

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Bandung merupakan kota yang dikelilingi oleh pegunungan, kota Bandung terletak tepat di tengah provinsi Jawa Barat. Secara geografis, kota Bandung dikelilingi oleh pegunungan, sehingga wisata di Bandung banyaknya tergolong sebagai wisata alam. Namun, obyek wisata yang ditawarkan di dataran rendah Bandung pun tidak kalah dalam menarik minat pengunjung untuk didatangi. Berbagai obyek wisata di kota Bandung cukup menyediakan fasilitas dan akomodasi yang komplit dari mulai hotel, transportasi, tempat makan, hingga aneka destinasi wisata tersedia bermacam pilihan.

Selain menjadi kota tujuan wisata, kota Bandung juga dikenal sebagai pusat kebudayaan Sunda, kota Bandung merupakan kota terpadat di Jawa Barat, yang mana penduduknya didominasi oleh etnis Sunda. Suku Sunda mempunyai karakteristik yang menjadi pembeda dengan suku lainnya, hal tersebut dicerminkan oleh kebudayaan yang suku sunda miliki, hal tersebut adalah, mata pencaharian, segia agama, dan juga keseniannya. Budaya suku Sunda tersebut termasuk dari salah satu sumber kekayaan Indonesia yang dalam perkembangan dan kemajuan zamannya perlu untuk dilestarikan. Tempat yang bisa untuk mempelajari kebudayaan adalah museum.

Kota Bandung sendiri pun memiliki jumlah museum yang cukup lumayan untuk menambah pengetahuan warganya. Museum yang terdapat di Bandung yaitu Museum KAA, Museum Sri Baduga, Museum Barli, dan Museum Geologi. Dari berbagai macam museum di Bandung tersebut, ada satu museum yang di dalamnya menyimpan koleksi barang-barang seni budaya Jawa Barat, yaitu museum Sri Baduga.

Museum Sri Baduga merupakan museum yang berlokasi di Bandung, terletak di Jl. B.K.R 185. Sebagai Museum Satu-satunya di Bandung yang

lengkap memiliki koleksi mengenai sejarah kebudayaan sunda, maka museum Sri Baduga tepat menjadi rekreasi edukasi untuk dikunjungi dan mempelajari kebudayaan sunda.

Museum sebagai pelesir sejarah masa kini pun kalah populer oleh hiburan elektronik untuk anak dan remaja, berbagai hiburan yang ada di pusat perbelanjaan, dan hiburan-hiburan lainnya. Padahal secara normatifnya, Museum telah diketahui dan diakui oleh warga bahwa museum menjadi suatu tempat untuk menjaga, melestarikan keberlanjutan sejarah. Fenomena minimnya generasi muda mengunjungi museum tersebut sungguh disayangkan, mengingat Pemuda adalah harapan masa depan.

Berdasarkan info yang didapat dari museum Sri Baduga, yaitu grafik pengunjung dari tahun 2014 hingga 2016, jumlah pemuda yang datang ke museum Sri Baduga menurun. Pemuda Bandung kini cenderung untuk lebih mengikuti budaya modern yang kebarat-baratan dibanding melestarikan budaya Sunda. Padahal, budaya daerah ini merupakan sistem yang berkembang dan juga dimiliki oleh bersama pada sebuah daerah yang diwariskan dari generasi ke generasi. Dalam konteks keberlanjutan budaya, dikhawatirkan bahwa budaya tersebut akan mati jika pemuda tidak peduli akan budaya daerahnya.

Museum Sri Baduga sebagai tempat untuk wisata rekreasi-edukasi tentang kebudayaan Sunda, memerlukan citra baru guna menarik perhatian pemuda di Bandung agar mau untuk mengunjungi Museum Sri Baduga. Saat ini, Museum Sri Baduga belum memiliki identitas visual yang sesuai dengan karakteristik museum Sri Baduga. Dengan begitu, untuk saat ini hal yang perlu dilakukan adalah menciptakan sebuah identitas visual. Lalu, diperlukannya juga pembuatan media promosi sebagai informasi dan sebagai persuasi yang ditujukan kepada pemuda Bandung untuk menarik minat pemuda Bandung dalam mengunjungi museum Sri Baduga dikarenakan promosi yang dilakukan oleh Sri Baduga saat ini cukup menarik perhatian dan minat pemuda Bandung. Penulis akan melakukan perancangan identitas visual dan media promosi Museum Sri Baduga.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dengan berdasarkan dari latar belakang tersebut, maka inti permasalahan yang didapat adalah:

- a. Museum Sri Baduga tidak memiliki identitas visual yang sesuai dengan karakteristik museum Sri Baduga.
- b. Museum Sri Baduga tidak melakukan promosi dengan cara dan tampilan yang menarik minat pengunjung muda.

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang terdapat dalam perancangan identitas visual dan media promosi, adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana membuat identitas visual untuk museum Sri Baduga sesuai dengan karakteristik nya ?
- b. Bagaimana implementasi dari identitas visual dilakukan pada promosi museum Sri Baduga sebagai informasi dan persuasi kepada pemuda di kota Bandung ?

1.3 Batasan Masalah

Agar tugas akhir perancangan identitas visual dan media promosi tidak menyimpang dan juga tujuan awal yang direncanakan sehingga akan mudah dalam mendapatkan data dan informasi-informasi yang diperlukan, batasan-batasan ditetapkan oleh penulis sebagai berikut:

- a. Perancangan tugas akhir ini dilakukan sejak bulan Januari hingga April tahun 2017 ini memfokuskan pada sebuah museum yang menyimpan koleksi kebudayaan dan sejarah Sunda yaitu museum Sri Baduga Bandung yang berlokasi di Jl. BKR No.185, Pelindung Hewan, Astanaanyar, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia
- b. Cakupan objek yang akan dikaji dalam perancangan Tugas Akhir ini berupa Identitas visual dan Media promosi Museum Sri Baduga Bandung. Perancangan tersebut dimaksudkan untuk menciptakan sebuah citra yang

baru dan mengimplementasikan di media promosi untuk mendapatkan minat keinginan pemuda di kota Bandung untuk mengunjungi museum.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dari melakukan perancangan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Merancang Identitas visual Museum Sri Baduga Bandung yang sesuai dengan karakteristik museum tersebut.
- b. Pengaplikasian identitas visual di setiap media promosi guna menarik minat pemuda kota Bandung dalam mengunjungi museum Sri Baduga.

1.5 Metodologi

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

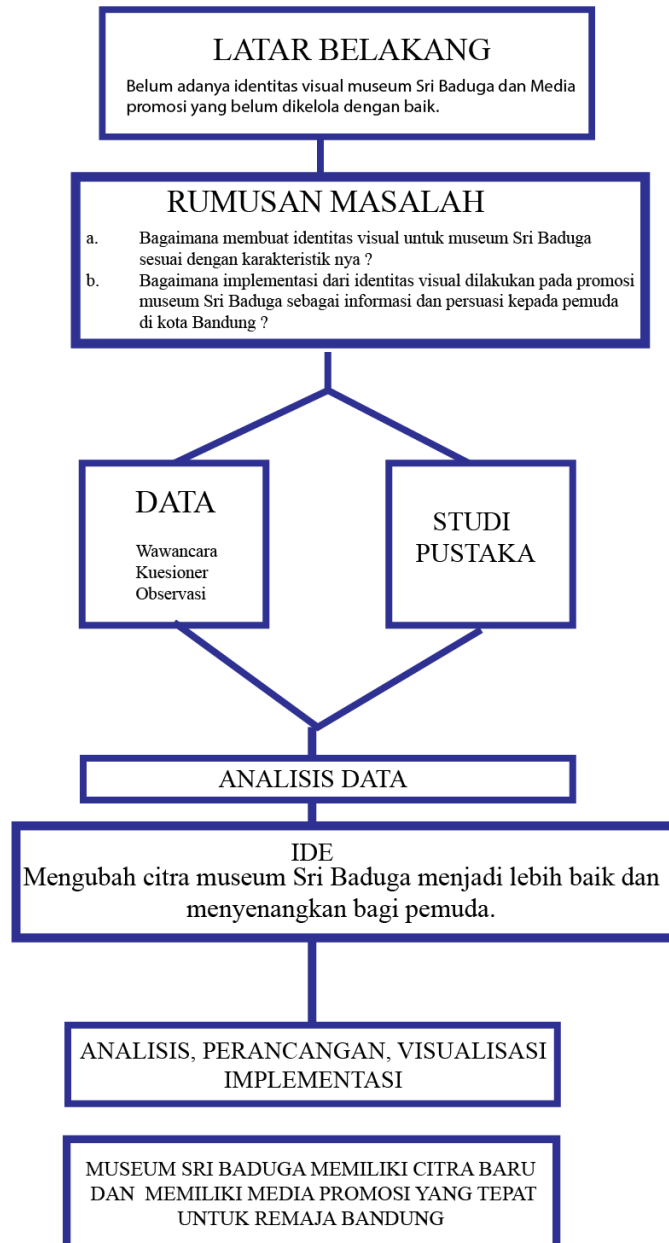
- a. Observasi: adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati dan juga mencatat secara sistematis (Supardi, 2006:88). Kunjungan akan dilakukan penulis pada museum Sri Baduga Bandung untuk mengamati dan mengumpulkan data dari museum Sri Baduga.
- b. Studi Pustaka: adalah langkah dimana seorang peneliti menetapkan topic penelitian, kemudian langkah selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori dari topic penelitian. Peneliti akan mengumpulkan informasi selengkap-lengkapnyanya dari kepustakaan yang berhubungan. Sumber kepustakaan tersebut didapat dari: jurnal, buku, majalah, internet Koran , dll (Nazir, 1998 : 112). pengumpulan teori akan dilakukan penulis, mempelajari sebuah data dan teori yang berhubungan dengan permasalahan. Studi ini peneliti lakukan guna dapat merancang tugas akhir Di atas landasan ide ataupun pengetahuan yang telah ada.
- c. Wawancara: adalah metode akan pengumpulan data dengan cara tanya-jawab sepihak, yang dilakukan sistematis dan berdasarkan tujuan penelitian (Lerbin,1992 dalam Hadi, 2007). Wawancara akan dilakukan penulis dengan pihak yang sudah berpengalaman dan juga pihak yang berkaitan dengan objek permasalahan.
- d. Kuesioner: penyusunan kuesioner ini dilakukan dalam bentuk tertutup. Pertanyaan tertutup tersebut adalah pertanyaan yang menggiring responden menuju jawaban yang alternatifnya sudah ditetapkan

sebelumnya, sehingga responden hanya memilih kolom yang sudah diberi tanda (Arikunto, 1998:151). Kuesioner akan ditunjukkan penulis kepada pemuda di kota Bandung guna mendapatkan informasi.

1.5.2 Metode analisis data

Matriks membantu mengidentifikasi bentuk penyajian lebih seimbang, dengan cara menyajikan informasi berupa gambar maupun tulisan. Susunan analisis matriks ini dapat dibentuk dan memberikan informasi berdasarkan pola, tema dan kategori. baris pertama berisi data berupa karya visual yang dianalisis terdiri dari beberapa kolom yang diperbandingkan. Rangkuman-rangkuman dari beberapa analisis matriks dapat mengarahkan kepada kesimpulan. (Soewardikun, 2013:51).

1.6 Kerangka perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber: (Putera, 2017)

1.7 Pembabakan

BAB 1 Pendahuluan

Di dalam BAB ini terdapat penjelasan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan perancangan, bagaimana cara pengumpulan data dilakukan, metode analisis, kerangka perancangan, hingga pembabakan dari tugas akhir ini.

BAB II Dasar Pemikiran

Di dalam BAB ini terdapat penjelasan mengenai berbagai teori berkaitan untuk perancangan tugas akhir ini.

BAB II Dasar Pemikiran

Menjelaskan dasar pemikiran dan teori-teori yang berkaitan guna sebagai tumpuan dalam merancang identitas visual dan media promosi Sri Baduga.

BAB III Data dan Analisis Masalah

Berisikan data dari lembaga yang memberikan proyek, data produk, data target konsumen, dan data proyek yang serupa yang pernah dilakukan, hasil wawancara, hasil pengolahan data, dan hasil analisis.

BAB IV Konsep dan Perancangan

Berisikan konsep secara menyeluruh yang dilakukan penulis dalam tujuan memberi solusi perancangan tugas akhir ini.

BAB V Penutup

Berisi hasil kesimpulan akhir atas hasil perancangan tugas akhir beserta berisi saran dalam perancangan tugas akhir ini.