

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital saat ini, *Museum* memiliki tantangan tersendiri dalam menarik minat pengunjung, terutama dalam lingkungan *online*. United Tractors sebagai perusahaan yang telah mendirikan *Museum online* atau *E-Museum* sebagai upaya untuk memperkenalkan sejarah dan perkembangan industri pertambangan di Indonesia, menghadapi tantangan untuk meningkatkan kunjungan dan keterlibatan peserta terhadap *platform* tersebut. Permasalahan utama yang dihadapi oleh *E-Museum* United Tractors adalah kurangnya minat dan keterlibatan peserta dalam mengunjungi *platform* tersebut secara aktif. Meskipun *E-Museum* menyediakan konten yang berharga dan informatif, kurangnya interaksi dan keterlibatan peserta berpotensi mengurangi dampak dan efektivitas *platform* dalam menyampaikan pesan serta memperkuat citra perusahaan.

Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan pendekatan yang inovatif dan interaktif untuk meningkatkan kunjungan dan keterlibatan peserta terhadap *E-Museum* United Tractors. Salah satu pendekatan yang dapat diambil adalah dengan merancang sebuah *event* interaktif berbasis gamifikasi. Dengan mengintegrasikan elemen-elemen permainan, tantangan, dan hadiah, *Event* ini bertujuan untuk meningkatkan minat, keterlibatan, dan interaksi peserta.

Pemanfaatan *event* interaktif berbasis gamifikasi tidak hanya akan meningkatkan kunjungan ke *E-Museum* United Tractors dalam waktu singkat, tetapi juga dapat memberikan manfaat jangka panjang kepada berbagai pihak. Perusahaan United Tractors akan merasakan keuntungan dari peningkatan citra merek dan kesadaran publik tentang sejarah serta kontribusi industri pertambangan di Indonesia. Peserta akan mendapatkan pengalaman belajar yang lebih menarik dan interaktif, yang dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mereka tentang industri pertambangan. Sementara itu, masyarakat umum juga akan mendapatkan akses yang lebih mudah dan inklusif untuk mempelajari serta mengapresiasi warisan industri pertambangan. Hal ini pada akhirnya dapat mempromosikan pemahaman terhadap perkembangan industri yang berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dari Perancangan dan Implementasi *event* Interaktif Berbasis Gamifikasi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara meningkatkan minat dan keterlibatan peserta terhadap *E-Museum* United Tractors agar dapat mengatasi kurangnya kunjungan dan interaksi peserta secara aktif?
2. Apa saja langkah-langkah yang dapat diambil untuk memperluas kesadaran pengunjung tentang keberadaan dan manfaat dari *E-Museum* United Tractors?
3. Bagaimana cara mendorong pengunjung untuk berpartisipasi aktif dalam berbagai aktivitas yang ditawarkan oleh *E-Museum* United Tractors?

1.3 Tujuan

Tujuan dan Manfaat Perancangan dan Implementasi *event* Interaktif Berbasis Gamifikasi adalah sebagai berikut:

1. Tujuan utama proyek ini adalah untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan meningkatkan minat dan motivasi mereka untuk mengunjungi *E-Museum* di United Tractors.
2. Meningkatkan juga memperluas kesadaran pengunjung tentang keberadaan dan manfaat dari *E-Museum* yang ada di United Tractors melalui promosi yang efektif.
3. Mendorong pengunjung untuk berpartisipasi aktif dalam berbagai aktivitas yang ditawarkan, seperti menjelajahi Museum Virtual, bermain kuis, dan mengunggah kegiatan di media sosial.

1.4 Batasan Masalah

Ruang Lingkup Perancangan dan Implementasi *Event* Interaktif di *E-Museum* United Tractors adalah sebagai berikut:

1. Tema dari *Event* interaktif ini adalah "*MuVi Point*". *Event* ini diselenggarakan oleh United Tractors di *E-Museum & E-Library, Head Office*. Di sini, kita diajak untuk berlomba-lomba mengumpulkan poin sebanyak-banyaknya melalui quest harian yang diberikan.
2. Pembuatan desain menarik dan *short video* untuk mempromosikan *event* kepada seluruh grup AHMCE. Desain dan video dibuat menggunakan *software* Adobe Illustrator, Canva, CapCut, dan Adobe Premiere.
3. Strategi publikasi yang ditujukan untuk karyawan dan magang mandiri/ MBKM AHMCE dilakukan melalui *Email* dan *Whatsapp blasting*. Selain media komunikasi yang kita gunakan, komunikasi dilakukan melalui media digital seperti *Videotron, TV Signage, Digital Banner, TV E-Museum*, dan *Speaker Intercom*.

1.5 Definisi Operasional

Definisi Operasional dari Perancangan dan Implementasi *event* Interaktif di *E-Museum* United Tractors adalah sebagai berikut:

1.5.1 Event

Event pada judul ini mengacu pada serangkaian kegiatan yang dirancang khusus untuk meningkatkan kunjungan dan keterlibatan pengunjung *E-Museum* di United Tractors. *Event* ini mencakup berbagai aktivitas promosi dan interaktif, termasuk kunjungan virtual, permainan, dan tantangan, yang semuanya bertujuan untuk menarik perhatian dan partisipasi aktif dari peserta.

1.5.2 Interaktif

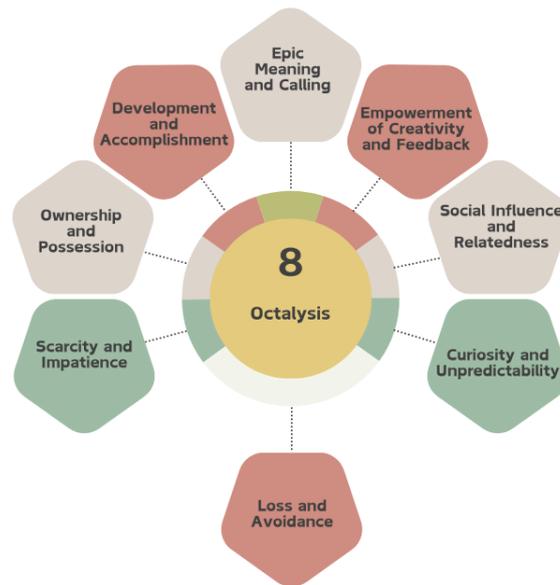
Interaktif merujuk pada kemampuan sistem atau media yang digunakan dalam *E-Museum* untuk memungkinkan interaksi dua arah antara pengguna dan *platform*. Hal ini mencakup fitur-fitur yang memungkinkan peserta untuk berpartisipasi aktif, seperti mengisi kuis, mengunggah konten di media sosial, dan berpartisipasi dalam berbagai aktivitas yang disediakan oleh *E-Museum*. Interaktivitas ini diharapkan dapat meningkatkan keterlibatan peserta dan membuat pengalaman belajar lebih menarik dan efektif.

1.5.3 Gamifikasi

Gamifikasi pada judul ini adalah penerapan elemen permainan ke dalam aktivitas *E-Museum* untuk meningkatkan motivasi dan keterlibatan peserta. Elemen-elemen ini meliputi poin, lencana, tantangan harian, papan peringkat, dan hadiah. Gamifikasi digunakan untuk membuat aktivitas di *E-Museum* lebih menarik dan kompetitif, sehingga mendorong peserta untuk berpartisipasi lebih aktif dan sering. Dengan gamifikasi, diharapkan peserta akan lebih termotivasi.

1.6 Metode Pengerjaan

Kerangka kerja *Octalysis* dikembangkan oleh Chou (2016) untuk membantu membangun strategi dan menganalisis implementasi Gamifikasi. Kerangka kerja ini didasarkan pada delapan jenis *core drive* yang memotivasi seseorang untuk melakukan kegiatan tertentu. *Core drive* ini dibagi menjadi dua kategori: Otak Kiri (logis dan intelektual) dan Otak Kanan (kreatif, artistik, dan sosial). Metodologi ini penting karena mempertimbangkan motivasi intrinsik dan ekstrinsik (Landsell 2016), membantu membangun strategi Gamifikasi yang efektif dan menarik bagi peserta. Metodologi *Octalysis* berfokus pada delapan langkah utama yang alurnya dapat dilihat pada gambar 1.6.



Gambar 1. 1 Metode Kerja *Octalysis*

1.7 Jadwal Pengerjaan

Tabel 1. 1 Jadwal Pengerjaan Konsep

No	Kegiatan	Waktu Pengerjaan															
		Januari				Februari				Maret				April			
		m 1	m 2	m 3	m 4	m 1	m 2	m 3	m 4	m 1	m 2	m 3	m 4	m 1	m 2	m 3	m 4
1	Menganalisis Kebutuhan	■	■														
2	Perancangan Solusi			■	■												
3	Mengonsep <i>Event</i>				■	■	■	■	■								
4	Implementasi									■	■	■	■	■			
5	Evaluasi Awal											■		■			
6	Syuting Promosi <i>Event</i>									■		■		■	■		
7	Evaluasi Final															■	■

Tabel 1. 2 Jadwal Pelaksanaan Event

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan																	
		Feb		Mar				Apr				Mei				Jun			
		m 3	m 4	m 1	m 2	m 3	m 4	m 1	m 2	m 3	m 4	m 1	m 2	m 3	m 4	m 1	m 2	m 3	m 4
1	Publikasi dan Promosi																		
2	Memulai "MuVi Point"																		
3	Turnament Rubik																		
4	Workshop Vlog																		
5	Batas Akhir Pengumpulan Poin																		
6	Penukaran Point																		
7	Evaluasi																		
8	Pembuatan PA																		