

Original Article

DESIGNING MEDIA PROMOTION MUSEUM RUWA JURAI LAMPUNG

Rio Andika¹; Mohamad Tohir²; Donny Trihanondo³

^{1,2} Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif
Universitas Telkom

¹ riyo.andika@gmail.com

² Mt.fauzy@gmail.com

³ Tugas_akhirtcis@yahoo.com

ABSTRACT

Museum Ruwa Jurai Lampung had been build as the central of cultural development to introduce about foretime cultural heritage goods to the next generation and eventually can be used as an education place. Because the visitor from juniot high school, senior high school, even college student are still have less interest to come to visit the museum ruwa jurai if they dont have any task from school.

Data collected by using obsevation methode, literature study, interview and questionnaire to know and analysis the media and the right concept in the design of the right promotion media to the target audience. Observation methode has been done by directly review to the museum. And literature review as the rasionale on the media promotion design. At the same time, the interview has been done with the head of services and the visitors of the museum. And the questionnaires have been deployed to some schools and college in Bandar Lampung, north Lampung, central lampung, paringsewu and metro.

A creative festival with verbal approach by using tagline and visual approach by using vector element and icon/ mascot muli mekhanai as the creative design. Moreover, Barcode and glow in the dark have been used as another creative concept.

The result of the right media promotion design to the target audience are print poster and digital poster, magazine ads, social media, X-banners, banners and souvenirs with the expected to get more visitors of museum especially from the students.

Keyword : Museum, Ruwa Jurai, Lampung, *Media Promotion*, *Students*.

¹Penulis

²Pembimbing 1

³Pembimbing 2

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara kaya budaya pariwisata dan peninggalan sejarahnya, Sudah seharusnya diapresiasi masyarakat dan diketahui sebagai identitas bangsa. Setiap provinsi ataupun kota yang ada di Indonesia memiliki sektor potensi objek dan daya tariknya masing-masing. Provinsi Lampung dengan ibukota Bandar Lampung merupakan salah satu daerah yang mempunyai potensi budaya, pariwisata dan peninggalan sejarahnya yang cukup besar. Bagi provinsi Lampung keberadaan museum merupakan aset berharga dalam sejarah keberadaan Lampung dan dunia wisata budaya karena dapat menjadikan sebagai media edukasi dalam upaya penanaman jati diri dan ketahanan budaya bangsa. Museum Lampung memiliki peranan penting sebagai pusat perkembangan kebudayaan selain itu juga memiliki berbagai macam koleksi benda bersejarah. Namun kenyataannya dari data statistik pada tahun 2010 hingga 2013 jumlah kunjungan Pelajar tingkat SMP jumlah mencapai 33,5%, tingkat SMA 13,68%, dan untuk tingkat Mahasiswa hanya 2,10%. Dari hasil data di atas saat ini kesadaran dan minat pengunjung terutama kalangan pelajar ataupun remaja tingkat SMP, SMA, dan Mahasiswa masih sangat rendah, mereka hanya ingin datang ke museum jika diberikan tugas oleh pihak sekolah dan selebihnya mereka tidak menjadikan museum sebagai tempat yang wajib mereka kunjungi. (*Unit Pelaksana Teknis Daerah Museum Ruwa Jurai, 2010*). Oleh karena itu, untuk mengantisipasi permasalahan di atas diperlukan media promosi dan media pendukung yang efektif efisien serta

diharapkan dengan adanya “Perancangan Media Promosi Museum Ruwa Jurai Lampung” dapat menarik minat kalangan pelajar atau remaja untuk berkunjung ke Museum Ruwa Jurai Lampung sehingga dapat membentuk jati diri generasi muda tentang sejarah masyarakat Lampung itu sendiri.

2. CARA PENGUMPULAN DATA DAN ANALISIS

Data dikumpulkan melalui beberapa cara, yaitu sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi adalah metode yang digunakan. Untuk mengamati objek yang terdapat di Museum Ruwa Jurai Lampung dan kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh museum serta melihat kondisi dan potensi aktivitas yang sedang berlangsung di lokasi. Pelaksanaan observasi perpedoman pada pengamatan di lapangan.

b. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan metode yang dilakukan dengan pengumpulan data, cara membaca, dan mempelajari buku, serta literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan agar dapat lebih detail dan akurat tentang informasi yang dibutuhkan untuk menunjang teori yang ada.

c. Wawancara

Wawancara merupakan metode yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara dengan instansi yang terkait dengan objek penelitian. Wawancara dilakukan dengan petugas yang berada di Museum Ruwa Jurai Lampung serta UPTD Museum Lampung tersebut dan beberapa narasumber yang berkaitan dengan Perancangan Media Promosi Museum Ruwa Jurai

Lampung sebagai Destinasi Wisata Sejarah dan Edukasi.

d. Kuesioner

Metode ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan beberapa pertanyaan yang di tunjukan kepada beberapa responden untuk melengkapi data yang dibutuhkan. secara umum, untuk penelitian korelasional jumlah sampel minimal untuk memperoleh hasil yang baik adalah 30, sedangkan dalam penelitian eksperimen jumlah sampel minimum 15 dari masing-masing kelompok dan untuk penelitian survey jumlah sampel minimum adalah 100.

e. Analisis Matriks

Matriks digunakan untuk membantu mengidentifikasi bentuk penyajian lebih seimbang, dengan cara mensejajarkan informasi baik berupa gambar maupun tulisan.

3. TINJAUAN TEORI

Dalam melakukan penelitian mengenai Perancangan Media Promosi Museum Lampung, beberapa teori digunakan sebagai acuan dalam lingkup desain komunikasi visual. Adapun teori tersebut antara lain unsur-unsur dan prinsip-prinsip desain yang menjadi landasan membuat desain media promosi, teori komunikasi, promosi, iklan, media, beserta terori-teori pendukung lainnya yang terkait dengan perancangan ini.

Teori Komunikasi, sebagai acuan penggunaan kata – kata yang tepat pada Perancangan Media Promosi [1]; Teori Promosi, sebagai acuan dalam membagi media-media yang digunakan dalam beberapa taha yaitu *Informing, Persuading, dan Reminding* [2];

Teori Iklan adalah suatu bentuk komunikasi massa komersial yang dirancang untuk mempromosikan suatu produk atau jasa, maupun pesan dari suatu lembaga, organisasi, bahkan bisa juga pesan dari seorang kandidat dalam suatu kampanye politik [3]; Teori Media, digunakan untuk menentukan kategori media yang akan digunakan yaitu media penyiaran, media cetak, iklan luar ruang, dan media pendukung lainnya [4]; Teori Event, sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu [5]; Perilaku Konsumen, merupakan suatu tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, dan menggunakan barang-barang atau jasa ekonomi yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan [6]. Remaja adalah mereka yang berada pada masa perkembangan yang disebut masa "*adolensi*" (masa remaja masa menuju kedewasaan) [7]; Desain Komunikasi Visual, merupakan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi menggunakan elemen-elemen visual, serta mempelajari teknik dan media penyampaian pesan sehingga pesan atau informasi dapat diterima pembaca dengan mudah dan menyenangkan [8]; Teori Museum, merupakan tempat untuk mengumpulkan, menyimpan, merawat dan melestarikan, mengkaji, mengkomunikasikan bukti material hasil budaya manusia dan lingkungannya [9].

4. DATA DAN ANALISIS

4.1 DATA

DATA MUSEUM RUWA JURAI LAMPUNG



Gambar 1. Museum Tampak depan

Sumber : Dokumen Pribadi

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan penulis dapat disimpulkan bahwa Museum Ruwa Jurai telah dirintis sejak tahun 1975 dan diresmikan pada tanggal 24 September 1988 oleh Prof. DR. Fuad Hassan didirikan di tanah seluas 17.010 m² yang berlokasi di Jalan H. Zainal Abidin Pagar Alam No. 64 Gedung Meneng Bandar Lampung. Selain memiliki visi dan misi Museum Ruwa Jurai didirikan sebagai pusat perkembangan kebudayaan juga mempunyai berbagai macam koleksi sejarah yang berguna sebagai bahan pembuktian sejarah alam, budaya dan lingkungannya serta dapat menggambarkan identitas suatu daerah. Museum Lampung "Ruwa Jurai" mempunyai konsep bangunan tradisional dan konsep modern, museum Lampung menyimpan sekitar 4.747 buah benda koleksi. Benda-benda koleksi ini terbagi menjadi 10 jenis, yaitu koleksi geologika, biologika, etnografika, historika, numismatika/heraldika, filologika, keramologika, seni rupa, dan teknografika. Selain itu dalam pengelolaan dan perawatan koleksi, publikasi serta bimbingan edukatif

museum ini dilengkapi dengan sarana prasarana yang dicukupi lengkap seperti gedung pameran, kantor administrasi, perpustakaan, laboratorium, gedung pameran khusus, auditorium, gudang koleksi, dan lain-lain.

DATA KHALAYAK SASARAN

Dalam Perancangan Media Promosi Museum Ruwa Jurai, khalayak sasaran yang penulis tuju adalah sebagai berikut:

a) Geografis

Menurut data dan hasil wawancara dengan kepala seksi pelayanan kalangan pelajar SMP, SMA, dan Mahasiswa merupakan pengunjung yang sangat rendah dalam mengunjungi Museum Lampung jika dibandingkan dengan pelajar TK dan SD. Maka atas alasan ini penulis memilih target untuk perancangan media promosi ditujukan kepada pelajar SMP, SMA, dan Mahasiswa yang berdomisili diwilayah kota Bandar Lampung.

b) Demografis

Jenis Kelamin: Laki-laki dan perempuan
Usia : 13 – 23 tahun.
Tingkat Pendidikan: SMP, SMA, dan Mahasiswa

c) Psikografis

- Pelajar yang lebih suka menghabiskan waktu berkumpul dengan teman-teman ditempat tertentu.
- Pelajar yang semangat dan memiliki keinginan untuk menambah pengetahuan tentang sejarah.
- Pelajar yang memiliki keinginan menambah ilmu diluar sekolah.

Berdasarkan pembagian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa data khalayak sasaran dari Perancangan Media Promosi Museum Ruwa Jurai Lampung adalah pelajar yang berdomisili di wilayah kota Bandar Lampung berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan usia dari 13 tahun hingga 23 tahun. Mereka berasal dari kalangan pelajar SMP, SMA, dan Mahasiswa kota Bandar Lampung. Selain itu, mereka yang lebih suka menghabiskan waktu berkumpul dengan teman-teman ditempat tertentu, pelajar yang semangat dan memiliki keinginan untuk menambah pengetahuan tentang sejarah, dan keinginan menambah ilmu diluar sekolah.

ANALISIS MATRIKS PROGRAM TERDAHULU DAN PROYEK SEJENIS

Analisis ini dilakukan dengan membandingkan Museum Ruwa Jurai dengan dua Museum lain diantaranya adalah Museum Sri Baduga, dan Museum Geologi, kedua museum ini berlokasi di kota bandung. Dari hasil pengamatan tiga museum ini dapat dikatakan dalam hal media informasi dan promosi yang dilakukan masing-masing museum mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing-masing sesuai dengan kebutuhannya. bahwa Museum Ruwa Jurai masih belum memiliki dan melakukan promosi secara online. Sedangkan untuk Museum sejenis sudah sejak lama menggunakan media online sebagai salah satu cara untuk menarik dan mengajak minat masyarakat untuk datang dan berkunjung ke museum. Museum geologi adalah museum yang cukup terkenal dikota bandung hal tersebut dicapai berkat melakukan

promosi yang baik secara langsung dan melalui media cetak maupun elektronik, selain itu media promosi yang digunakan lebih banyak dibanding museum sejenis yang ada. Maka dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan media promosi akan mempengaruhi minat masyarakat untuk berkunjung ke museum sehingga tingkat kunjungan perharinya dapat bertambah.

5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 KESIMPULAN

Konsep Perancangan

Perancangan tugas akhir ini dibuat untuk merancang *Media Promosi Museum Ruwa Jurai Lampung*. Perancangan ini diharapkan dapat menarik minat pelajar dan remaja untuk berkunjung dan belajar tentang peninggalan sejarah budaya suku Lampung dalam upaya membentuk jati diri sebagai identitas bangsa.

Konsep Pesan, Berdasarkan hasil analisis data matriks perbandingan pada bab sebelumnya, diketahui bahwa media promosi yang dilakukan oleh Museum Ruwa Jurai belum memiliki satu konsep yang matang antara media promosi satu dengan yang lainnya sehingga konsistensi konsep dan visual masih terasa terpisah-pisah. Untuk itu perancangan tugas akhir ini dimaksudkan untuk dapat mengatasi masalah tersebut. Konsep pesan yang ingin disampaikan melalui perancangan ini untuk mempromosikan museum ke kalangan pelajar. Adapun tujuan dari konsep pesan ini untuk menarik minat khalayak sasaran untuk berkunjung ke museum.

Konsep Kreatif

Dari hasil survey mengenai selera Berdasarkan hasil analisis data dibab sebelumnya penulis menyimpulkan bahwa 98,47% pengunjung museum lampung didominasi oleh kalangan pelajar, Namun jika dilihat dari jenjang pendidikan, maka jumlah pengunjung tingkat TK dan SD merupakan pengunjung terbanyak, jumlahnya mencapai 49,19 %. Sedangkan pengunjung tingkat SMP jumlahnya mencapai 33,5 %, tingkat SMA 13,68 %, dan Mahasiswa hanya 2,10 %. Dari fakta tersebut target visual dari perancangan ini yaitu SMP, SMA, dan Mahasiswa kota Bandar Lampung dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan berusia 13-23 tahun.

Fakta terkait dengan media promosi museum ruwa jurai masih sangat kurang dalam mempromosikan museum sehingga pelajar yang belum pernah datang kurang berniat untuk berkunjung. Hal ini didukung dengan hasil analisis matriks media promosi terdahulu dan hasil wawancara kepada pihak terkait bahwa untuk saat ini media promosi yang digunakan masih sebatas brosur, x-banner, buku panduan museum, booklet, katalog, spanduk, umbul-umbul dan baliho, dan untuk media sosial pihak museum belum ada. Maka untuk itu dengan adanya fakta ini penulis ingin membuat perancangan media promosi yang memiliki konsep berbeda dengan tahun sebelumnya yaitu konsep festival dengan melibatkan langsung khalayak sasaran untuk berpartisipasi dalam acara tersebut sehingga tujuan promosi dapat tersampaikan.

Konsep Visual

Warna, dalam perncangan ini warna yang digunakan didominasi oleh warna abu-abu yang memiliki arti warna alam warna yang permanen, kesederhanaan. Dan warna lain menggunakan warna logo lampung.

Tipografi, Jenis huruf yang digunakan dalam perancangan ini yaitu huruf OCR A Std yang digunakan pada tagline dan jenis huruf TitilliumText22L-Regular yang digunakan untuk info tentang festival yang akan dilakukan.

Layout, dalam media promosi ini bentuk layout sesuai dengan teori yang ada mengenai prinsip-prinsip layout, yaitu Sequence, Emphasis, Balance, dan Unity.

Gaya Visual, Gaya visual yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan ilustrasi (vector), dan tipografi. Gaya visual ini dipilih karena pada Bab 2 dasar pemikiran telah dijelaskan bahwa perilaku konsumen yaitu kalangan pelajar/remaja memiliki ciri kreatif, inovatif, fantasi yang tinggi, memiliki gengsi yang tinggi, suka berkelompok.

5.2 REKOMENDASI : HASIL PERANCANGAN

Maskot



Gambar 2. Maskot

Sumber: Dokumentasi penulis

a. Poster



Gambar 3. Poster
Sumber: Dokumentasi penulis

b. Iklan Majalah



Gambar 4. Iklan Majalah
Sumber: Dokumentasi penulis

c. X-Banner



Gambar 5. X-Banner
Sumber: Dokumentasi penulis

d. Spanduk



Gambar 6. Spanduk
Sumber: Dokumentasi penulis

e. Umbul-Umbul



Gambar 7. Umbul-Umbul
Sumber: Dokumentasi penulis

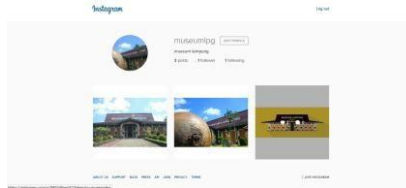
f. Media Sosial



Gambar 8. Facebook
Sumber: Dokumentasi penulis



Gambar 9. Twitter
Sumber: Dokumentasi penulis



Gambar 9. Instagram
Sumber: Dokumentasi penulis

g. Souvenir



Gambar 10. Souvenir
Sumber: Dokumentasi penulis

6. REFERENSI

- [1]Effendy, Onong Uchjana. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya; 2009
- [2]Wijaya, David. Pemasaran Jasa Pendidikan. Jakarta Selatan: Salemba Empat; 2012
- [3]Kusrianto, Adi. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi; 2007
- [4]M.A., Morissan. Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Prenada Media Group; 2010
- [5]Any, Noor. Manajemen Event. Bandung: Alfabeta; 2009

- [6]Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu.
Perilaku Konsumen. Bandung: Resika
Aditama; 2009
- [7]Dariyo, Agoes. Psikologi
Perkembangan Remaja. Jakarta:
Ghalia Indonesia; 2004
- [8]Supriyono, Rakhmat. Desain
Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi.
Yogyakarta: Andi; 2010
- [9]Akbar, Ali. Museum di Indonesia:
Kendala dan Harapan. Jakarta: Papan
Sinar Harapan; 2010