

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Indonesia adalah negara yang memiliki keberagaman budaya dan kekayaan alam yang melimpah, oleh sebab itu Indonesia menjadi salah satu negara dengan potensi pariwisata yang besar. Indonesia dianugrahi kekayaan alam yang terbentang dari Sabang sampai Merauke, dengan kondisi geografis yang strategis juga iklim tropis menjadikan keanekaragaman hayati yang luas. Indonesia memiliki 34 provinsi dengan di setiap daerahnya yang masing-masing memiliki keindahan perbedaan budaya, suku dan bahasa.

Kalimantan Barat (Kalbar) merupakan salah satu dari provinsi Indonesia yang memiliki kekayaan budaya dan alam yang masih cukup terjaga, beragam destinasi wisata yang kerap dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara juga tersebar di berbagai kota dan kabupaten yang ada di provinsinya. Berbagai daerah di Kalbar ini masing-masing mempunyai keberagaman budaya yang menarik untuk diangkat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kalbar pada tahun 2019 yakni sebanyak 76,651 wisatawan. Terdapat empat pintu bagi wisatawan untuk masuk ke Kalbar yakni diantaranya Bandara Internasional Supadio, Pos Lintas Batas Negara (PLBN) Entikong di kab.Sanggau, PLBN Aruk di kab.Sambas dan PLBN Badau di kab.Kapuas Hulu.

Salah satu daerah yang memiliki budaya dan wisata menarik di Kalbar adalah kota Pontianak. Kota Pontianak yang menjadi salah satu pintu masuk bagi wisatawan ini merupakan kota yang unik dengan menjadi satu-satunya kota yang dilewati oleh garis equator dan dilintasi oleh sungai terpanjang di Indonesia yakni sungai Kapuas. Pontianak sendiri memiliki berbagai macam destinasi wisata baik hiburan, budaya, kuliner maupun edukatif yang dapat memanjakan pengunjung seperti Tugu Khatulistiwa, Waterfront Sungai Kapuas, Taman Alun-Alun Kapuas, Aloe Vera Center, Museum Provinsi Kalbar, Rumah Adat Dayak Radakng, Keraton Kadariyah serta berbagai macam festival budaya seperti

Festival Meriam Karbit di bulan Ramadhan dan Festival Kulminasi Matahari yang diselenggarakan di bulan Maret dan September.

Tempat-tempat yang bersifat hiburan tersebut seringkali membuat orang-orang mengabaikan tempat wisata yang mempunyai nilai edukatif salah satunya yakni museum. Museum sendiri menjadi tempat yang menyimpan berbagai macam sejarah dan kekayaan budaya dari suatu daerah, namun museum yang seharusnya menjadi wadah pelestari kebudayaan daerah ini justru kurang diapresiasi dan kurang populer bila dibandingkan dengan hiburan elektronik dan modern.

Di Kalbar sendiri terdapat museum yang terletak di kota Pontianak yakni Museum Provinsi Kalimantan Barat. Kantor Wilayah Depdikbud Provinsi Kalbar merintis museum ini sejak tahun 1974 melalui proyek Rehabilitasi dan Perluasan Permuseuman Kalbar. Museum dengan luas 28.167 meter persegi ini terletak di posisi yang strategis yakni berada di pusat Kota Pontianak tepatnya di Jalan Ahmad Yani, yang merupakan jalan protokol di Kota Pontianak. Museum Provinsi Kalimantan Barat ini menyimpan kebudayaan dari 3 etnis terbesar yang ada di Kalbar yakni Melayu, Dayak & Tionghoa, dengan jumlah koleksi mencapai 4000 buah barang antik dan bersejarah.

Museum yang diresmikan fungsinya sejak 4 Oktober 1983 ini mempunyai 3 ruang pameran tetap dan 1 plaza yang berada di area belakang museum untuk memamerkan jenis koleksi yang dimilikinya. Di ruangan pengenalan museum terdapat 6 jenis koleksi yakni koleksi Geologika seperti batu, mineral, peta dsb; koleksi Biologika berupa tengkorak, tumbuhan, hewan; koleksi Arkeologika yang merupakan benda zaman prasejarah; koleksi Etnografika yakni benda budaya khas etnis; koleksi Historika yaitu koleksi sejarah; koleksi Numismatika berupa mata uang; koleksi Heraldika berupa tanda jasa, pangkat dsb. Di ruangan kebudayaan terdapat koleksi tujuh unsur kebudayaan yakni religi dan upacara kebudayaan, mata pencaharian hidup, organisasi kemasyarakatan, teknologi dan peralatan, pengetahuan, kesenian dan Bahasa. Di ruangan keramik terdapat koleksi Keramalogika yaitu benda dari tanah liat. Di plaza museum menampilkan beberapa miniatur dan berbagai koleksi replika.

Besarnya potensi kemanfaatan dari aspek edukasi melalui museum Kalbar tidak diimbangi dengan jumlah masyarakat yang berkunjung. Di tahun 2014 terdapat sebanyak 71,686 orang yang mengunjungi museum, pada 2015 sebanyak 70,317 lalu di tahun 2018 menurun sebanyak 62,826 dan di separuh tahun 2019 terdapat pengunjung sebanyak 25,496 orang (Sumber: Museum Provinsi Kalbar dilansir Pontianak Post). Berdasarkan data ini dapat dilihat adanya tren penurunan pengunjung dari tahun ke tahunnya. Saat ini pengunjung hanya didominasi oleh anak sekolah sebagai bagian dari kerjasama antara museum dan pihak sekolah. Adapun pengunjung lain, seperti masyarakat umum dan turis jumlahnya tidak sebanyak pengunjung sekolah.

Tren penurunan jumlah pengunjung ini salah satu nya disebabkan oleh faktor internal dari museum sendiri. Berdasarkan observasi yang dilakukan, museum ini belum mempunyai identitas visualnya sendiri sehingga museum provinsi Kalbar belum dapat menunjukkan citra yang dapat menarik minat masyarakat. Kurang maksimalnya penyampaian informasi mengenai potensi museum provinsi Kalbar kepada masyarakat luar. Museum ini tidak memanfaatkan media-media cetak (brosur, katalog) dan media online (media sosial) dengan baik untuk memberikan informasi. Satu satunya media informasi yang ada di museum ini yakni papan informasi yang hanya berisi mengenai visi, misi serta jam pelayanannya. Padahal museum ini terletak di posisi yang strategis dengan akses yang memadai. Tentunya hal ini sangat disayangi mengingat fungsi museum menurut Yulianto (2016:2) sebagai tempat pelestarian budaya dan sumber informasi budaya tidak dapat terpenuhi bila pengunjung terus menurun dan sejarah budaya-budaya etnik khas daerah ini tidak dikenal oleh masyarakat.

Dari hasil wawancara dengan pihak unit pelaksana teknis (UPT) Museum Provinsi Kalbar, terdapat faktor lain yang membuat orang-orang enggan untuk mengunjungi museum yakni masih adanya stigma negatif di kalangan masyarakat yang menganggap bahwa museum adalah tempat yang kuno dan membosankan. Tentunya hal ini sangat memprihatinkan, mengingat apabila stigma buruk ini masih beredar di masyarakat, jumlah pengunjung museum akan semakin menurun dan membuat minimnya pengetahuan tentang sejarah dan

kebudayaan daerah Kalbar sehingga kekayaan budaya ini sangat rentan dilupakan di era sekarang.

Untuk itu, perancangan visual *brand communication* museum ini sangat diperlukan, menurut Kevin Roberts (2005) penciptaan *brand image* yang melibatkan perasaan emosional dan *brand communication* dalam membuat konsumen menjadi lebih menyukai dan dekat dengan merek. Perancangan ini penting dalam menghilangkan stigma negatif mengenai museum, dengan membangun *brand* dengan citra yang baik dan sesuai dengan target pasar dan perkembangan era modern ini. Pengkomunikasian lewat *brand communication* museum ini juga dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat sehingga minat masyarakat untuk mengunjungi museum diharapkan meningkat dan fungsi museum sebagai pelestari budaya dapat terpenuhi dengan optimal sesuai dengan visi museum. Potensi museum sebagai tempat wisata edukatif juga dapat dimaksimalkan kepada wisatawan domestik maupun mancanegara.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan fenomena diatas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Tempat wisata edukatif seperti museum kurang diminati dibanding tempat yang bersifat hiburan semata
2. Tren penurunan jumlah pengunjung museum provinsi Kalbar
3. Museum Provinsi Kalbar belum memiliki identitas visual
4. Kurangnya informasi dan promosi dari museum provinsi Kalbar
5. Masih ada stigma negatif di masyarakat mengenai museum provinsi Kalbar

## **1.3. Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang visual *brand communication* yang dapat memperkuat identitas dari museum serta dapat meningkatkan jumlah pengunjung?

#### **1.4. Ruang Lingkup**

Dalam proses penelitian dan perancangan ini, penulis akan membatasi dengan hanya melakukan perancangan visual *brand communication* Museum Provinsi Kalbar, agar memperkuat identitas dan menunjukkan ciri khas nya, kemudian langkah dalam implementasi identitas visual ke dalam media promosi guna menyampaikan informasi mengenai museum ke target sasaran. Kegiatan ini dilakukan sejak bulan Januari 2020 hingga bulan Juli 2020 dengan penelitian dan perancangan dilakukan di Kota Bandung serta pengumpulan data dilakukan di Kota Pontianak. Perancangan ini akan menyasar pada masyarakat Kalbar terutama pelajar dan mahasiswa serta wisatawan lokal maupun mancanegara.

#### **1.5. Tujuan**

Adapun perancangan ini bertujuan untuk memperkuat identitas dari Museum Provinsi Kalimantan Barat agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung museum.

#### **1.6. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan ini adalah:

##### **1.6.1. Data Primer**

###### **A. Observasi**

Menurut Riduwan (2004:104) observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan kepada objek penelitian untuk melihat kegiatan yang sedang dilakukan. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung di Museum Provinsi Kalimantan Barat dan museum lain seperti Museum Geologi Bandung & Museum Sri Baduga, observasi ini bertujuan untuk melihat perbedaan dan melakukan perbandingan di antara museum-museum tersebut.

## **B. Wawancara**

Wawancara adalah suatu metode pengumpulan informasi secara langsung dengan mengutarakan pertanyaan-pertanyaan kepada responden (Subagyo 2011:39). Wawancara dilakukan dengan pihak Unit Pelaksana Teknis (UPT) Museum Provinsi Kalbar yang dalam hal ini diwakili oleh Bapak Sudjiman selaku Kepala Tata Usaha UPT Museum Provinsi Kalbar.

## **C. Kuesioner**

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data dengan melakukan pemberian beberapa angket pertanyaan maupun pernyataan tertulis kepada responden terkait untuk dapat menjawabnya (Sugiyono 2010:148). Kuesioner ini disebarakan kepada masyarakat yang berdomisili di Kalbar berusia 15-24 tahun sebagai target sasaran primer dari Museum Provinsi Kalbar.

### **1.6.2. Data Sekunder (Studi Pustaka)**

Menurut Sarwono (2006:29) studi pustaka adalah mempelajari buku-buku referensi dan juga dari hasil penelitian sebelumnya yang sejenis untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang diteliti. Studi pustaka dilakukan dalam rangka melakukan pendalaman masalah melalui data-data yang sudah didapat lalu diolah dan dihubungkan dengan landasan teori yang relevan sesuai dengan objek penelitian sehingga mendapatkan informasi yang lebih mendetail mengenai objek penelitian yang diharapkan dapat memecahkan masalah.

## **1.7. Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah:

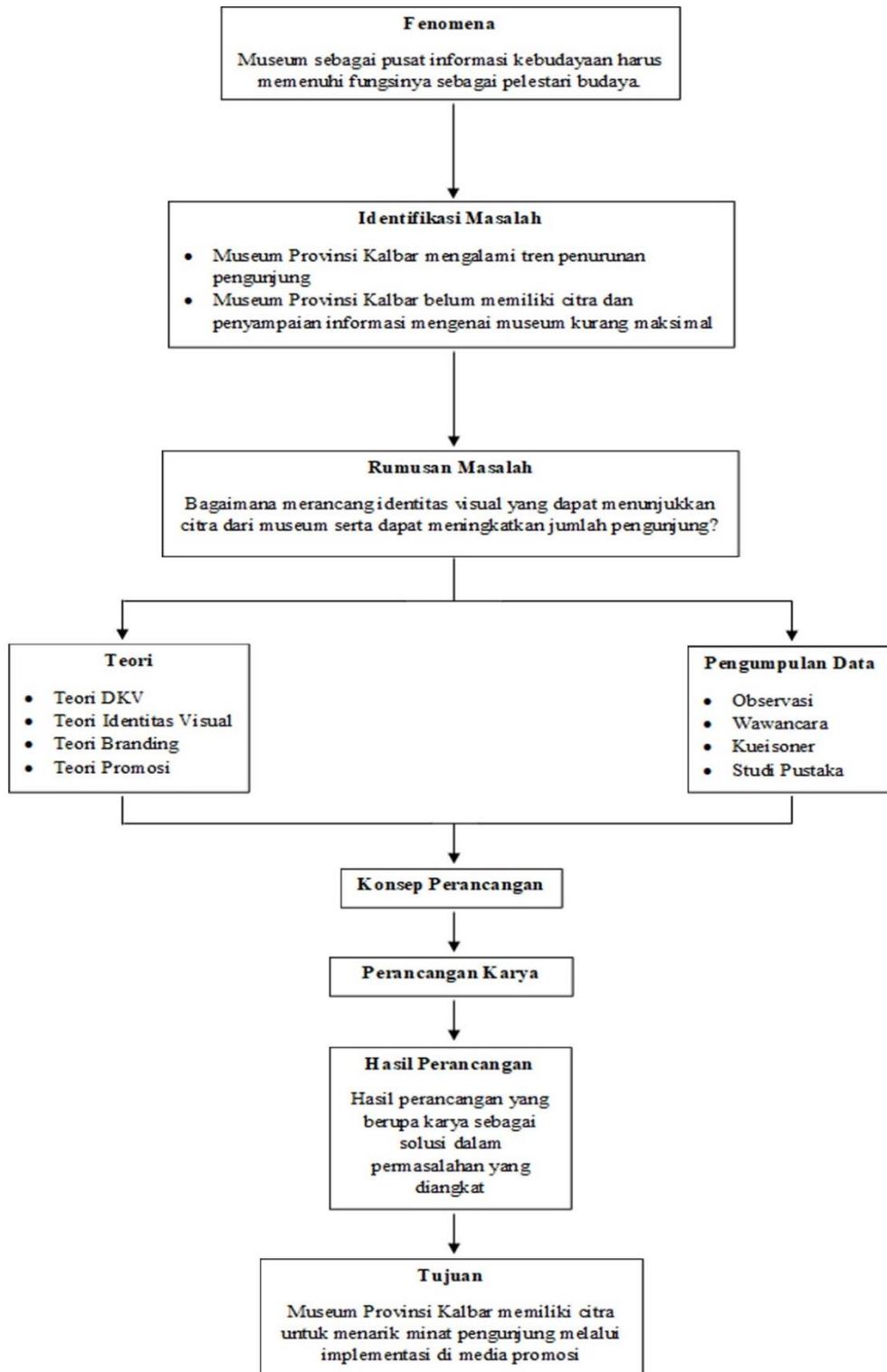
### **1. Analisis SWOT**

Analisis SWOT sendiri melihat dari faktor internal yang mencakup *strength* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan) serta faktor eksternal yakni *opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman). (Soewardikoen, 2013:52)

### **2. Analisis Matriks Perbandingan**

Analisis matriks perbandingan dilakukan dengan cara membandingkan satu karya visual dengan kriteria yang sama untuk mendapati perbedaan antara satu obyek dengan obyek visual lainnya (Soewardikoen 2013:60). Analisis ini digunakan untuk membandingkan antara karya visual dengan yang lainnya yang sejenis dengan cara menyejajarkannya menggunakan teori yang digunakan.

## 1.8. Kerangka Perancangan



*Gambar 1.1 Kerangka Perancangan*

(Sumber: Dokumentasi Pribadi,2020)

## **1.9. Pembabakan**

### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dijabarkan mengenai latar belakang serta fenomena yang diangkat sebagai topik penelitian dan perancangan, identifikasi masalah terkait, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, metode pengumpulan data dan analisis, kerangka pemikiran, serta pembabakan system penulisan.

### **2. BAB II DASAR PEMIKIRAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai dasar teori yang relevan sebagai pijakan dalam melakukan penelitian, kerangka teori, dan asumsi serta yang akan digunakan sebagai landasan dalam melakukan perancangan.

### **3. BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH**

Pada bab ini akan diuraikan hasil pengumpulan data di lapangan secara terstruktur serta analisisnya, seperti data observasi, wawancara dan data kuesioner serta analisis SWOT dan analisis matriks perbandingan karya visual sejenis.

### **4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai konsep perancangan yang berdasar dari hasil analisis data yang telah dilakukan serta hasil perancangan sebagai solusi dari masalah yang diangkat dalam hal ini yakni identitas visual dan implementasinya dalam media promosi

### **5. BAB V PENUTUP**

Pada bab ini akan diuraikan kesimpulan dan saran mengenai perancangan yang telah dilakukan.