

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkebunan di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari sejarahnya dan menjadi dasar pendirian Museum Perkebunan Indonesia pertama di kota Medan.

“Museum Perkebunan Indonesia (Musperin) yang diresmikan Menteri Pertanian pada 10 Desember 2016 lalu, dilakukan bersamaan dengan peringatan Hari Perkebunan Nasional Indonesia ke-59 yang dipusatkan di Medan, Sumatera Utara.”¹

Museum Perkebunan Indonesia ini terletak di kompleks Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS). Museum yang telah berdiri hampir dua tahun ini merupakan museum tematik khusus perkebunan yang menyimpan informasi sejarah dan alat-alat perkebunan. Museum ini terdiri dari dua lantai dan memiliki ruangan untuk memotret diri dengan kesan tiga dimensi.

Menurut hasil wawancara penulis dengan Fajar Syaifudin (Penjaga dan *tour guide* Museum Perkebunan Indonesia), pengunjung yang datang hanya musiman serta didominasi oleh anak-anak TK dan SD secara rombongan dari sekolah. Museum ini harus dapat mempertahankan kunjungan dari sekolah-sekolah dengan menjalin kerjasama, meningkatkan pengunjung lokal, nusantara dan mancanegara untuk meningkatkan pendapatan maupun devisa negara.

Menurut hasil wawancara penulis dengan Dra Sri Hartini, M.Si (Kepala Museum Perkebunan Indonesia), museum ini dapat dikunjungi beragam usia mulai anak-anak hingga dewasa karena tidak sekedar menawarkan daya tarik sejarah saja dan museum ini berkonsep pariwisata edukasi.

¹Rochimawati, Musperin, Tempat Sejarah Perkebunan dari Zaman Kolonial. Diakses pada www.viva.co.id (27 Februari 2018, 20.15).

Menurut data kunjungan ke Museum Perkebunan, dari Desember 2016 – Desember 2017, total jumlah pengunjung mencapai 29.637 orang. Persentase pengunjung secara segmentasi adalah TK 6,03%, SD 72,76%, SMP 5,82%, SMA 2,88%, Mahasiswa 3,53%, Umum 7,01%, Wisnu 1,26%, Wisman 0,27%, Peneliti 0,44%. Namun, bila dibandingkan secara segmentasi pelajar, jumlah pengunjung SMA lebih sedikit dari pengunjung TK, SD, dan SMP. Di bulan Mei 2017 – Juli 2017, jumlah pengunjung SMA terlihat sangat minim. Terutama di bulan Juni 2017, museum sama sekali tidak memiliki pengunjung dari segmentasi SMA. Meskipun, di bulan berikutnya (Juli 2017-Desember 2017) mulai ada kenaikan jumlah pengunjung, namun hal ini harus mendapat perhatian khusus untuk lebih ditingkatkan lagi. Remaja di bangku SMA inilah yang akan menjadi *target audience* pada penelitian dan perancangan tugas akhir ini.

Persepsi masyarakat zaman ini menganggap kegiatan mengunjungi museum akan membosankan dan memilih mengunjungi tempat wisata lain yang lebih menyenangkan. Padahal, museum ini menyimpan kekayaan sejarah perkebunan yang perlu diketahui dan dimanfaatkan untuk pengembangan di masa depan. Museum Perkebunan Indonesia ini membutuhkan media komunikasi visual untuk menyampaikan beragam fasilitas dan daya tarik sejarahnya. Untuk memiliki citra yang kuat tidak cukup hanya dengan memiliki identitas visual yang diwakili oleh adanya logo maupun slogan. Museum ini telah memiliki logo dan slogan, “menghubungkan masa lalu dan masa depan”. Museum ini memiliki website, namun masih berupa *template* dan belum memiliki konten informasi. Selain itu memiliki *instagram @musperin* yang masih perlu ditingkatkan pengelolaannya. Di ulang tahunnya yang pertama, museum ini pernah mengadakan kompetisi sketsa dan kontes foto yang menarik minat pecinta seni sketsa dan foto, namun perlu ditingkatkan lagi.

Kurangnya informasi tentang museum perkebunan ini serta belum adanya konsep pesan serta konsep visual yang terintegrasi pada beberapa media informasi yang telah ada, belum mampu membangun *awareness* secara maksimal pada masyarakat sekitar maupun menarik calon pengunjung terutama

remaja di bangku SMA. Oleh karena itu, dibutuhkan media informasi yang mampu menyampaikan identitas dari museum perkebunan dan menarik minat calon pengunjung remaja di bangku SMA untuk mengunjungi museum perkebunan ini. Dari perancangan media informasi ini, diharapkan citra museum ini dapat dikomunikasikan kepada khalayak sasaran, menanamkan rasa bangga terhadap prestasi perkebunan di negeri ini, serta membangun kepedulian terhadap masa depan perkebunan di Indonesia.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah berikut ini :

1. Belum banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan Museum Perkebunan Indonesia yang merupakan satu-satunya di Indonesia dan pertama di kota Medan.
2. Kurangnya sumber informasi tentang sejarah komoditas hasil tanah Indonesia yang belum diketahui karena usia museum yang masih baru.
3. Belum adanya media informasi yang mudah dipahami sehingga kunjungan pelajar SMA ke Museum Perkebunan jumlahnya masih sedikit.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang media informasi berupa *booklet* yang dapat mengenalkan Museum Perkebunan Indonesia di kota Medan secara desain komunikasi visual?

1.3 Ruang Lingkup

Untuk membatasi fokus dari perancangan media informasi Museum Perkebunan Indonesia ini memiliki beberapa ruang lingkup yaitu :

1. Apa

Museum Perkebunan Indonesia yang merupakan satu-satunya museum

tematik khusus perkebunan yang ada di Indonesia dan pertama di kota Medan.

2. Mengapa

Kurangnya media informasi yang dimiliki Museum Perkebunan Indonesia sehingga jumlah pengunjung masih sedikit.

3. Siapa

Perancangan media informasi ini ditujukan kepada remaja di bangku SMA (16-18 tahun) khususnya di kota Medan.

4. Dimana

Penelitian akan dilakukan di :

a. Museum Perkebunan Indonesia (Musperin)

Alamat : Jln. Brigjen Katamso no. 53 Medan, Sumatera Utara.

b. Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS)

Alamat : Jln. Brigjen Katamso no. 51 Medan, Sumatera Utara.

5. Kapan

Pengumpulan data dilakukan mulai dari bulan Januari – April 2018 dan pelaksanaan perancangan dilakukan mulai bulan Mei – Agustus 2018.

6. Bagaimana

Membuat media informasi yang dapat menguatkan dan menyampaikan citra, daya tarik sejarah serta fasilitas Museum Perkebunan Indonesia.

1.4 Tujuan Perancangan

Untuk merancang media informasi berupa *booklet* tentang keberadaan serta daya tarik sejarah perkebunan di Museum Perkebunan Indonesia kepada pelajar SMA di kota Medan agar semakin dikenal, menambah pengetahuan sejarah dan menarik minat pengunjung.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Cara Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan untuk mengumpulkan data adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi sebagai cara mengamati perilaku manusia, gejala alam, dan jumlah yang diamati tidak terlalu banyak (Sugiyono, 2012:145).

Observasi dilakukan untuk mengamati lingkungan di dalam maupun di luar Museum Perkebunan Indonesia, fasilitas yang dimiliki, kegiatan-kegiatan yang dilakukan, dan perilaku pengunjung saat mengunjungi museum.

2. Wawancara

Wawancara sebagai cara untuk mengetahui hal mendalam dari responden dan jumlahnya sedikit (Sugiyono, 2010:194).

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data-data dari dalam Museum Perkebunan Indonesia untuk menentukan media informasi yang tepat. Wawancara ini ditujukan kepada Dra Sri Hartini, M.Si (Kepala Museum Perkebunan Indonesia, Medan).

3. Kuesioner

Kuesioner yaitu cara mengumpulkan data melalui kumpulan pertanyaan, biasanya tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2010:199).

Kuesioner digunakan sebagai data sekunder yang ditujukan kepada 100 orang remaja di bangku SMA swasta, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dan berusia 16-18 tahun.

4. Studi pustaka

Studi pustaka berguna untuk menemukan teori-teori maupun literatur ilmiah yang berkaitan dengan objek yang diteliti (Sugiyono, 2012:291).

Penulis menggunakan studi pustaka untuk mendapatkan teori yang bisa dipakai khususnya teori *branding*, museum, perkebunan, psikologi persepsi, ilustrasi, fotografi, *layout*, tipografi, dan warna.

5. Dokumentasi

Dokumentasi dapat berupa gambar, seperti foto, sketsa, dan lainnya (Sugiyono, 2012:240).

Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data-data visual yang mendukung penelitian maupun sebagai aset perancangan media informasi.

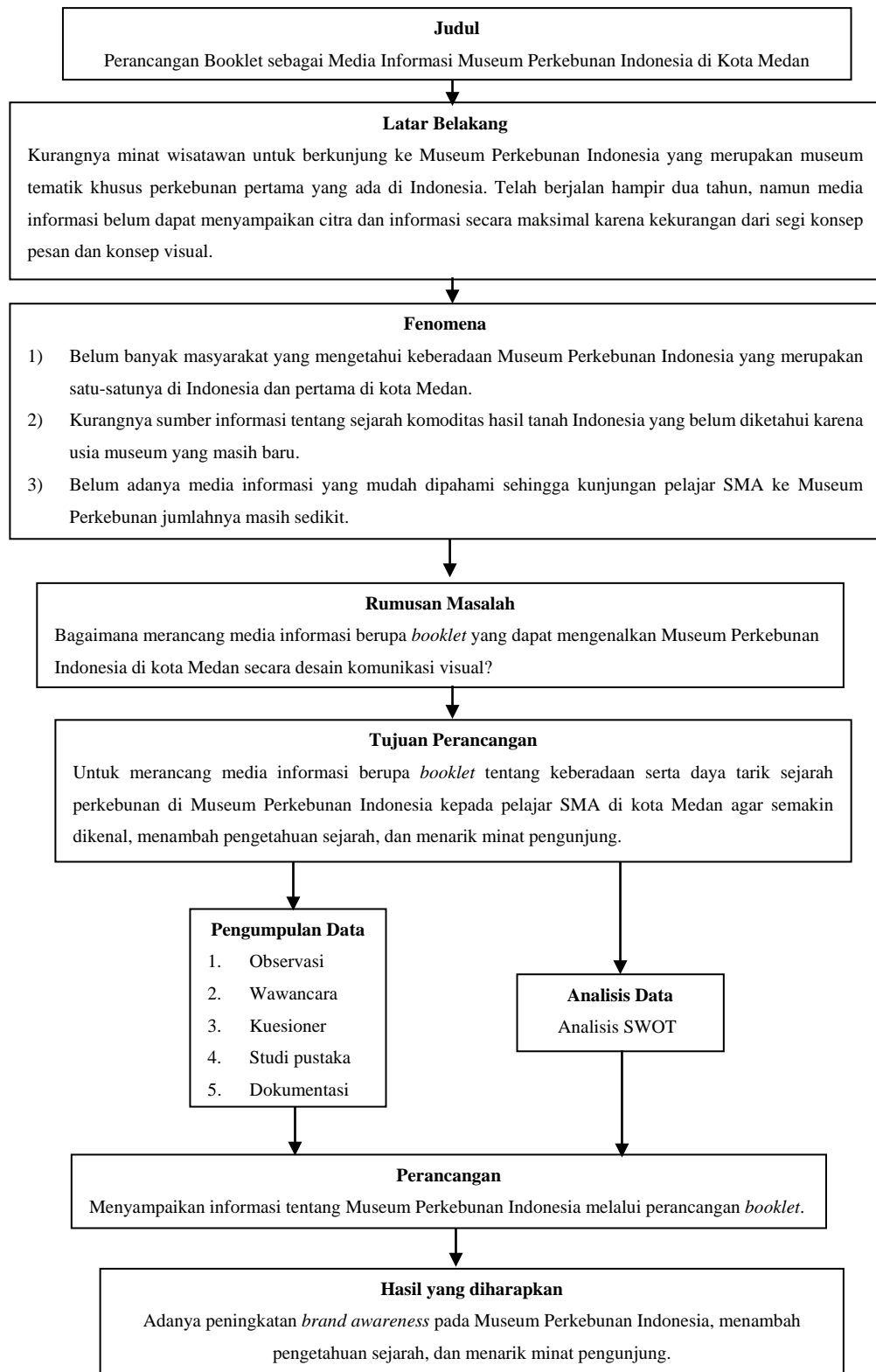
1.5.2 Cara Analisis

Cara analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. SWOT adalah akronim dari kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT ini digunakan untuk menemukan kelebihan dan kekurangan dari segi internal maupun eksternal kondisi saat ini serta menentukan strategi media informasi yang tepat untuk diterapkan di masa depan.

Analisis SWOT adalah alat untuk membandingkan faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta dari eksternal yaitu kesempatan dan ancaman (Kurtz, 2008:45).

1.6 Kerangka Perancangan

Dalam perancangan ini dibutuhkan kerangka perancangan sebagai berikut :



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

(Sumber: Dokumen Regina Calista,2018)

1.7 Pembabakan

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis menggunakan pembabakan untuk memudahkan pembagian konten setiap bab sebagai berikut :

Bab I PENDAHULUAN

Memuat latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data dan analisis, kerangka perancangan dan pembabakan.

Bab II DASAR PEMIKIRAN

Menjelaskan teori-teori yang terkait dengan objek yang diteliti dan perancangan tugas akhir. Teori yang akan digunakan adalah teori *branding*, museum, perkebunan, psikologi persepsi, ilustrasi, fotografi, *layout*, tipografi, dan warna.

Bab III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Menguraikan data hasil observasi keadaan di Museum Perkebunan, hasil wawancara kepada Dra Sri Hartini, M.Si (Kepala Museum Perkebunan Indonesia, Medan), hasil kuesioner kepada 100 orang remaja di bangku SMA, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dan berusia 16-18 tahun, serta dokumentasi data visual yang mendukung penelitian dan analisis masalah yang akan menghasilkan konsep perancangan.

Bab IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Menyusun dan merancang konsep pesan, konsep kreatif, konsep media, konsep visual, konsep bisnis, serta seluruh proses perancangan dari sketsa hingga hasil perancangan.

Bab V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran untuk penulisan dan perancangan yang dilakukan.