, pemasaran, teori warna, teori tipografi, dan teori-teori lainnya yang dirasa perlu dalam proses perancangan media promosi Museum *Tsunami*.

Bab III Data dan Analisis Masalah

- Data

Menjelaskan data tentang yang berkaitan dengan data pemberi proyek, data produk atau ide yang akan digarap, data khalayak sasaran, data hasil observasi, wawancara, kuesioner dan data-data lainnya yang dianggap perlu dalam proses perancangan visualisasi media promosi Museum *Tsunami Aceh*.

- Analisa

Menjelaskan teori-teori yang sudah diterapkan pada bab II yang kemudian dihubungkan dengan data yang telah dikumpulkan, untuk dapat membantu menyelesaikan masalah dan memberi solusi yang tepat dalam proses perancangan media promosi.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan tentang perancangan konsep yang akan digunakan dalam rangka pembuatan media promosi Museum *Tsunami*. Seperti konsep kreatif, konsep komunikasi, konsep visual dan konsep media, yang kemudian konsep-konsep tersebut akan diterapkan dalam berbagai macam media yang dianggap cocok.

Bab V Penutup

Menjelaskan tentang kesimpulan, saran dan masukan yang didapat selama proses pembuatan tugas akhir dan juga selama proses sidang.