

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Palu merupakan ibukota provinsi Sulawesi Tengah yang berada di Indonesia bagian tengah. Kota Palu berbatasan dengan Provinsi Gorontalo di bagian utara, Provinsi Sulawesi Selatan dan Sulawesi Tenggara di bagian selatan, Provinsi Sulawesi Barat di bagian barat, serta Provinsi Maluku di bagian timur. Palu asal mulanya dari kata *Topalu'e* yang memiliki arti *tanah yang terangkat*. Awal mulanya, kota Palu adalah lautan yang kemudian berubah menjadi daratan lembah karena dulunya terjadi gempa yang mengakibatkan adanya pergeseran lempeng (*palu koro, Wikipedia – Kota Palu*).

Penduduk asli yang mendiami Kota Palu adalah masyarakat Suku Kaili. Suku asli yang terdapat di Propinsi Sulawesi Tengah. Terdapat lebih dari 30 rumpun Suku Kaili, beberapa diantaranya yaitu, Kaili Rai, Kaili Ledo, Kaili Ija, Kaili Moma, Kaili Da'a, dan lain-lain. Masyarakat yang memiliki rumpun suku ini secara luas mendiami hampir seluruh kawasan daerah di Sulawesi Tengah.

Saat ini generasi muda Suku Kaili, mulai lupa dengan budaya dari Suku Kaili. Hal ini ditandai dengan; penggunaan bahasa daerah yang mulai ditinggalkan, minimnya pengetahuan tentang adat dan budaya Suku Kaili, penggunaan alat musik tradisional Kaili yang mulai tergantikan dengan alat musik modern pada upacara adat pernikahan, serta berkurangnya minat untuk menggunakan kain – kain tradisional Kaili yaitu *buya sabe*.

Berdasarkan uraian di atas, warisan budaya tersebut disatukan dan disimpan di satu tempat agar tetap ada dan bisa dinikmati baik oleh masyarakat lokal maupun turis mancanegara yang ingin mengetahui sejarah dan peninggalan budaya dari suku kaili. Salah satu tempat yang memfasilitasinya adalah Museum. Museum adalah lembaga yang diperuntukan bagi masyarakat umum, memiliki fungsi mengumpulkan, merawat, dan menyajikan serta melestarikan warisan budaya masyarakat untuk tujuan studi, penelitian, dan kesenangan atau hiburan. (*Ayo Kita Mengenal Museum : 2009*).

Salah satu museum yang berada di Kota Palu digagas atau didirikan oleh salah seorang budayawan Sulawesi Tengah bernama Masyhuddin Masyhuda BA. Hingga tahun 2005, koleksi yang terdapat di museum sudah berjumlah 7398. Koleksi – koleksi tersebut mencakup warisan budaya dan adat istiadat Suku Kaili, berupa berbagai macam replika baju adat dari semua kabupaten dan kota yang ada di Sulawesi Tengah, sejarah mengenai Sulawesi Tengah, sejarah tentang kerajaan Palu, replika figuratif masyarakat asli suku Kaili, replika figuratif perempuan suku Kaili menenun kain tradisional Sulawesi Tengah, batu megalith berbentuk manusia yang dibuat oleh nenek moyang suku Kaili, yang bentuknya menyerupai dengan batu *megalith* yang berada di pulau Paskah, Samudera Pasifik, serta benda biologi, geologi, etnografi, arkeologi, numismatic, filologi, keramik, seni rupa, hingga teknologi modern (*Data Museum Sulawesi Tengah:2015*).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Tata Usaha Museum Sulawesi Tengah Bapak Drs. Iksam, M.Hum., beliau mengatakan adanya perubahan paradigma museum, yang awalnya hanya sebagai tempat menyimpan koleksi peninggalan sejarah dan kebudayaan menjadi sebuah tempat yang dapat digunakan untuk belajar. Menurut beliau terdapat tiga aspek terkait dengan paradigma museum, yaitu sebagai berikut:

1. Terwujudnya museum sebagai kebanggaan publik
2. Terwujudnya kualitas pelayanan museum
3. Peningkatan jumlah pengunjung ke museum

Melihat kondisi di Museum Sulawesi Tengah dalam tiga tahun terakhir, data jumlah pengunjung Museum Sulawesi Tengah masih sangat rendah, misalnya pada wisatawan asing, di tahun 2013 berjumlah 128 orang, 2014 berjumlah 44 orang dan pada tahun 2015 hanya berjumlah 12 orang (*sumber: data museum Sulawesi Tengah:2015*).

Kurangnya jumlah pengunjung di museum Sulawesi Tengah pada dasarnya bisa disebabkan oleh beberapa masalah. Masalah yang pertama adalah Museum Sulawesi Tengah belum mempunyai logo. Fungsi utama logo yaitu sebagai identitas, yang mana sangatlah penting karena dapat membuat orang mengenali

suatu perusahaan. Sehingga perlu dilakukan suatu penguatan identitas terhadap museum.

Masalah kedua adalah banyak di antara masyarakat lokal, turis domestik, dan turis asing yang belum mengetahui adanya museum. Hal ini terkait dengan penggunaan media promosi yang belum maksimal, terbatas hanya menggunakan baliho dan katalog.

Masalah yang ketiga adalah pelayanan yang belum maksimal, terkait dengan fungsi ruang seperti penunjuk arah ruangan, media yang digunakan untuk menjelaskan barang yang dipamerkan belum jelas, *Sign system* dalam Museum belum memadai sehingga menyebabkan banyak pengunjung yang mengalami kesulitan pada saat berkunjung ke museum. Padahal fungsi ruang tersebut dapat memudahkan pengunjung pada saat berkunjung ke museum.

Berdasarkan masalah yang ada di atas terkait dengan tiga aspek paradigma museum, maka dibutuhkan suatu perancangan yang terintegrasi, berkaitan dengan solusi visual, seperti logo yang merupakan suatu identitas bagi museum Sulawesi Tengah dan implementasinya dalam media promosi serta *sign system* yang berinteraksi langsung dengan aktivitas pengunjung dalam menikmati koleksi museum untuk meningkatkan pelayanan dan *awareness* masyarakat dan wisatawan.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, terkait dengan minimnya jumlah pengunjung museum Sulawesi Tengah dalam tiga tahun terakhir (2013 – 2015), maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

- a. Banyak orang yang belum mengetahui keberadaan museum
- b. Jumlah pengunjung museum yang masih rendah
- c. Belum adanya penggunaan logo pada Museum Sulawesi Tengah
- d. Penggunaan media promosi yang belum maksimal, terbatas hanya menggunakan baliho dan katalog yang digunakan oleh Museum Sulawesi Tengah

- e. Pelayanan museum yang belum maksimal terkait dengan *sign system* dalam Museum Sulawesi Tengah

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang logo dan implementasinya dalam media promosi di museum Sulawesi Tengah?

1.3 Fokus Permasalahan

Adapun fokus permasalahan dalam pengerjaan Tugas Akhir ini adalah:

- a. Perancangan logo sebagai identitas Museum
- b. Penggunaan media promosi
- c. Lokasi penelitian adalah di Kota Palu, Sulawesi Tengah
- d. Penelitian dilakukan pada bulan Januari 2016 sampai Juli 2016
- e. Target yang dituju adalah wisatawan lokal, domestik (luar kota) dan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Palu

1.4 Tujuan Penelitian

Melakukan perancangan identitas visual dan implementasinya dalam media promosi dalam peningkatan jumlah pengunjung Museum Sulawesi Tengah.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1. Cara Pengumpulan Data

Dalam penyusunan proposal penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui metodologi sebagai berikut :

- a. Studi Pustaka

Menurut M. Nazir dalam bukunya yang berjudul ‘Metode Penelitian’ (1998:111) mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Penulis mengumpulkan teori-teori yang berhubungan dengan perancangan identitas, media promosi dan *sign system* untuk kemudian

dipahami secara mendalam agar dapat melakukan perancangan yang maksimal.

b. Metode Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi). Teknik ini digunakan bila penelitian ditujukan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar.

Menurut Nawawi & Martini (1991) observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian. Seperti yang telah dilakukan peneliti yang mengamati bahwa di Museum Sulawesi Tengah jumlah pengunjungnya masih rendah yang telah dibuktikan dengan data di latar belakang masalah. Penulis melakukan observasi ke Museum Sulawesi Tengah untuk mengamati dan memahami masalah yang dihadapi.

c. Metode wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang responden, caranya adalah dengan bercakap-cakap secara tatap muka (Prabowo:1996). Penulis melakukan wawancara tidak terstruktur kepada pihak Museum Sulawesi Tengah, yaitu Drs. Iksam, M.Hum selaku Kepala Tata Usaha dan Bapak Agus Budiono bagian Konservasi dan Preparasi.

d. Metode Kuesioner

Kuesioner adalah cara untuk memperoleh data dalam waktu yang relative singkat karena banyak orang dapat sekaligus dihubungi. Pertanyaan sudah disiapkan terlebih dahulu, diarahkan ke suatu jawaban untuk dihitung (Soewardikoen, 2013:25). Kuesioner akan diberikan kepada pengunjung dan masyarakat umum.

1.5.2. Cara Analisis

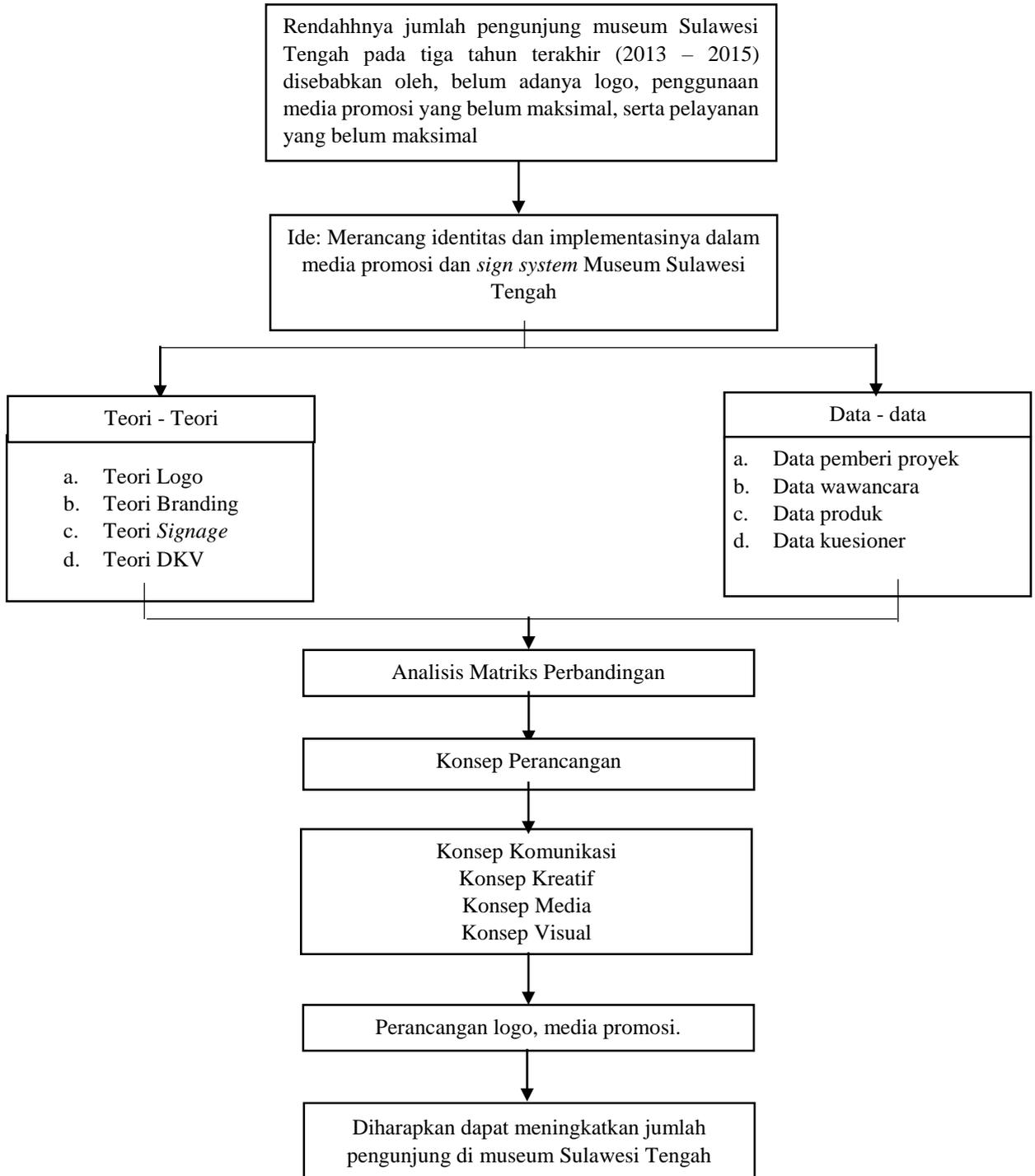
Adapun analisis yang digunakan yaitu:

Analisis Matriks

Sebuah matriks terdiri dari kolom dan baris yang masing-masing mewakili dua dimensi yang berbeda, dapat berupa konsep atau kumpulan informasi. Pada prinsipnya analisis matriks adalah *juxtaposition* atau membandingkan dengan cara menjajarkan, (Soewardikoen, 2013:50).

Matriks menjadi salah satu metode analisis yang sangat bermanfaat dan sering digunakan untuk menyampaikan sejumlah besar informasi dalam bentuk ruang yang padat. Matriks merupakan alat yang rapi baik bagi pengelolaan informasi maupun analisis, (Rohidi, 2011:247 dalam Soewardikoen, 2013:51).

1.6 Kerangka Perancangan



Bagan 1.1 Kerangka Perancangan

(sumber: Dokumentasi Penulis)

1.7 Pembabakan

1. Bab I Pembabakan

Berisi tentang latar belakang masalah yang menjelaskan permasalahan secara umum yang diambil sebagai bahan untuk diteliti agar bisa diambil tentang penjelasan fokus permasalahan, rumusan masalahnya, serta batasan masalah yang diteliti. Hal tersebut dilakukan agar penelitian bisa menetapkan tujuan dari perancangan atau penelitian yang dilakukan. Pada pendahuluan dijelaskan juga tentang metode atau cara pengumpulan data yang dilakukan serta kerangka perancangan sebagai skema urutan kejadian yang akan dilakukan pada sebuah proses penelitian, serta penggambaran tentang isi tiap-tiap bab.

2. Bab II Dasar Pemikiran

Menjelaskan tentang teori yang digunakan sebagai acuan dasar dalam perancangan logo, media promosi.

3. Bab III Data dan Analisis Masalah

Menguraikan data-data yang didapatkan dari penelitian yang terdiri dari hasil observasi, wawancara, kuesioner, serta menjelaskannya dengan metode analisis dari data yang telah didapatkan dan dengan teori relevan yang dijelaskan pada Bab II untuk konsep perancangan logo dan media promosi.

4. Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep perancangan yang terdiri dari konsep desain dan komunikasi, konsep kreatif, konsep media, konsep tataletak, konsep visual, serta menampilkan hasil perancangan logo dan media promosi mulai dari sketsa hingga visualisasi pada media.

5. Bab V Penutup

Menjelaskan saran dan masukan pada waktu sidang.