

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Layang-layang, layangan, atau wau merupakan lembaran bahan tipis berkerangka yang diterbangkan ke udara dan terhubung dengan tali atau benang ke daratan atau pengendali. Layang-layang memanfaatkan kekuatan hembusan angin sebagai alat pengangkatnya. Dikenal luas di seluruh dunia sebagai alat permainan. Layang-layang diketahui juga memiliki fungsi ritual, alat bantu memancing atau menjerat, menjadi alat bantu penelitian ilmiah, serta media energi alternatif. Layang-layang berasal dari Cina sekitar 2500 sebelum masehi.

Layang-layang bukan hanya sekedar sebagai alat permainan, layang-layang juga merupakan salah satu karya seni yang dapat diterbangkan, dan juga merupakan salah satu tradisi bangsa yang patut untuk dilestarikan. Layang-layang sering dibuat dalam berbagai bentuk dan ukuran. Yang umum dikenal memiliki panjang diagonal 20 cm – 40 cm. Namun dalam perkembangannya, bentuk layang-layang tidak selalu segiempat. Layang-layang juga dibuat berbentuk lingkaran, segienam, bahkan hewan, dan sebagainya dengan gambar dan warna yang semarak.

Museum Layang-Layang Indonesia didirikan pada 21 Maret 2003, berlokasi di Jl H Kamang No.38, Pondok Labu, Jakarta Selatan. Museum Layang-Layang Indonesia didirikan oleh Endang W. Puspooyo seorang pakar kecantikan yang telah menekuni dunia layang-layang sejak tahun 1985 dengan membentuk Merindo Kites & Gallery. Kiprahnya dalam mendirikan Museum Layang-Layang Indonesia membuat museum ini mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) untuk pemecahan rekor pemrakarsa dan penyelenggara pembuatan layang-layang berbentuk diamond terbesar pada 2011 serta penghargaan kepariwisataan Indonesia pada 2004.

Layang-layang yang dikoleksi museum ini tak hanya berasal dari Indonesia saja, tetapi museum ini juga mengoleksi layang-layang dari berbagai negara, seperti Tiongkok, Jepang, Belanda, Vietnam dan beberapa negara lainnya. Di museum ini

juga memiliki beberapa layang-layang terbesar di tanah air seperti “Megaray” dengan ukuran 9 x 26 meter. Sejauh ini museum layang-layang telah memiliki 600 koleksi dan masih terus bertambah baik dari dalam maupun luar negeri. Untuk lebih melestarikan budaya, Museum Layang-Layang menyediakan *workshop* untuk para pengunjungnya seperti membuat layang-layang, membatik, membuat keramik dan masih banyak yang lainnya.

Meskipun Museum Layang-Layang berada di Kota Jakarta namun masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui keberadaannya, dari letaknya yang cukup terpencil meskipun daerah yang padat dan ramai juga minimnya promosi yang dilakukan oleh pihak Museum itu sendiri. Dari data kuesioner yang penulis sebarakan, sebanyak 66 responden dan hanya 6 responden yang mengetahui tentang Museum Layang-Layang Indonesia.

Berdasarkan penjelasan diatas Museum Layang-Layang membutuhkan sebuah media promosi untuk menginformasikan tentang keberadaannya serta menarik minat masyarakat luas untuk mengunjunginya. Sehingga visi dan misi museum tercapai yakni memperkenalkan layang-layang sebagai khasanah budaya bangsa Indonesia, sebagai permainan tradisional yg sudah ada sejak zaman dahulu kala & menjadikan museum ini sebagai pusat budaya.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan sebelumnya, dapat di ambil beberapa permasalahannya antara lain:

1. Masih banyak wisatawan lokal yang tidak mengetahui tentang keberadaan Museum Layang-Layang Indonesia.
2. Media promosi yang ada sekarang hanya brosur saja.
3. Museum belum bisa menjadi salah satu minat masyarakat untuk menjadi lokasi destinasi pariwisata.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari penjabaran diatas ditemukan permasalahan yang akan dijadikan landasan oleh penulis dalam penelitian, yaitu:

Bagaimana merancang media informasi yang efektif sebagai sarana untuk menginformasikan tentang keberadaan Museum Layang-Layang dan menarik minat masyarakat?

1.2.3 Batasan Masalah

Untuk memberikan fokus penelitian, maka penulis memberi batasan masalah adalah sebagai berikut:

Penulis hanya melakukan penelitian ini di Museum Layang-Layang Indonesia dan target yang di teliti adalah wisatawan lokal agar nantinya perancangan ini dapat menginformasikan tentang keberadaan Museum Layang-Layang Indonesia dan menarik minat masyarakat.

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang ditentukan penulis bertujuan untuk memberikan fokus pada penelitian yang akan dilakukan dengan menggunakan metode 5W1H:

a. *What* (apa)

Merancang media informasi sebagai sarana untuk menginformasikan keberadaan Museum Layang-Layang Indonesia yang ada di Jakarta.

b. *Who* (siapa)

Segmetasi target audiens yang dituju yaitu wisatawan lokal anak-anak dengan batasan umur 7 - 12 tahun.

c. *When* (kapan)

Pengumpulan data dimulai sejak awal Januari 2017.

d. *Where* (dimana)

Penulis melakukan penelitian ini di Museum Layang-Layang Indonesia.

e. *Why* (kenapa)

Museum Layang-Layang Indonesia bisa berpotensi sebagai wisata kesenian budaya dan edukasi namun masih banyak wisatawan yang tidak mengetahui keberadaannya karena minimnya informasi tentang museum tersebut.

f. *How* (bagaimana)

Mengenalkan kembali keberadaan Museum Layang-Layang Indonesia tersebut kepada wisatawan.

1.4 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Tujuan dilaksanakannya penelitian dimaksudkan sebagai berikut:

Media ini diharapkan akan membantu untuk menginformasikan tentang keberadaan Museum Layang-Layang Indonesia dan menarik minat wisatawan lokal yang ada di Jakarta, Bodetabek atau di luar Jabodetabek yang ingin berkunjung ke Jakarta sehingga visi dan misi Museum Layang-Layang Jakarta bisa tercapai.

Dari tujuan diatas dapat diperoleh manfaat adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, Museum Layang-Layang Indonesia di Jakarta yang masih belum di ketahui keberadaannya bisa menjadi tempat yang selanjutnya akan di kunjungi wisatawan.

b. Secara Praktis

Untuk menginformasikan tentang keberadaan Museum Layang-Layang Indonesia.

1.5 Metode Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis ialah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Strauss dan Corbin (1997:6) secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada salah satu pengurus museum Bapak Idam Textanto pada tanggal 28 Februari 2017.

b. Kuesioner

Penulis menyebarkan kuesioner online mengenai tempat-tempat wisata dan juga museum-museum yang ada di Jakarta yang responden ketahui atau yang pernah dikunjungi.

c. Observasi

Penulis melakukan observasi bersama salah satu pengurus museum Bapak Idam Textanto pada tanggal 28 Februari 2017.

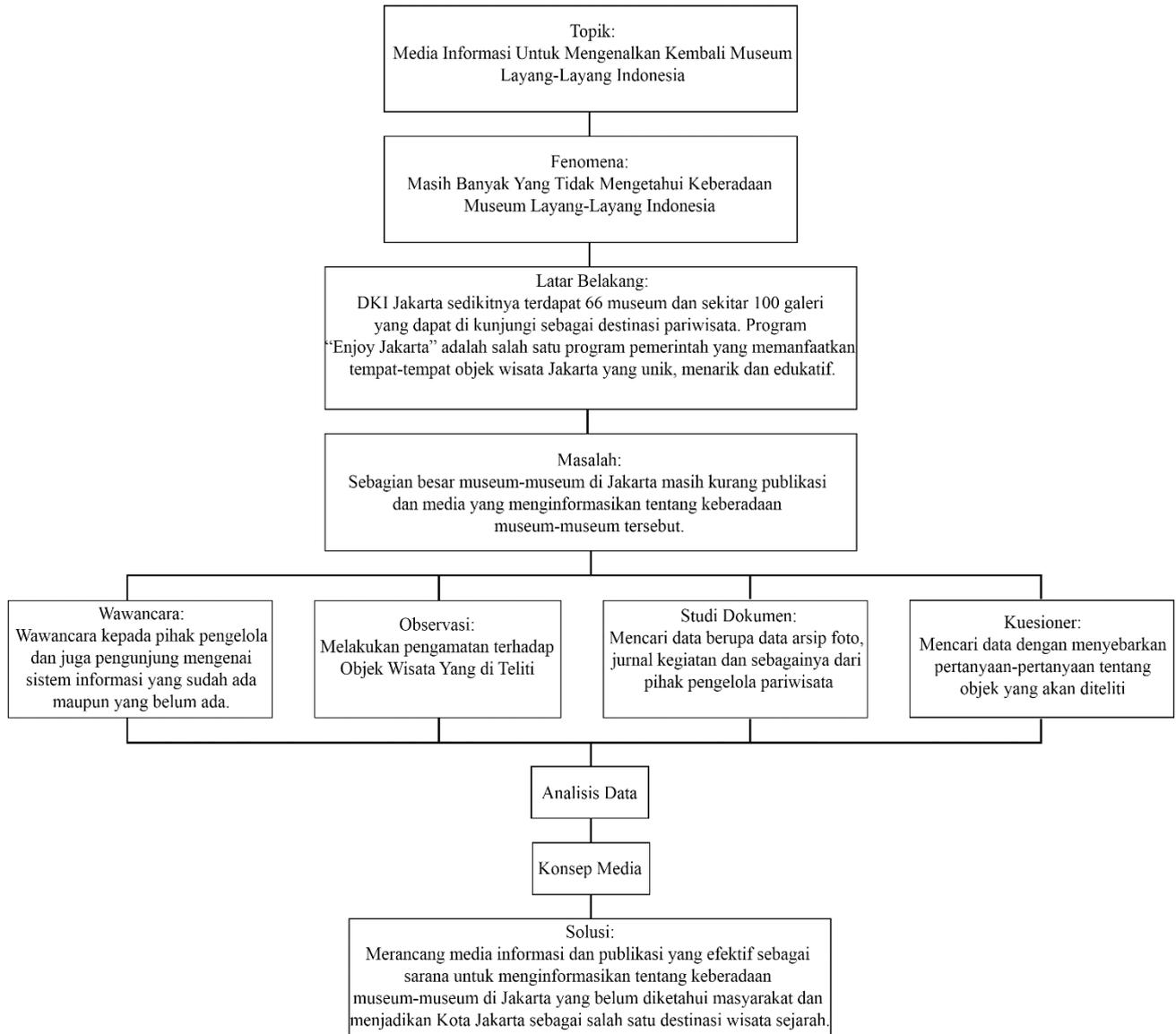
d. Studi Pustaka

Data dari Internet dan juga buku-buku penunjang untuk perancangan karya dilakukan agar perancangan yang akan dihasilkan nantinya sesuai dengan teori yang telah dikemukakan oleh para ahli.

1.5.2 Metode Analisis Data

Penulis menerapkan metode analisis SWOT. Analisis SWOT adalah suatu cara menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal menjadi langkah-langkah strategi dalam pengoptimalan usaha yang lebih menguntungkan. Dalam analisis faktor-faktor internal dan eksternal akan ditentukan aspek-aspek yang menjadi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weakness), kesempatan (Opportunities), dan yang menjadi ancaman (Threatment) sebuah organisasi. Dengan begitu akan dapat ditentukan berbagai kemungkinan alternatif strategi yang dapat dijalankan (Freddy Rangkuti, 2005:19).

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan
(Sumber: Dokumentasi Aryo Dwinto Putro, Maret 2017)

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I. Pendahuluan

Merupakan pendahuluan yang berisikan uraian mengenai latar belakang perancangan secara jelas dan rinci mengenai masalah yang di hadapi dan perlunya memecahkan masalah tersebut. Adapun tujuan dan manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian dan perancangan, juga dijelaskan mengenai metode pengumpulan data dan metode analisis data. Selain itu, dibahas juga kerangka perancangan dan sistematika penulisan.

BAB II. Teori dan Dasar Pemikiran

Berisi tentang teori dan data relevan yang telah didapat untuk dijadikan sebagai acuan atau landasan yang akan mendukung pembahasan masalah pada Laporan Tugas Akhir ini.

BAB III. Data dan Analisis Masalah

Membahas data yang telah diperoleh selama penelitian beserta hasil analisis masalah.

BAB IV. Konsep dan Hasil Perancangan

Berisi tentang acuan konsep desain dari media yang akan dirancang serta hasil perancangan. Mulai dari konsep kreatif perancangan, sketsa, hingga hasil akhir perancangan.

BAB V. Kesimpulan dan Penutup

Berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian dan perancangan media.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN