

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Selain kaya akan alam, Indonesia juga kaya akan warisan budaya yang menjadi menjadi rekam jejak sejarah yang masih tertinggal. Museum adalah salah satu sarana penting untuk melestarikan budaya Indonesia sekaligus menumbuhkan rasa nasionalisme, namun disayangkan keberadaannya kurang mendapat perhatian baik dari pemerintah maupun masyarakat. Beberapa museum yang dikelola memiliki koleksi yang menarik namun media penyampaian informasinya kurang menarik.

Museum di Indonesia hanya diposisikan sebagai tempat menyimpan koleksi peninggalan sejarah. Masyarakat juga belum menjadikan museum sebagai tempat yang ingin dikunjungi sebagai wisata sejarah. Ditambah lagi citra buruk bahwa museum adalah tempat yang mengandung hal-hal mistis membuat minat masyarakat untuk datang ke museum menjadi sangat rendah.

Salah satu museum dengan tingkat kunjungan rendah adalah Museum Balaputra Dewa yang terletak di kota Palembang. Museum ini merupakan salah satu museum sejarah Sumatera Selatan yang menyimpan lebih dari 3000 koleksi sejarah. Mulai dari koleksi jaman prasejarah, jaman kerajaan sriwijaya sampai masa perang kemerdekaan. Citra buruk pada keberadaan Museum Balaputra Dewa membuat generasi muda semakin enggan untuk berkunjung ke museum tersebut. Berimbas pada tingkat kunjungan ke museum yang semakin rendah. Hal ini membuat pemerintah hanya menaruh sedikit perhatian pada Museum

Balaputra Dewa sehingga pengembangan pada museum Balaputra Dewa menjadi tidak maksimal, padahal posisi museum adalah sebagai salah satu sarana perekam jejak bangsa yang sangat penting. Jika anak muda tidak datang ke sana, tentu saja nilai-nilai luhur dari masa lalu tidak akan sampai ke anak muda dan tentu saja berimbas pada kurangnya rasa nasionalisme

Oleh karena itu, melalui ilmu DKV perlu dirancang strategi *branding* Museum Balaputra Dewa untuk memperbaiki citra dan meningkatkan nilai Museum Balaputra Dewa sehingga anak muda di kota Palembang tertarik untuk datang ke Museum Balaputra Dewa.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahannya adalah Bagaimana membuat *branding* Museum Balaputra Dewa yang menarik untuk anak muda?

Ruang lingkup dari perancangan *branding* Museum Balaputra Dewa dimulai dari anak muda di Kota Palembang dikarenakan berdasarkan *survey* yang telah dilakukan anak muda di Kota Palembang sudah jarang datang ke museum dan bahkan tidak tahu jika Museum Balaputra Dewa itu ada.

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan adalah jawaban masalah yang teridentifikasi, yaitu agar anak muda di Kota Palembang mengetahui keberadaan Museum Balaputra Dewa dan tertarik untuk mengunjunginya.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik yang pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah

1. Wawancara

Penulis mewawancarai narasumber yaitu Bapak Ahmad Rapanie Igama dari Dinas Pariwisata dan Budaya Sumatera Selatan dan Ibu Merry dari Museum Balaputra Dewa untuk mendapatkan data nyata melalui jawaban atas pertanyaan yang ditanyakan. Selain itu juga untuk mengetahui sejarah museum dan kondisi museum lewat data yang ada.

2. Kuisisioner

Penulis mengumpulkan data yang disebarakan secara terstruktur lewat media sosial secara *online* kepada 100 anak muda di Kota Palembang dengan kisaran usia 18-25 tahun untuk mengetahui cara pandang dan tingkat kunjungan anak muda ke museum.

3. Observasi

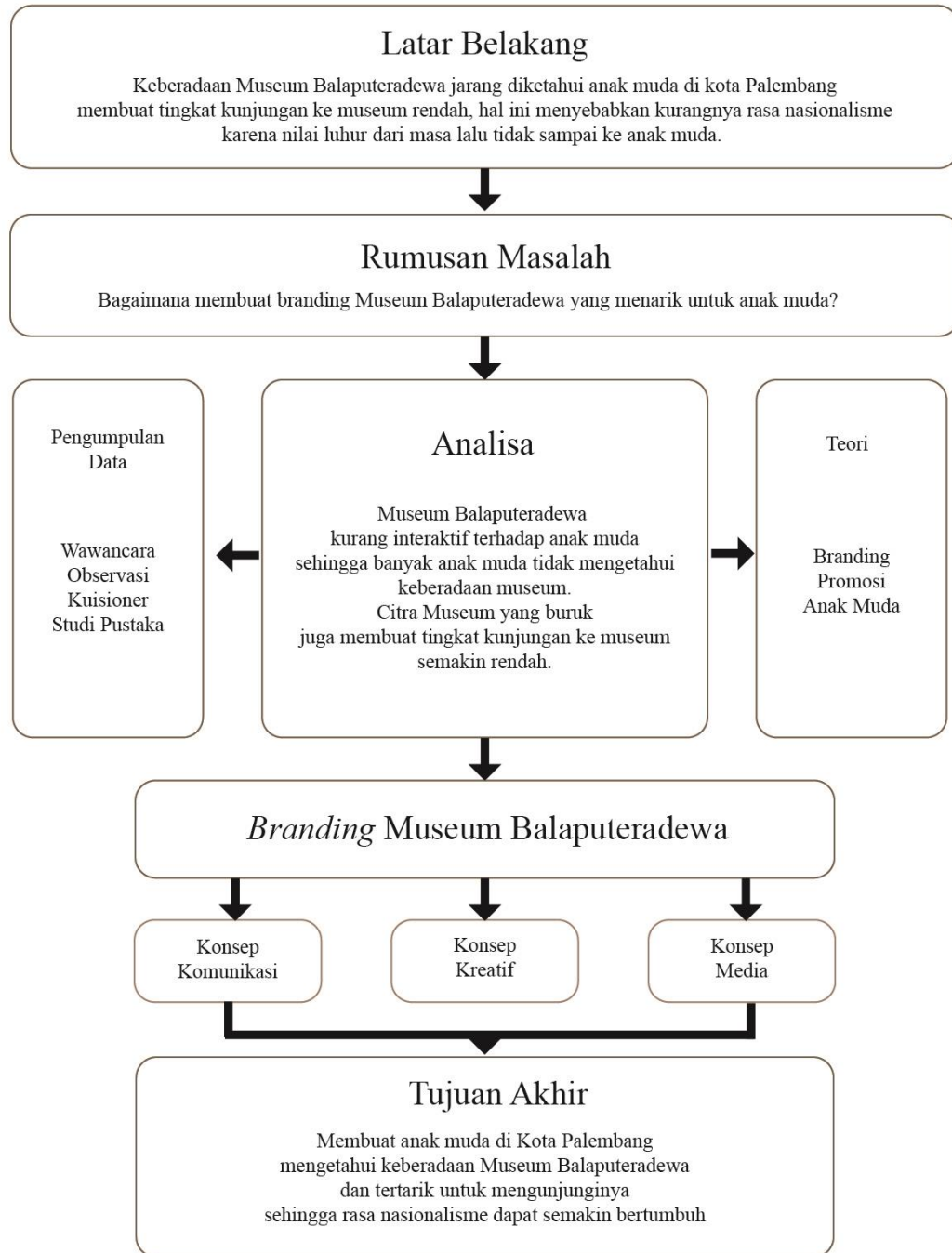
Penulis melakukan pengumpulan data langsung dengan mengunjungi Museum Balaputra Dewa dan beberapa museum lain sebagai pembandingan untuk mengetahui kondisi museum secara langsung

4. Studi pustaka

Penulis melakukan teknik studi pustaka dengan menggunakan buku dan media internet yang berhubungan dengan *branding*, promosi sebagai referensi untuk melengkapi data yang dibutuhkan.

1.5 Skema Perancangan

Skema



Gambar 1.1 Skema model pengembangan proses komunikasi