

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Museum adalah lembaga yang diperuntukan untuk menjaga, mengumpulkan, menyajikan serta melestarikan budaya masyarakat untuk tujuan pembelajaran, penelitian, serta hiburan. Dengan adanya museum warisan dan koleksi yang ada dapat terjaga dengan baik. Fungsi dari museum ini sendiri yaitu sebagai tempat pelestarian budaya, dan sumber informasi. (<https://travel.kompas.com/>, 17/02/2020, 23:16 WIB) Museum sangat penting untuk dikunjungi karena menjadi pusat edukasi untuk masyarakat. Jenis-jenis museum terdiri dari : Museum umum, Museum Khusus, Museum nasional. Museum umum yaitu museum yang koleksinya terdiri dari kumpulan bukti material manusia yang berkaitan dengan bidang cabang seni, disiplin ilmu dan teknologi. Museum khusus adalah museum yang menginformasikan sejarah yang berhubungan dengan peradaban manusia secara khusus. Museum nasional yaitu museum yang koleksinya berkaitan dengan bukti material manusia atau lingkungan dari seluruh wilayah Indonesia yang bernilai nasional. Museum provinsi yaitu museum yang mewakili dan berkaitan dengan material manusia dan lingkungan dari daerah provinsi dimana museum provinsi itu berada. Museum lokal museum yang mewakili dan berkaitan dengan material manusia dan lingkungan dari daerah kabupaten dimana museum lokal itu berada.

Penurunan pengunjung museum menurun pada tahun 2019 dan 2020. Hal tersebut disebabkan oleh kurangnya pemasaran sehingga pandangan masyarakat tentang museum yang telah berubah. Menurut informasi yang saya dapat. Dikatakan sekarang masyarakat yang berkunjung ke museum dianggap kuno. Pandangan masyarakat tersebut lah yang menyebabkan minat masyarakat akan wisata ke museum berkurang sehingga berdampak ke kelestarian budaya yang ada di Indonesia.

Layang-layang merupakan bangunan dua dimensi yang berbentuk belah ketupat berbahan dasarnya kertas atau kain. Panggilan lain layang-layang yaitu koang, koang sendiri panggilan layang-layang yang berasal dari betawi. Layang –layang diketahui secara umum terbuat dari bahan kertas yang berbentuk belah ketupat yang bila ditiup hembusan angin, maka layang-layang akan terbang . Sifat dari layang –layang yaitu bila layang-layang ditiup angin maka dia akan terbang, dan layang-layang memerlukan benang sebagai tumpuan untuk terbang. Sebagian besar layang-layang dimainkan oleh anak-anak, Tetapi Layang-layang diketahui juga memiliki fungsi ritual, alat bantu memancing atau menjerat, menjadi alat bantu penelitian ilmiah, serta media energi alternatif. Layang-layang bukan hanya sekedar permainan, melainkan dapat menjadikan pembelajaran untuk anak-anak. Layang-layang dapat dibuat dalam ukuran yang sangat besar. Yang umum dikenal memiliki panjang diagonal 20 – 40 cm. Namun dalam perkembangannya, layang-layang tidak hanya berbentuk segi empat, tetapi layang-layang dapat berbagai bentuk, mulai dari bentuk lingkaran, segi enam, bahkan berbentuk hewan dan warna yang menarik layang-layang dapat terbentuk dan dapat diterbangkan. Dengan adanya layang-layang yang berbagai bentuk dan berbagai macam warna, layang-layang dapat disimpan di museum sebagai pembelajaran dan daya tarik tersendiri kepada pengunjung yang akan datang. (<https://www.kompas.com/> , 18/02/2020, 21:00 WIB)

Di Jakarta, ada museum yang melestarikan permainan tradisional yaitu museum layang layang. Museum tersebut menampilkan koleksi layang-layang berbagai macam bentuk dan berbagai macam warna dan mewakili bahwa layang-layang bukan sekedar permainan, tetapi dapat menjadi pembelajaran kepada anak-anak karena setiap pengunjung yang datang akan diadakan *workshop* pembuatan layang-layang. Koleksi layang –layang yang ada dimuseum tersebut tidak hanya berasal dari Indonesia, ada juga koleksi dari berbagai negara, seperti Tiongkok, Jepang, Belanda, Vietnam dan beberapa negara lainnya.

Museum layang-layang didirikan oleh Endang W. Puspojo, Beliau adalah pakar kecantikan yang menekuni dunia layang-layang sejak tahun 1995. Museum layang layang didirikan pada tanggal 21 Maret 2003 dan berada di Jl. H. Kamang No. 38, Pondok Labu, Jakarta Selatan. (<https://www.jepakpiknik.com/>, 17/02/2020, 23:45 WIB), Jumlah koleksi dari museum layang-layang berjumlah kurang lebih 600 buah layang-layang. Dengan jumlah tersebut museum layang-layang mendapatkan penghargaan dari *MURI (Museum Rekor Indonesia)* sebagai pemecahan rekor pemrakarsa dan penyelenggaraan pembuatan layang-layang berbentuk *diamond* terbesar pada tahun 2011 serta penghargaan keparawisataan Indonesia pada tahun 2004, yang diberikan oleh I Gede Ardika selaku menteri kebudayaan dan pariwisata pada saat itu.

Di Indonesia banyak permainan tradisional yang populer pada masanya. Untuk permainan tradisional yang sering di mainkan yaitu enggrang, congklak, layang-layang dan lain sebagainya. Dikaman modern saat ini sudah jarang sekali kita temui anak-anak yang minat untuk bermain permainan tradisional tersebut. Menurut informasi yang saya dapat (Edi Dimiyati, 2011:78) Perkembangan zaman salah satu faktor minat masyarakat terutama anak-anak terhadap permainan tradisional menghilang. Sangat disayangkan, karena ada banyak sekali di Indonesia permainan tradisional yang harus kita lestarikan karena permainan tradisional termaksud warisan budaya Indonesia, salah satunya layang-layang.

Menurut informasi yang saya dapat (<https://www.kompasiana.com/>, 19/02/2020, 19.30 WIB) Museum layang-layang kehilangan popularitasnya, sedangkan museum tersebut telah memiliki berbagai macam penghargaan yang dimiliki dan berbagai macam koleksi yang ada di museum tersebut. Proses rivalitas museum yang menyebabkan museum swasta seperti museum layang-layang kehilangan popularitasnya. Museum layang-layang saat ini sepi pengunjung dikarenakan penggunaan media promosi yang kurang. Meskipun museum layang-layang berada di kota Jakarta, tetapi banyak masyarakat belum mengetahui tentang museum layang-layang. Cara mengelola promosi yang tidak benar menyebabkan museum tersebut tidak diketahui dan masyarakat kurang berminat untuk berwisata ke museum karena menurut masyarakat berkunjung ke museum itu suatu hal yang kuno.

Berdasarkan penjelasan di atas, Penulis tertarik untuk meneliti/meninjau keadaan museum layang-layang saat ini. Media promosi sangat dibutuhkan oleh museum layang-layang karena dapat menjadikan visi misi yang ada di museum tersebut tercapai yang ingin memperkenalkan layang-layang sebagai budaya bangsa Indonesia, sebagai permainan tradisional sejak dahulu dan menjadikan museum tersebut sebagai pusat budaya dan dapat menjadikan tempat wisata alternatif khususnya bagi warga DKI Jakarta.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kurang tereksposnya museum layang-ayang yang mengakibatkan museum tersebut sepi pengunjung.
2. Kurangnya perancangan promosi pada museum layang saat ini.

1.3 Rumusan Masalah

Dari penjabaran di atas ditemukan permasalahan yang menjadi suatu landasan untuk meneliti , yaitu :

Bagaimana merancang media promosi yang baik dan benar sebagai mempromosikan museum layang layang dan dapat menarik minat wisatawan ?

1.4 Batasan Masalah

Untuk dapat fokus dalam penelitian ini, penulis akan memberi batasan masalah sebagai berikut :

Penelitian hanya dilakukan di museum layang-layang dan target yang akan di capai sehingga perancangan media promosi ini dapat tepat sasaran dan dapat menginformasikan keberadaan museum layang-layang.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk merancang media promosi semenarik mungkin untuk menarik minat wisatawan untuk berwisata ke museum layang-layang dan menjadikan wisata edukasi museum layang-layang sebagai alternatif wisata bagi masyarakat.

1.6 Ruang Lingkup

Apakah media untuk memperkenalkan museum layang-layang ?

Perancangan media promosi untuk menjadikan museum layang-layang sebagai wisata budaya sekaligus wisata edukasi.

Siapakah target dari perancangan ini ?

Target yang akan dituju yaitu wisatawan lokal yang sudah berkeluarga sekitar umur 30 – 45 tahun.

Dimana kan penelitian dilakukan ?

Penelitian dilakukan di museum layang-layang, DKI Jakarta, indonesia

Kapan penelitian ini dilakukan ?

Periode januari 2020- Mei 2020

Mengapa museum layang-layang ingin di promosikan ke masyarakat ?

Untuk mempromosikan museum layang-layang kepada masyarakat agar mengetahui keberadaan wisata edukasi museum layang-layang serta menjadikan museum layang-layang sebagai wisata kesenian budaya

Bagaimana cara untuk mempromosikan museum layang-layang ?

Merancang media promosi sebagai wadah untuk memperkenalkan museum layang-layang kepada masyarakat.

1.7 Manfaat Penelitian

1. Menghasilkan rancangan media promosi efektif untuk museum layang-layang
2. Meningkatkan awareness museum layang-layang.

1.8 Metode Penelitian

A. Cara Pengumpulan data

- Pengamatan terhadap objek visual terhadap kompetitor

Pengamatan objek visual merupakan proses mendapatkan informasi real terhadap objek yang di peroleh secara simultan dan sistematis, data terukur dan memiliki pola terencana dengan baik dapat menjadikan pengamatan visual mampu menjadi dasar data yang kongkret serta mampu dipertanggungjawabkan oleh desainer. (Eko Darmawanto, 2015: 10)

Pada tahap ini, bentuk kegiatan ini dilakukan dengan observasi terhadap yang diteliti yaitu museum layang-layang yang mempunyai kurangnya media promosi.

- Wawancara kepada ibu Wirania Swasti selaku ahli di bidang media promosi

Wawancara adalah proses percakapan yang dilakukan oleh *interview* dan interview dengan tujuan tertentu, dengan pedoman, dan bisa bertatap muka maupun melalui alat komunikasi tertentu. (Fandi Rosi Sarwo Edi, 2016: 3)

Pada tahap ini, bentuk kegiatan yang dilakukan adalah melakukan sesi tanya jawab kepada ahli dibidang yang diambil.

- Kuesioner kepada Calon pengunjung yang berdomisili di DKI Jakarta

Kuesioner adalah Sebuah alat pengumpulan data yang nantinya data tersebut akan diolah untuk menghasilkan informasi tertentu. (Husein Umar, 2000: 101)

Pada tahap ini, bentuk kegiatan yang dilakukan adalah membuat daftar pertanyaan berbasis online dan disebarakan melalui akun medsos seperti line, facebook dan instagram untuk memperoleh jawaban.

- Customer Journey

Customer Journey menurut Francios Vellas (1999: 392) Merupakan menggambarkan langkah yang akan di tempuh konsumen untuk bisa berkunjung atau membeli produk. Mulai dari pertama mengenal produk, hingga pengalaman mereka setelah membeli produk.

Pada tahap ini, dilakukan survey kepada calon pengunjung agar perancangan media promosi dapat tepat sasaran.

- Observasi ke museum layang-layang

Observasi adalah pengumpulan data langsung dari lapangan. (Prof. Dr, Conny R. Semiawan, 2012: 112)

Observasi dilakukan untuk mengetahui karakteristik dari wilayah tersebut yaitu di museum layang-layang.

- Studi Pustaka

Studi pustaka diperlukan sebagai salah satu tahap tersendiri, yaitu studi penadahuluan untuk memahami lebih dalam gejala baru yang ditengah berkembang di lapangan atau dalam masyarakat. (Mestika zed, 2018: 2)

Pada tahap ini penulils mencari landasan teori untuk memperjelas penelitian yang sedang dibuat.

B. Cara Analisis

- Analisis Bisnis

a. Analisis Internal

- Visi Misi
- Struktur Organisasi
- STP

b. Analisis Eksternal

- Porter's 5 Force
- SWOT
- PEST

1.9 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

1.10 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. Berikut adalah teori yang dikutip dari berbagai artikel :

1. Museum
2. Wisata Edukasi
3. Desain Komunikasi Visual
4. Pemasaran

BAB III. Data dan Analisis Masalah

Membahas data yang telah diperoleh selama penelitian beserta hasil analisis masalah. Data berikut berupa :

1. Pengamatan Objek Visual
2. Wawancara
3. Kuesioner
4. Observasi
5. Costumer Journey
6. Studi Pustaka

BAB IV. Konsep dan Hasil Perancangan

Berisi tentang 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