

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sudah banyak diberitakan bahwa keberadaan budaya di Indonesia sekarang cukup memprihatinkan disebabkan karena minimnya kepedulian masyarakat Indonesia terhadap sejarah dan budayanya sendiri. Hal tersebut mengakibatkan beberapa seni tradisional Indonesia “dicuri” oleh bangsa lain, antara lain seperti; kesenian batik, barong, tari bali, dll. Salah satu cara untuk menyadarkan kembali masyarakat akan sejarah dan budayanya sendiri adalah dengan melalui museum. Banyak museum di Indonesia yang memamerkan sejarah dan peninggalan budaya Indonesia. Salah satunya adalah Museum Sri Baduga yang berada di Kota Bandung.

Museum Sri Baduga merupakan museum negeri Propinsi Jawa Barat yang memajang koleksi serta perjalanan sejarah alam dan budaya Jawa Barat. Sudah cukup banyak kegiatan edukasi yang diadakan oleh Museum Sri Baduga dalam memperkenalkan keberadaannya pada masyarakat, namun apresiasi dari masyarakat akan keberadaan Museum Sri Baduga sebagai salah satu sumber pembelajaran sejarah dan budaya masih minim. Selain karena kurangnya minat masyarakat, publikasi keberadaan Museum Sri Baduga juga dirasa masih sangat kurang. Museum ini belum menerbitkan satu katalog pun yang secara lengkap menggambarkan apa dan bagaimana eksistensi Museum Sri Baduga di tengah-tengah kehidupan masyarakat Jawa Barat. Penyebab lainnya adalah karena kurangnya media promosi (poster, leaflet, banner, dll), media informasi dan *sign system* di dalam dan luar museum yang bisa memberikan suasana rekreasi dan menyenangkan pada museum yang biasanya dirasakan membosankan di mata masyarakat. Beberapa bagian media penunjang rekreasi lainnya seperti kantin, *art shop* atau *souvenir shop* juga kurang mendapat perhatian dengan penempatan lokasinya yang kurang tepat dan tanpa disertai *sign system* yang baik.

Jumlah pengunjung Museum Sri Baduga yang sudah cukup banyak dikarenakan hampir 80% museum dikunjungi oleh rombongan anak-anak sekolah yang datang berkunjung karena adanya program belajar keluar sekolah, sedangkan

pengunjung umum yang datang atas inisiatif sendiri dirasa masih sangat kurang. Untuk meningkatkan minat masyarakat, Museum Sri Baduga menambah beberapa benda koleksi baru dan sudah melakukan perbaikan di lantai satu dan dua, sedangkan lantai tiga masih dalam proses perbaikan. Suasana gelap, kotor, dan menyeramkan di dalam museum sudah tidak ada lagi. Selain itu untuk rencana ke depan pemerintah akan melakukan perbaikan besar pada Museum Sri Baduga agar bisa menjadi salahsatu tempat wisata edukasi andalan kota Bandung. Dalam kesempatan ini media promosi dan *sign system* dibutuhkan untuk menarik kembali para wisatawan untuk mengunjungi Museum Sri Baduga yang baru, sebagai salah satu tempat wisata edukasi yang lebih menarik untuk dikunjungi di kota Bandung.

1.2 Masalah dan Ruang Lingkupnya

- Bagaimana merancang promosi museum yang komunikatif dan efektif untuk menarik minat masyarakat?
- Bagaimana merancang promosi yang bisa memperkenalkan wajah baru Museum Sri Baduga ?
- Bagaimana merancang promosi yang mampu membuat suasana rekreasi bagi Museum Sri Baduga ?

1.2.1 Batasan / Ruang lingkup Permasalahan

- Perancangan dan penambahan media promosi Museum Sri Baduga.
- Perancangan media visual di luar dan dalam Museum Sri Baduga.
- Pengunjung :
 - Umum (primer)
Berkunjung dengan inisiatif sendiri.
- Lokasi : Bandung

Setelah mengamati masalah yang ada di Museum Sri Baduga, agar perancangan dapat dibuat dengan baik maka ruang lingkup permasalahan akan difokuskan pada kegiatan promosi untuk menarik minat pengunjung / wisatawan mengunjungi Museum Sri Baduga yang baru. Dari data yang didapatkan 70%

pengunjung Museum Sri Baduga adalah anak-anak sekolah dan pengunjung umum 18%. Dilihat dari data tersebut maka promosi akan dirancang untuk meningkatkan pengunjung umum. Pengunjung umum disini adalah keluarga yang berkunjung karena merasa tertarik untuk berwisata ke museum dengan didasari oleh inisiatif sendiri. Jumlah pengunjung yang sebagian besar adalah anak-anak membutuhkan media visual pendukung sebagai salah satu sarana edukasi untuk mengurangi perasaan bosan dan jenuh mereka agar memudahkan anak-anak mendapatkan informasi dengan baik. Media promosi akan disebar di sekitar kota Bandung dan beberapa jenis media lainnya akan diletakan mulai dari area jalan raya menuju Museum Sri Baduga hingga di dalam areal museum sendiri.

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

- Memperkenalkan wajah baru Museum Sri Baduga.
- Meningkatkan minat masyarakat untuk mengunjungi Museum Sri Baduga.
- Mengubah pandangan masyarakat terhadap Museum Sri Baduga sebagai museum yang membosankan, gelap, kotor, dan menyeramkan.
- Menambah jumlah pemasukan daerah Jawa Barat.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber dan teknik pengumpulan data didapatkan antara lain:

1.4.1 Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan mencari teori-teori dan permasalahan yang ada melalui internet, buku, dan artikel-artikel koran yang berhubungan dengan masalah dan perancangan promosi museum.

1.4.2 Observasi

Teknik pengumpulan data ini hanya mengamati dan mencatat apa yang dilihat atau disaksikan. Pengamatan dilakukan pada pengunjung museum yang

sedang melihat koleksi museum. Dan juga akan melakukan pengamatan media promosi yang sudah dimiliki museum.

1.4.3 Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan mengenai komunikasi dan tanya jawab antara sumber informasi dengan peneliti. Wawancara yang akan dilakukan dengan bagian pemasaran museum untuk mendapatkan data-data yang dapat mendukung perancangan media promosi museum.

1.5 Skema Perancangan

