

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jawa Barat memiliki beragam kebudayaan yang berpotensi menjadi sektor pariwisata, salah satunya di kabupaten Majalengka. dikutip dari laman idntimes, berjudul “Majalengka Masuk 4 Besar Nominasi Kabupaten Kreatif se-Indonesia” dikatakan bahwa potensi kreatif wilayah selatan Majalengka berfokus pada seni tradisi yang dipadu dengan potensi wisata tutur Karna Sobahi yang menjabat sebagai bupati Majalengka periode 2018-2023.

Kecamatan Talaga adalah salah satu kecamatan yang termasuk wilayah selatan Majalengka, dilansir dari situs web pemerintahan Jawa Barat (jabarprov.go.id), potensi pariwisata yang ada di kecamatan Talaga meliputi Museum Talaga Manggung dan Makam Eyang Nataklusuma, Museum Talaga Manggung berjarak kurang lebih dua puluh enam kilometer dari pusat kota Majalengka, akses menuju lokasinya sudah baik dan bisa ditempuh oleh kendaraan umum, pengunjung yang datang pada umumnya adalah kalangan pelajar.

Museum Talaga Manggung memiliki potensi pariwisata yang besar, tetapi belum adanya identitas visual dan penerapannya pada Museum Talaga Manggung. Padahal menurut Rustan (2009:54) adanya identitas yang konsisten akan memberikan gambaran bagi audiens terhadap suatu perusahaan untuk menunjukkan kesan yang profesional.

Museum Talaga Manggung menyimpan beberapa benda peninggalan dan bangunan bersejarah diantaranya senjata pusaka (keris, pedang, dan baju zirah), mata uang Gobog, benda-benda seni dan budaya berupa lonceng, cawan, guci, gamelan, dan gong. Sementara bangunan bersejarah yang ada di kompleks Museum Talaga Manggung yaitu replika bangunan *Leuit Kemendetti* atau gubuk yang berfungsi untuk menyimpan hasil panen. Museum Talaga Manggung Tidak hanya memiliki peninggalan berupa benda-benda dan bangunan bersejarah, tetapi juga memiliki *event* tahunan yang diadakan setiap hari senin sebelum tanggal dua puluh bulan safar di kalender hijriah. *Event* tersebut bernama “Nyiramkeun” yaitu prosesi

untuk memandikan setiap benda peninggalan yang ada di Museum Talaga Manggung dengan air yang bersumber dari Sembilan mata air yang dahulunya terletak di bekas wilayah kekuasaan kerajaan Talaga.

Dari kesimpulan penelitian yang dilakukan oleh saudari Ayu Fitri Nurfauziah dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, penelitian dengan judul “PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP SISA-SISA PENINGGALAN KERAJAAN TALAGA MANGGUNG (Study Antropologi Sosial Kabupaten Majalengka)” dikatakan bahwa persepsi masyarakat Talaga mengenai Museum Talaga Manggung adalah masyarakat bersepakat untuk melestarikan *event Nyiramkeun* yang diadakan oleh pihak Museum Talaga Manggung untuk menjaga dan merawat peninggalan-peninggalan yang ada di museum. Masyarakat Talaga mengharapkan *event* dan peninggalan-peninggalan yang ada di museum bisa dikemas sedemikian rupa untuk dijadikan kegiatan pariwisata sehingga bisa berdampak bagi masyarakat Talaga secara sosial dan ekonomi. Tidak hanya dari segi sosial dan ekonomi; nilai-nilai dari segi sejarah, pendidikan dan kebudayaannya juga harus dilestarikan untuk menanamkan rasa bangga bagi generasi muda Talaga. Pihak Museum Talaga Manggung juga mengusahakan agar warisan kerajaan Talaga Manggung bisa diwariskan kepada generasi muda Talaga salah satunya dengan mengikutsertakan generasi muda Talaga pada *event Nyiramkeun*. Data dari hasil wawancara yang telah dilakukan Penulis dengan bapak Asep Asdha S. selaku kepala Museum Talaga Manggung, juga menyebutkan bahwa Museum Talaga Manggung kurang diminati oleh wisatawan lokal karena pihak museum tidak melakukan *branding* dan promosi pada museum.

Dengan adanya perancangan identitas visual yang Penulis angkat untuk Tugas Akhir, diharapkan bisa membantu mengenalkan, menjaga sekaligus mempromosikan Museum Talaga Manggung sehingga bisa berdampak secara sosial dan ekonomi bagi masyarakat sekitar kecamatan Talaga, dan bisa membantu upaya pemerintah daerah kabupaten Majalengka untuk mengukuhkan Majalengka sebagai kabupaten kreatif Indonesia.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pernyataan dari Latar Belakang, ditemukan beberapa masalah, seperti:

1. Kurangnya minat masyarakat dalam/luar Majalengka untuk berkunjung ke Museum Talaga Manggung.
2. Museum Talaga Manggung memiliki potensi wisata budaya yang tinggi tetapi belum ada identitas visualnya.
3. Tidak adanya kegiatan promosi yang diadakan dari pihak Museum Talaga Manggung untuk meningkatkan pendatang atau calon wisatawan museum.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka rumusan masalahnya adalah Bagaimana merancang identitas visual dan media promosi untuk Museum Talaga Manggung yang dapat menarik minat masyarakat luas untuk berkunjung ke Museum Talaga Manggung?

1.4 Tujuan

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk merancang identitas visual dan penerapannya pada media promosi Museum Talaga Manggung yang bisa menarik minat masyarakat luas untuk berkunjung dan mengetahui tentang Museum Talaga Manggung.

1.5 Batasan Masalah

Agar ruang lingkup permasalahan untuk Tugas Akhir ini tidak terlalu meluas dan ruang lingkupnya jelas, maka berikut ditentukan batasan masalahnya:

1. Apa (*What*)
Pembuatan identitas visual untuk Museum Talaga Manggung.
2. Siapa (*Who*)
Penelitian ini ditujukan untuk kalangan masyarakat dengan kategori usia remaja akhir dan dewasa awal di Majalengka yang berusia sekitar 17 - 35 tahun.
3. Kapan (*When*)

Proses pengumpulan data dan perancangan dilaksanakan dari bulan Februari 2020 hingga Mei 2020.

4. Dimana (*Where*)

Pengumpulan data dan perancangannya dibuat di wilayah Kabupaten Majalengka.

5. Mengapa (*Why*)

Mendukung kegiatan Pemerintah Daerah Kabupaten Majalengka untuk mengukuhkan Majalengka sebagai kabupaten kreatif Indonesia dan membantu pihak museum untuk menggaet audiens khususnya generasi muda untuk ikut melestarikan keberadaan museum ini.

6. Bagaimana (*How*)

Bagaimana merancang identitas visual dan penerapannya dalam media promosi Museum Talaga Manggung yang bisa menarik minat masyarakat luas untuk berkunjung ke Museum Talaga Manggung.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam perancangan Tugas Akhir ini, Penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan teknik penelitian kualitatif, yaitu dengan data primer dari observasi, wawancara dan kuesioner. Sedangkan data sekundernya diambil dari studi pustaka.

1. Observasi

Observasi akan dilakukan langsung ke Museum Talaga Manggung untuk mengamati dan mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk perancangan.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara tersusun dengan metode wawancara terstruktur dengan narasumber dari pihak Museum Talaga Manggung.

3. Studi Pustaka

Penulis akan mengumpulkan data yang relevan dari literatur yang terkait dengan perancangan, metode ini dilakukan untuk merancang Tugas Akhir yang sesuai dengan kaidah keilmuan yang sudah ada.

4. Kuesioner

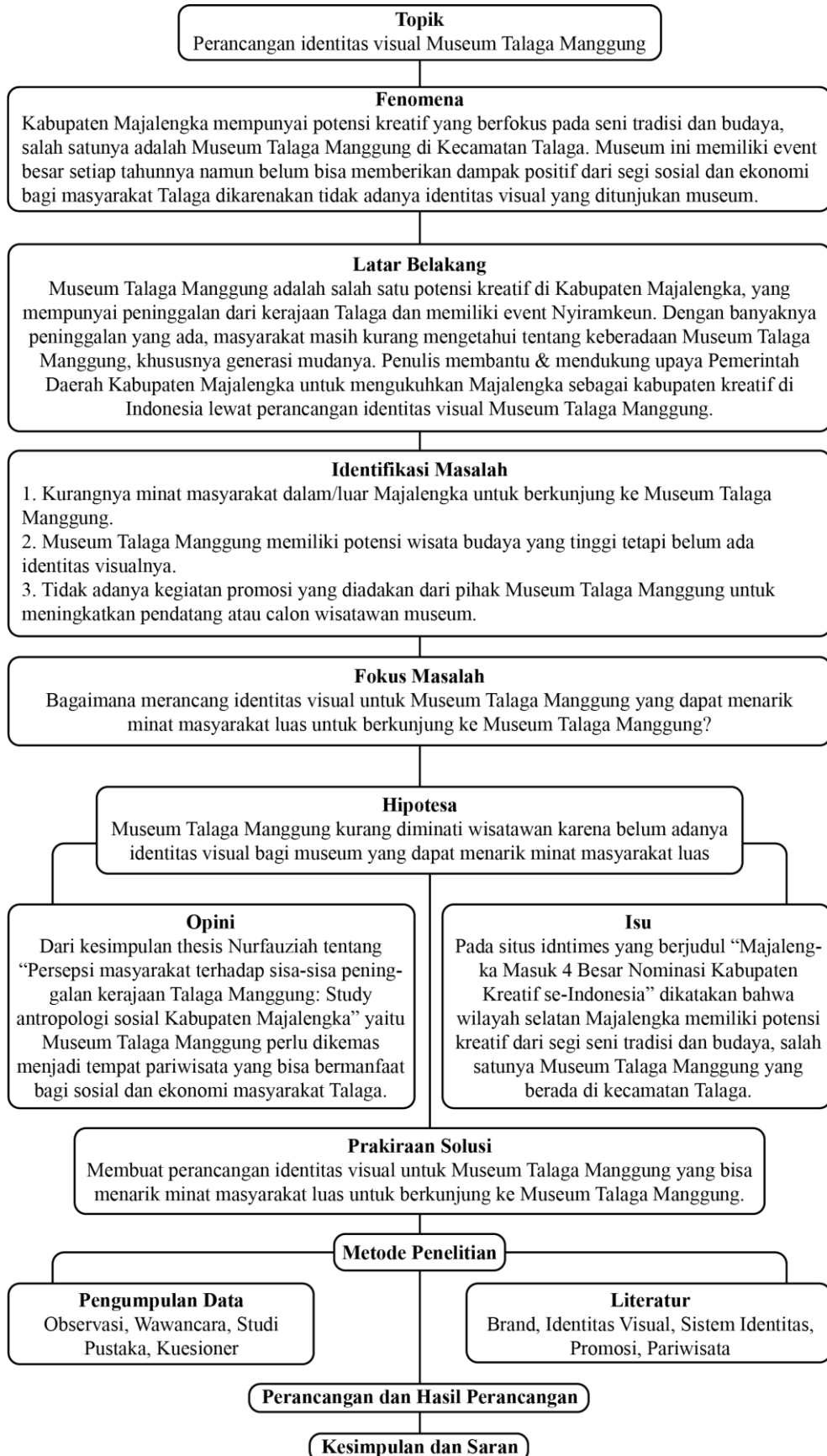
Kuesioner atau angket adalah suatu alat pengumpul data yang berupa serangkaian pertanyaan yang diajukan pada responden untuk mendapat jawaban. Pada metode ini penulis membagikan kuesioner daring dengan

target responden yaitu remaja akhir dan dewasa awal berusia 18 – 25 tahun. Tujuan dilalukan penyebaran kuesioner yaitu untuk menambah data untuk landasan perancangan yang dibuat.

1.7 Metode Analisis Data

Dalam perancangan ini menggunakan metode analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*) dan metode analisis matriks perbandingan untuk menghasilkan perumusan rancangan yang sesuai dengan data penelitian.

1.8 Kerangka Perancangan



1.9 Pembabakan

1. BAB I Pendahuluan

Penulis menjelaskan tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, Batasan masalah, metode pengumpulan data, metode analisis data, kerangka perancangan, dan pembabakan.

2. BAB II Dasar Pemikiran

Bab ini memaparkan dasar teori atau dasar pemikiran terkait dengan perancangan, dipakai sebagai landasan pemikiran dan landasan teoretis untuk membantu penulis dalam perancangan Tugas Akhir ini.

3. BAB III Data dan Analisis Masalah

Berisi data dari hasil observasi lapangan, wawancara, studi Pustaka, dan data kuesioner. Selanjutnya berisi uraian data yang dianalisis menggunakan metode SWOT dan analisis matriks perbandingan.

4. BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Berisi tentang konsep keseluruhan dari perancangan, seperti konsep pesan, konsep kreatif, konsep media, konsep visual, dan konsep komunikasi marketing. Kemudian terdapat juga hasil perancangannya.

5. BAB V Penutup

Pada BAB ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil perancangan tugas akhir yang telah dilakukan.