

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Museum merupakan salah satu sarana pendidikan yang berguna untuk menambah wawasan informasi serta melestarikan warisan budaya. Bagi dunia pendidikan, keberadaan museum merupakan suatu yang tidak dapat terpisahkan, karena keberadaan museum sangat berkaitan dengan sejarah perkembangan manusia, budaya, dan lingkungan. Di dalam museum terdapat berbagai macam koleksi benda-benda hasil penemuan atau peninggalan masa lalu. Museum tidak hanya berfungsi sebagai lembaga yang mengumpulkan benda-benda peninggalan masa lalu, tetapi merupakan suatu lembaga yang mempunyai tugas untuk melakukan pembinaan dan pelestarian nilai-nilai budaya guna memperkuat identitas bangsa.

Sayang sekali di era globalisasi ini, masyarakat Indonesia semakin enggan berkunjung ke museum. Kebanyakan orang lebih memilih menghabiskan waktunya dengan pergi ke tempat hiburan dibanding pergi ke museum. Banyak orang beranggapan pergi ke museum itu membosankan dan kuno, padahal banyak sekali manfaat yang bisa didapatkan dengan pergi ke museum, mulai dari melihat benda koleksi secara langsung sehingga mendapatkan deskripsi secara lengkap, dan juga dapat memahami nilai-nilai warisan budaya dari generasi terdahulu hingga generasi sekarang.

Salah satu museum yang cukup berpotensi di Indonesia adalah museum Pos Indonesia yang terletak di jalan Cilaki no. 73 Bandung. Museum ini terdiri atas benda-benda yang bernilai sejarah seperti peralatan pos, visualisasi sejarah dan diorama kegiatan layanan pos serta berbagai macam koleksi perangkong dari seluruh dunia. Museum Pos Indonesia telah hadir sejak masa Hindia Belanda pada tahun 1931. Akibat adanya pergolakan revolusi dan perang kemerdekaan, keberadaan museum ini tidak

mendapat perhatian sebagaimana mestinya, bahkan nyaris terlupakan. Menyadari besarnya peranan museum sebagai sarana pendidikan, informasi dan pariwisata untuk generasi muda di masa sekarang dan masa mendatang, maka museum ini dibuka kembali secara resmi pada 27 September 1983 oleh Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi, Ahmad Tahir. Lokasi museum Pos Indonesia berdekatan dengan museum Geologi, Gedung Sate dan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat.

Meskipun lokasi museum Pos Indonesia berdekatan dengan tempat wisata lainnya, namun masih banyak orang yang tidak mengetahui akan keberadaan museum ini. Dengan letaknya yang tersembunyi yakni di ruang basement gedung Kantor Pusat PT Pos Indonesia serta kurangnya informasi keberadaan museum menjadikan museum ini semakin terabaikan keberadaannya. Promosi yang dilakukan museum Pos Indonesia ini pun kurang gencar sehingga masih banyak orang yang tidak mengenal museum ini.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, berikut akan dirumuskan, pokok persoalan yang akan dibahas, diteliti dan dipecahkan yaitu:

- Bagaimana merancang strategi promosi yang komunikatif dan efektif untuk Museum Pos Indonesia agar dapat menarik dan meningkatkan jumlah pengunjung?

1.2.2 Ruang Lingkup Kajian

Perancangan hasil karya akan meliputi pembentukan visual *event* promosi untuk Museum Pos Indonesia dengan aplikasi lainnya. Lokasi yang dibahas adalah kota Bandung, dengan target umumnya adalah pelajar, dan target khususnya adalah anak berumur 12 tahun sampai dengan 15 tahun yang berasal dari semua golongan.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan perancangan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Menghasilkan perancangan *event* promosi yang komunikatif dan efektif untuk mensosialisasikan Museum Pos Indonesia, sehingga mampu menarik dan meningkatkan jumlah pengunjung.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Perancangan serta penelitian ini akan menggunakan sumber dan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- Wawancara secara terstruktur dan mendalam agar mendapatkan hasil jawaban yang akurat sesuai dengan yang dibutuhkan. Sebelumnya penulis telah menyiapkan daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada narasumber.
- Studi pustaka untuk memperoleh data dengan menghimpun informasi yang berkaitan dengan masalah melalui buku-buku dan karangan ilmiah, internet, dan sumber-sumber tertulis lainnya baik media cetak maupun elektronik.
- Kuesioner dilakukan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden. Hasil yang didapatkan penulis dapat menentukan target market, perilaku target market, dan output media dari permasalahan.
- Observasi dengan melihat dan mengamati karakteristik serta perilaku individu atau kelompok secara langsung di lapangan.

1.5 Skema Perancangan

