

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan gaya hidup, seringkali kalangan anak remaja lupa betapa pentingnya untuk mengetahui dan mengenal sejarah dan budaya bangsanya. Anak remaja lebih suka jalan-jalan di *mall*, bermain dengan teman-temannya, dan pergi ke warnet untuk bermain *game*.



Gambar 1.1

Anak Remaja bermain di warnet

Hal ini menunjukkan bahwa minimnya kesadaran dan kebanggaan anak remaja atas negaranya sendiri. Yang lebih memprihatinkan lagi, anak remaja jaman sekarang juga tidak mengenal sejarah kotanya sendiri yang padahal merupakan tempat kelahiran mereka. Museum merupakan sarana untuk mengembangkan budaya dan peradaban manusia. Dengan kata lain, museum tidak hanya bergerak di sektor budaya, melainkan dapat bergerak di sektor ekonomi, politik, sosial, dan sebagainya.

Di samping itu, museum merupakan wahana yang memiliki peranan strategis terhadap penguatan identitas masyarakat termasuk masyarakat sekitarnya. Para ahli kebudayaan meletakkan museum sebagai bagian dari pranata sosial dan sebagai wahana untuk memberikan gambaran dan mendidik perkembangan alam dan budaya manusia kepada komunitas dan publik.

Memang pada hari libur sekolah banyak anak sekolah yang datang ke museum dengan rombongan, tapi itu semua tidak dari keinginan anak remaja itu sendiri tapi berdasarkan tuntutan dari sekolah dan hal ini berlangsung terus menerus tanpa adanya solusi. (Harry,2010)

Banyak anak remaja yang beranggapan bahwa mengunjungi museum adalah sesuatu yang menyeramkan, membosankan, tidak menarik dan anggapan lainnya, itu semua karena anak remaja tidak dibiasakan mengunjungi museum dan minimnya rasa bangga akan sejarah dan budaya bangsanya yang dikarenakan kuatnya pengaruh negatif dari perkembangan teknologi yang merubah gaya hidup anak remaja.

Manfaat museum bagi anak remaja tak hanya sebagai representasi sejarah, sarana rekreasi dan media pendidikan saja. Melalui pandangan museum sebagai objek wisata yang menarik dan menyenangkan, akan meningkatkan apresiasi dan rasa ingin berwisata ke museum di kalangan anak muda yang datang untuk menyasikan benda-benda koleksi museum, yang sama halnya dengan berwisata ke taman safari atau kebun binatang untuk melihat koleksi hewan. Selain sifatnya yang dirasa langsung ketika berkunjung ke museum, manfaat lainnya yakni berupa kesadaran akan pentingnya sejarah dan peradaban suatu bangsa sebagai media representasi bagi generasi di masa yang akan datang.

Ada terdapat 6 museum di kota Bandung yaitu Museum Sri Baduga, Museum Konferensi Asia Afrika, Museum Geologi, Museum Barli, Museum Pos Indonesia dan Museum Mandala Wangsit Siliwangi yang di mana Museum Mandala Wangsit Siliwangi ini sangat kurang mendapat perhatian dari pemerintah. Yang sangat disayangkan lagi isi/konten dari museum ini sangat menarik untuk diangkat, akan tetapi tidak diolah dengan baik oleh pihak pengelola museum itu sendiri maupun dari pemerintah. Kondisi ini diperburuk lagi dengan tidak adanya kesadaran dan rasa keprihatinan masyarakat terhadap kondisi bangunan museum yang kurang terawat.

Museum Mandala Wangsit Siliwangi merupakan sebuah museum yang berisi peninggalan bersejarah yang terdiri atas tinggalan sejarah pada masa sebelum kemerdekaan, perang kemerdekaan, serta periode setelah kemerdekaan. Selain itu juga koleksi museum tersebut antara lain berupa senjata tradisional hingga modern, lukisan peristiwa Bandung Lautan Api, koleksi khusus milik Husein Somaprawira, Senjata Samurai, dan senjata-senjata asli Indonesia, khususnya dari Jawa, serta berbagai bendera dan lambang-lambang kesatuan.

Di museum tersebut juga terdapat koleksi yang dipamerkan secara *outdoor*, seperti berbagai peralatan perang, *tank*, panser, dan kanon. Dan Bangunan museum ini adalah juga sebagai saksi sejarah pada saat prajurit siliwangi memperjuangkan kemerdekaan.

Berbagai upaya telah dilakukan oleh beragam komunitas pecinta museum yang bergabung dalam satu wadah dan menamakan dirinya Sahabat Museum untuk melakukan suatu kegiatan yang digelar di museum-museum yang ada di kota Bandung dalam upaya pelestarian dan meningkatkan atensi masyarakat khususnya anak remaja kota Bandung untuk mengunjungi museum dan menempatkan museum sebagai ruang publik yang memfasilitasi aktivitas *people to people contact* (baik tua muda bisa sharing untuk berkegiatan di museum). (ddh,2011)

Pada tahun 2009 telah dilakukan penelitian mengenai perihal kunjungan masyarakat ke museum yang tersebar di berbagai kota belum menggembirakan, hanya 2 persen dari jumlah penduduk per tahun. Dari fakta tersebut dilakukan berbagai terobosan pada tahun 2010, salah satunya yaitu dicanangkannya Tahun Kunjungan Museum 2010. Yang dimana dalam tahun kunjungan museum ini, museum harus tampil beda, muncul dengan *new brand*. Usaha yang dilakukan oleh pemerintah dan komunitas Pecinta Museum sudah baik tapi dirasa belum efektif. (Yurnaldi,2009)

Dan dapat bisa kita lihat gaya hidup anak remaja di kota Bandung yang belum berubah dan lebih menyukai menghabiskan waktu dan uang jajannya untuk bermain ketimbang berkunjung ke museum yang di dalamnya tersimpan nilai sejarah dan

budaya bangsa yang harus dilestarikan untuk generasi yang akan datang dan kondisi ini diperburuk lagi dengan adanya berbagai kendala yang dihadapi oleh pihak museum untuk mengenalkan serta mensosialisasikan museum kepada masyarakat (Pendanaan, birokrasi, sosialisasi, sarana dan prasarana, SDM dan sebagainya).

(Sumber : wawancara dengan pihak Museum Mandala Wangsit Siliwangi – Emon)

Perlu adanya revitalisasi dari dalam museum itu sendiri agar dapat lebih menjual dan membuat masyarakat khususnya anak remaja menjadi tertarik untuk berwisata ke museum. Dengan perancangan promosi ini, penulis berharap Museum Mandala Wangsit Siliwangi untuk dapat menjadi *trend* tujuan wisata atau tempat bermain di kalangan anak remaja. Dan menjadikan museum ini sebagai tempat yang menarik serta menyenangkan untuk dikunjungi sekaligus sebagai sarana edukasi dan tempat representasi sejarah yang mampu bersaing dengan tempat-tempat kegemaran anak remaja lainnya.

Dalam rangka merangkul sasaran khalayak anak remaja serta memaksimalkannya, strategi untuk Museum Mandala Wangsit Siliwangi dapat dicapai dengan berbagai usaha yang kompleks, mulai dari perancangan arsitektur, perawatan komoditi museum, hingga usaha untuk terus melengkapi koleksi yang dipajang untuk pameran.

Namun untuk Tugas Akhir ini, perancangan yang dilakukan hanya sebatas pembuatan promosi Museum Mandala Wangsit Siliwangi melalui media-media komunikasi visual untuk memperkenalkan Museum Mandala Wangsit Siliwangi kepada masyarakat khususnya dikalangan anak remaja.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam usaha merangkul anak remaja untuk berkunjung serta berwisata ke museum dan merubah pandangan anak remaja mengenai berkunjung ke museum merupakan sesuatu yang tidak nyaman, tidak menyenangkan, seram, serta membosankan, maka strategi yang dilakukan untuk Museum Mandala Wangsit Siliwangi dapat dicapai dengan berbagai usaha, yaitu salah satunya dengan merubah *image* museum melalui komunikasi yang dilakukan untuk menjadi lebih ramah, nyaman dan menyenangkan untuk dikunjungi oleh anak remaja dan menyajikan program-program edutainment yang dimana anak remaja dapat belajar sambil belajar mengenai perihal yang terdapat di museum. Selain anak-anak remaja menjadi senang untuk berkunjung ke museum, mereka juga mendapat tambahan ilmu pengetahuan mengenai sejarah perjuangan Divisi Siliwangi dan Rakyat Jawa Barat dalam memperjuangkan kemerdekaan serta diharapkan tumbuhnya rasa patriotisme dalam diri mereka yang dimana anak remaja sebagai generasi pewaris nilai sejarah untuk di wariskan kepada generasi yang akan datang.

Bahasan permasalahannya adalah sebagai berikut :

- Bagaimana cara mempromosikan dan membuat program aktivitas Museum Mandala Wangsit Siliwangi agar menjadi tempat yang menarik dan menyenangkan sekaligus sebagai sarana representasi sejarah yang menarik untuk masyarakat khususnya anak remaja kota Bandung?
- Bagaimana membuat media promosi museum dan program edukasi yang komunikatif dan efektif untuk menarik minat masyarakat khususnya anak remaja?

1.3 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan-tujuan dari perancangan ini, adalah sebagai berikut :

- Meningkatkan minat dan kesadaran serta pentingnya mengunjungi museum khususnya di kalangan anak remaja dan masyarakat kota Bandung untuk mengunjungi Museum Mandala Wangsit Siliwangi.
- Memberikan *image* baru melalui komunikasi yang dilakukan Museum Mandala Wangsit Siliwangi sebagai tempat yang menarik dan menyenangkan sekaligus sebagai sarana edukasi kepada masyarakat luas khususnya anak remaja.
- Menerapkan visualisasi baru pada desain promosi yang sebelumnya kurang diperhatikan oleh pihak pengembang.
- Memberikan wajah / penampilan fisik baru untuk Museum Mandala Wangsit Siliwangi dengan dilakukannya redesain interior.

1.4 Ruang Lingkup Kajian

Ruang lingkup yang akan di kaji seputar pembuatan promosi Museum Mandala Wangsit Siliwangi melalui media-media komunikasi visual untuk memperkenalkan Museum Mandala Wangsit Siliwangi kepada masyarakat khususnya kalangan anak remaja yang dimana dengan kondisi Museum Mandala Wangsit Siliwangi sudah dilakukan rekayasa desain interior untuk menunjang promosi yang akan dilakukan.

1.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber dan Teknik pengumpulan data didapatkan antara lain:

1.5.1 Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan mencari teori-teori dan permasalahan yang ada melalui internet, buku, artikel-artikel orang ataupun media-media lainnya yang berhubungan dengan masalah perancangan promosi.

1.5.2 Observasi

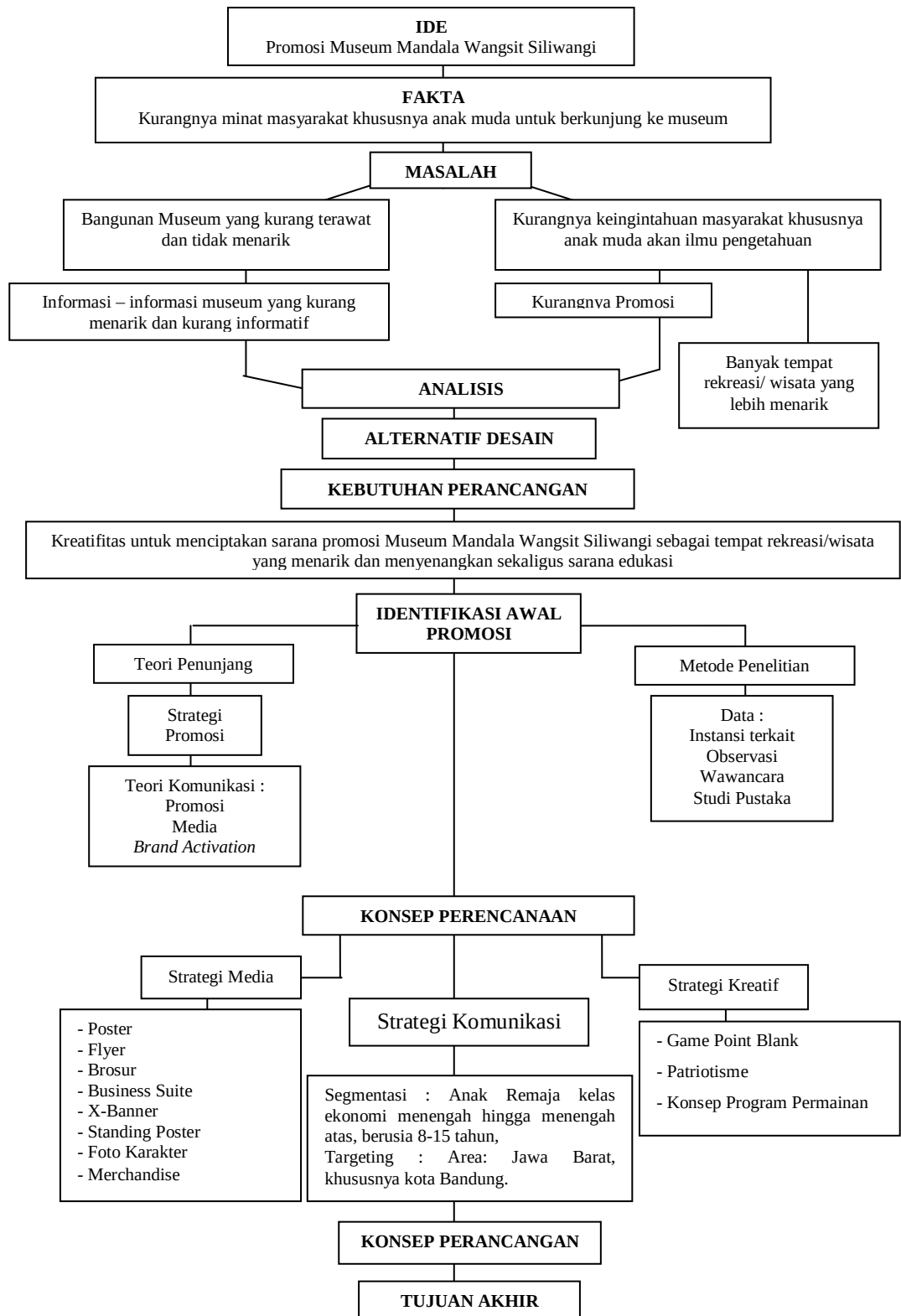
Observasi ialah metode atau cara-cara yang menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai objek penelitian secara langsung dengan menggunakan panca indra. Observasi merupakan metode yang sangat berguna dalam evaluasi, karena dengan melakukan observasi pengamat dapat mengetahui deskripsi tentang objek yang diamati secara detail tanpa mengganggu objek tersebut dari lingkungannya.

1.5.3 Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk yang khusus dari komunikasi lisan dan berhadapan muka dalam suatu hubungan interpersonal yang dimasuki untuk sebuah tujuan tertentu yang diasosiasikan dengan pokok bahasan tertentu. Keefektifannya bisa dilihat dalam hal tujuan wawancara, teknik-teknik yang digunakan, kerangka waktunya, sudut pandang orang yang melakukan evaluasi. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi di mana sang pewawancara melontarkan pertanyaan-pertanyaan untuk dijawab oleh orang yang diwawancarai. Aspek-aspek wawancara yang dapat direncanakan adalah tujuan-tujuan, pertanyaan-pertanyaan, dan reaksi terhadap permasalahan-permasalahan khusus. Di sini penulis melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait, yaitu :

- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bandung
- Museum Mandala Wangsit Siliwangi
- Inisiator Komunitas Sahabat Museum (BatMus) – Ade Purnama (Adep)

1.6 Skema Perancangan



Gambar 1.2 Skema Perancangan Promosi Museum Mandala Wangsit Siliwangi