PERANCANGAN MEDIA INFORMASI "WISATA MUSEUM MANDALA WANGSIT SILIWANGI" KOTA BANDUNG

INFORMATION MEDIA DESIGN OF MANDALA WANGSIT SILIWANGI MUSEUM AS TOURISM DESTINATION IN BANDUNG CITY

Rafid Rabbani, Taufiq Wahab, S.Sn, M.Sn, Syarip Hidayat, S.Sn, M.Sn

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

rafidrbbn@gmail.com

ABSTRAK

Banyaknya museum yang ada di Kota Bandung adalah bukti bahwa banyak sejarah yang terjadi disini, diantaranya adalah sejarah perjuangan rakyat Jawa Barat dimana bukti-bukti perjuangan mereka tersimpan di museum Mandala Wangsit Siliwangi. Namun, masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui keberadaan museum Mandala Wangsit Siliwangi. Beberapa alasan diantaranya adalah kurangnya informasi dan promosi yang diberikan, serta kurangnya keinginan dan kepedulian masyarakat terhadap wisata museum sejarah. Hasil survey terhadap target sasaran yaitu remaja dengan rentang usia 17-25 tahun, masih sangat banyak yang belum mengetahui dan belum pernah berkunjung ke museum Mandala Wangsit Siliwangi. Hal ini disebabkan oleh kurangnya informasi yang mereka dapat terkait museum ini. Banyaknya tempat wisata yang lebih berkembang dalam segi penyebaran informasi dan promosi, menuntut museum Mandala Wangsit Siliwangi untuk ikut bergerak agar nantinya tidak berdampak pada hilangnya keberadaan museum ini. Dari hasil analisa, media yang sangat erat dengan kehidupan remaja adalan *mobile apps*. Dengan media ini penulis ingin membuat sebuah perancangan *tour guide* berbasis aplikasi yang dapat terhubung ke berbagai media maya seperti sosial media, dan sebagainya. Pesatnya penyebaran informasi di dunia maya diharapkan dapat membatu menaikan eksistensi dari museum itu sendiri sehingga masyarakat mengetahui keberadaan museum dan akhirnya akan menaikan jumlah kunjungan sehingga museum bisa lebih berkembang.

Kata Kunci : Perjuangan, Siliwangi, Mandala, Sejarah, Jawa Barat.

ABSTRACT

The number of museums in the city of Bandung is evidence that a lot of history that occurred here, including the history of the struggle of the people of West Java where the evidence is stored in their struggle Mandala Wangsit Siliwangi museum. However, there are still many people who are not aware of the existence Mandala Wangsit Siliwangi museum. Some of the reasons include lack of information and promotion given, as well as a lack of desire and public awareness to tour the museum's history. The results of a survey of the target that adolescents aged 17-25 years, there are still very many who do not know and have never been to the museum Mandala Wangsit Siliwangi. It is caused by a lack of information that they can be related to this museum. The number of tourist attractions that is more developed in terms of information dissemination and promotion, demanding Mandala Wangsit Siliwangi museum to also move that will have no impact on the loss of the existence of this museum. From the analysis, the media very closely with teenage life adalan mobile apps. With this media writer wanted to create a design tour guide based application that can connect to a variety of virtual media such as social media, and so on. The rapid dissemination of information in cyberspace is expected to be petrified raise the existence of the museum itself so that people know the existence of the museum and will eventually increase the number of visits to the museum can be more developed.

Keywords: Struggle, Siliwangi, Mandala, History, West Java.

1. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Bandung merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia dan sekaligus menjadi ibukota propinsi Jawa Barat. Perkembangan Kota Bandung saat ini sangat pesat khususnya pada sektor pariwisata. Menurut data LKIP (Laporan Kinerja Instansi Pemerintah) Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kota Bandung tahun 2014, peningkatan jumlah wisatawan dari tahun 2013 ke tahun 2014 mencapai 2.000.000 orang. Peningkatan jumlah tersebut terjadi dikarenakan Kota Bandung memiliki daya tarik yang sangat kuat bagi wisatawan dalam maupun luar negeri. Banyak objek wisata unik dan menarik yang ditawarkan oleh Kota Bandung seperti wisata kuliner, wisata belanja, wisata edukasi, wisata sejarah, wisata budaya hingga wisata rekreasi dan alam. Tidak heran pada tahun 2013 UNESCO menjadikan Kota Bandung sebagai Kota Wisata Dunia (*Sumber : jabarprov.go.id*).

Banyak hal yang terjadi dimasa lalu sehingga pada saat ini Bandung menjadi salah satu laboratorium sejarah Indonesia. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya ditemukan bukti-bukti sejarah dimulai dari sejarah purba hingga sejarah perjuangan masyarakat Jawa Barat merebut kemerdekaan. Bukti-Bukti tersebut sudah tersimpan dengan baik di beberapa museum Kota Bandung. Salah satu museum yang menyimpan sejarah sangat penting bagi bangsa Indonesia, khususnya masyarakat Jawa Barat adalah Museum Mandala Wangsit Siliwangi.

Museum Mandala Wangsit Siliwangi diresmikan pada tanggal 23 mei tahun 1966 oleh panglima Divisi Siliwangi ke 8 yaitu Kolonel Ibrahim Adjie. Museum ini berisikan koleksi benda-benda serta bukti-bukti sejarah perjuangan Siliwangi bersama rakyat Jawa Barat dalam merebut kemerdekaan. Setiap benda koleksi yang berada dimuseum ini, memiliki nilai sejarah yang tinggi dan dilengkapi dengan informasi tahun pemakaian, fungsi serta peristiwa yang menyertainya.

Jumlah kunjungan wisata museum Mandala Wangsit Siliwangi cukup mengkhawatirkan mengingat betapa pentingnya sejarah yang ada di museum tersebut. Rekapitulasi pihak museum mencatat, pada tahun 2015 total kunjungan wisata museum Mandala Wangsit Siliwangi hanya mencapai sekitar 23.000 wisatawan. Hal ini sangat jauh dari total kunjungan wisata Kota Bandung yang mencapai 6.000.000 pada tahun 2015. Pengunjung terbanyak adalah *study tour* kalangan SD, SMP dan SMA dengan rata-rata 6.000 kunjungan pada tahun 2015 sedangkan total wisatawan umum hanya sekitar 1.600 kunjungan.

Data tersebut membuktikan kurangnya minat masyarakat terhadap kunjungan ke museum Mandala Wangsit Siliwangi. Hal ini dikarenakan masih adanya sifat kurang peduli beberapa masyarakat akan pentingnya sejarah serta artefak-artefak peninggalan dimasa lalu dan juga sulitnya informasi yang bisa diakses dengan cepat dan mudah mengenai museum tersebut. Menurut Bapak A. Mustopa (pengurus dan tour guide museum) "Pihak musem sering mengadakan acara kegiatan diluar museum sebagai bentuk kepedulian museum terhadap masyarakat dan sejarah itu sendiri serta untuk mewujudkan tujuan dari museum sebagai sarana untuk membina masyarakat, melestarikan nilai – nilai juang dan memupuk kesadaran akan perjuangan leluhur dimasa lalu. Namun kurangnya promosi dan publikasi menjadi salah hambatan terbesar museum untuk mewujudkan tujuannya itu"

Menurut survei kunjungan, sedikitnya publikasi serta promosi diakui beberapa pengunjung sehingga banyak masyarakat yang tidak mengetahui dan mengenal museum Mandala Wangsit Siliwangi. Melihat masalah ini bukan tidak mungkin jika museum Mandala Wangsit Siliwangi akan dilupakan dan hilang begitu saja. Perlu ada tindak lanjut dari pemerintah, masyarakat dan pihak terkait mengingat pentingnya masyarakat untuk mengetahui sejarah bangsanya, khususnya masyarakat Kota Bandung untuk melestarikan sejarah yang menjadi bagian dari Kota Bandung itu sendiri.

Maka dari itu, perlu adanya media informasi yang dapat mengenalkan kembali museum Mandala Wangsit Siliwangi serta menghimbau mengenai pentingnya ilmu sejarah kepada masyarakat khususnya masyarakat Kota Bandung.

1.2 TUJUAN

Maksud dari perancangan ini adalah untuk mengenalkan kembali keberadaan museum Mandala Wangsit Siliwangi kepada masyarakat serta untuk menghimbau dan melestarikan akan pentingnya pengetahuan sejarah nasionalisme

Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah :

1. **Merancang sebuah media informasi untuk mengenalkan kembali museum Mandala Wangsit Siliwangi kepada masyarakat.**
2. **Menggunakan media informasi untuk melestarikan serta menghilangkan sifat kurang peduli masyarakat terhadap pentingnya sejarah.**

1.3 IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka identifikasi masalah yang muncul adalah sebagai berikut:

1. **Sedikitnya jumlah pengunjung museum Mandala Wangsit Siliwangi yang hanya mencapai sekitar 23000 pengunjung pada tahun 2015**
2. **Masih banyak masyarakat yang belum mengenal museum Mandala Wangit Siliwangi**
3. **Kurangnya kepedulian masyarakat terhadap wisata museum.**

1.4 METODA PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan adalah kualitatif. Menurut John. Creswell (2012 : 4), kualitatif merupakan metode – metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.

Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara sebagai berikut

1. **Studi Lapangan**

   Pengumpulan data yang didapat dengan cara mengadakan penelitian langsung terhadap objek dan masalah yang diangkat. Pengumpulan data dilakukan melalui :

   - **Wawancara**

     Pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada narasumber ahli untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Dalam hal ini perancang melakukan wawancara kepada pengurus museum Mandala Wangsit Siliwangi dan juga kepada beberapa wisatawan dan masyarakat Kota Bandung

   - **Observasi / Pengamatan**

     Pengumpulan data dengan mendatangi serta mengadakan tinjauan langsung ke museum Mandala Wangsit Siliwangi untuk mendapatkan informasi yang dapat mendukung penelitian yang sedang dilakukan.

2. **Studi Pustaka**

   Pengumpulan data yang didapat dari buku panduan serta referensi yang mengkaji mengenai teori-teori yang diperlukan dalam penulisan serta pencarian data melalui artikel atau jurnal ilmiah yang didapat melalui internet.

2. DASAR TEORI

2.1 Desain Komunikasi Visual

Menurut definisinya, Desain Komunikasi Visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta layout (tata letak atau perwajahan). Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan. (Adi Kusrianto, 2007:2)

2.2 Media

Kata “media” berasal dari Bahasa latin, yaitu bentuk jamak dari *medium* yang artinya pengantar atau perantara. Menurut Heinich (1993) media merupakan alat saluran komunikasi. Heinich mencontohkan media ini seperti film, televisi, diagram, bahan tercetak, komputer dan instruktur.

2.3 INFORMASI

Informasi adalah data yang telah dikasifikasikan atau diolah atau diinterpretasikan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Sistem pengolahan informasi akan mengolah data menjadi informasi atau mengolah data dari bentuk tak berguna menjadi berguna bagi yang menerimanya. Data merupakan kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian serta merupakan suatu kesatuan yang nyata (Sutabri dalam Analisis Sistem Informasi, 2012 : 22).

2.4 APLIKASI MOBILE

Aplikasi adalah kumpulan perintah program yang dibuat untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan tertentu (khusus). Aplikasi pada *handphone* memiliki beragam bentuk dan jenis, diantaranya adalah aplikasi *game* atau permainan, aplikasi *news* untuk menghadirkan suatu berita, aplikasi *photo editor*, aplikasi osial media, aplikasi *dictionary*, serta aplikasi *map* (Hendrayudi, 2009: 143).

2.5 WISATA

Menurut Institute of Tourism in Britain (sekarang Tourism Society in Britain) di tahun 1976 merumuskan : ”Pariwisata adalah kepergian orang-orang sementara dalam jangka waktu pendek ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal dan bekerja sehari-harinya serta kegiatan-kegiatan mereka selama berada di tempat- tempat tujuan tersebut: mencakup kegiatan untuk berbagai maksud, termasuk kunjungan seharian atau darmawisata/ekskursi” (dalam Pendit, 1999 : 30).

2.6 MUSEUM

Menurut *International Council Of Museum* (ICOM) museum adalah lembaga non-profit, permanen dalam pelayanan terhadap masyarakat serta untuk pengembangannya, terbuka untuk umum, yang berfungsi untuk memperoleh, melestarikan, melakukan penelitian, menginformasikan dan memamerkan warisan manusia dan lingkungannya yang berwujud dan tidak berwujud untuk tujuan pendidikan, pembelajaran dan hiburan.

3. PEMBAHASAN

3.1 KONSEP

Dalam konsep sebuah perancangan, perlu adanya data – data yang sesuai dengan kondisi dan analisa lapangan sehingga sesuai dengan rumusan gagasan utama yang menjadi tema dalam perancangan karya tersebut.

Landasan dari perancangan aplikasi ini berawal dari fenomena yang terjadi di masyarakat, dimana masih banyak ketidak tahuan dan ketidak pedulian masyarakat terhadap museum sejarah khususnya museum Mandala Wangsit Siliwangi. Perlu adanya media yang bisa mengenalkan kembali museum Mandala Wangsit Siliwangi kepada masyarakat sebagai sarana promosi dan pelestarian museum itu sendiri.

3.2 KONSEP MEDIA

Media yang akan digunakan dalam perancangan ini terdiri dari media utama dan media pendukung. Berdasarkan hasil dari analisis SWOT, media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah aplikasi mobile atau *mobile apps* yang bersifat informatif. Aplikasi ini dapat menjadi media komunikasi yang lebih mudah dari sisi pengguna atau wisatawan dan sekaligus menjadi media promosi dari sisi pihak museum.

Tema yang diangkat adalah pariwisata museum dan kemudahan dalam mengakses informasi terkait wisata museum Mandala Wangsit Siliwangi. Kemajuan teknologi sekarang ini memudahkan orang dalam mencari informasi terkait tempat – tempat wisata yang ingin mereka kunjungi. Maka aplikasi bisa menjadi solusi alternatif sebagia media pencarian informasi karena dapat diakses sesuai dengan kebutuhan pengguna.

3.3 KONSEP VISUAL

User Interface (UI) adalah perantara antara *user* dan sistem atau sarana interaksi antara keduanya. Secara umum, perancangan UI bertujuan untuk memudahkan *user* mendapatkan informasi yang diinginkannya. Kemudahan dan keindahan tampilan sebuah aplikasi merupakan hal yang di sajikan oleh UI dan menjadi hal pertama yang paling sering dinilai oleh *user*. Desain UI yang buruk menjadikan salah satu penyebab *user* “tersesat” didalam aplikasi tersebut dan menjadikan alasan untuk tidak menggunakan aplikasi tersebut.

Konsep desain visual dalam perancangan ini adalah mudah dibaca, dimengerti dan menarik oleh pengguna dengan kriteria yang telah dipaparkan pada bab tiga dan umunya oleh pengguna *smartphone* diluar kriteria tersebut. Berdasarkan analisa bab tiga, warna yang digunakan adalah warna dasar pada logo siliwangi dengan perpaduan warna sederhana seperti perpaduan putih dan hitam sehingga tidak mencolok dan menarik untuk dilihat.

Berdasarkan konsep visual, bentuk dan warna yang digunakan pada perancangan *interface* aplikasi ini, penulis menggunaan gaya visual yang sederhana baik dari penggunaan bentuk *icon*, logo, dan elemen *interface* lainnya. Secara keseluruhan, *interface Siliwangi Museum Apps* akan menggunakan warna yang sederhana dan tidak mencolok. Warna dasar hijau dan kuning akan dikombinasikan dengan warna putih sehingga warna yang dihasilkan lebih lembut dan nyaman dilihat oleh pengguna. Penggunaan gaya visual akan lebih banyak menggunakan foto dibandingkan dengan ilustrasi, hal ini dilakukan agar pengguna bisa langsung melihat kondisi yang terjadi ditempat yang sesungguhnya dan memberikan gambaran yang lebih nyata kepada pengguna terhadap informasi yang dia dapatkan dari aplikasi ini.

3.4 HASIL PERANCANGAN

1. Perancangan Logo Aplikasi

Gambar 1 Proses pembuatan logo dan ikon

2. ELEMEN GUI

Gambar 4.1.3 Elemen GUI Siliwangi Museum Apps

4. KESIMPULAN

Dengan adanya perancangan aplikasi ini, diharapkan tujuan museum Mandala Wangsit Siliwangi sebagai sarana untuk membina masyarakat, melestarikan warisan leluhur dan memupuk kesadaran masyarakat akan pentingnya sejarah perjuangan akan dengan mudah tercapai sehingga bisa menjadi bangsa yang memiliki identitas kuat dan menghargai warisan dan nilai – nilai perjuangan leluhur dimasa lalu.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Darmaprawira, Sulasmi, (2002), Warna: Kreativitas Penggunanya, (Penerbit ITB, Bandung)

[2] Kusrianto, Adi, (2007), Pengantar Desain Komunikasi Visual, (Andi, Yogyakarta)

[3] Rustan, Surianto, (2009), Mendesain Logo, (PT. Gramedia, Jakarta)

[4] Sriwitari, Ni Nyoman & Widnyana, I Gusti Nyoman, (2014), Desain Komunikasi Visual, (Graha Ilmu, Yogyakarta)

[5] Supriyono, Rakhmat, (2010), Desain Komunikasi Visual : Teori dan Aplikasi, (Andi, Yogyakarta)

[6] Yuliastanti, Ana, (2008), Bekerja Sebagai Desainer Grafis, (Erlangga, Jakarta)