

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Padang merupakan salah satu ibu kota yang ada di Indonesia, yaitu menjadi ibu kota dari Provinsi Sumatera Barat. Kota Padang sudah ada sejak berkuasanya pihak VOC pada tahun 1602, Kota Padang sering dijadikan sebagai tempat persinggahan para pedagang dari Kota Aceh dan tempat Pelabuhan perdagangan. Lalu pada 7 Agustus 1669 diresmikan menjadi hari jadi Kota Padang. Dan Kota Padang cukup terkenal dengan adat dan kebudayaan Minangkabau.

Budaya Minangkabau menurut (Rahmat & Maryelliwati, 2018) adalah sebuah kelompok etnis di Indonesia yang menggunakan bahasa dan menjunjung adat Minangkabau. Budaya Minangkabau terkenal dengan aliran Matrilineal, sebuah kebudayaan yang memposisikan perempuan sebagai ahli waris harta pusaka keluarga dan kekerabatan, sehingga perempuan memiliki peran penting dalam kebudayaan Minangkabau. Selain itu, dalam adat Minangkabau terdapat sebuah prinsip yang tercantum dalam sebuah ungkapan “Adat basandi syarak, syarak basandi Kitabullah”, yang artinya adat bersendikan hukum, hukum bersendikan Al-Quran. Yang mana prinsip tersebut digunakan dalam kehidupan bermasyarakat di Minangkabau. Selain itu juga terdapat istilah adat yang bernama kato nan ampek, atau empat aliran cara berbicara, yaitu kato mandaki atau mendaki, biasanya digunakan untuk berbicara dengan orang yang lebih dewasa, kato malereang atau melereng, digunakan untuk berbicara dengan sanak saudara, kato mandata atau mendatar, digunakan untuk berbicara dengan teman sebaya, dan kato manurun atau menurun, digunakan untuk berbicara kepada yang usianya lebih muda. Ini adalah contoh kebudayaan Minangkabau yang masih digunakan hingga saat ini yang menunjukkan bagaimana kentalnya kebudayaan dalam kehidupan bermasyarakat. Namun, karena digantinya kurikulum sekolah di Kota Padang yang membuat pelajaran Budaya Alam Minangkabau diganti dengan prakarya, sehingga berdampak minimnya informasi yang

didapatkan mengenai sejarah dan kebudayaan Minangkabau yang bisa berdampak hilangnya kebudayaan tersebut di waktu yang mendatang. Dan salah satu tempat dimana untuk mendapatkan informasi tersebut ialah di Museum Adityawarman.

Museum Adityawarman ialah sebuah museum yang berfokus dalam mengoleksi peninggalan-peninggalan sejarah yang ada di Sumatera Barat. Museum Adityawarman berada di Kota Padang, berlokasi di Jalan Diponegoro No.10 Kota Padang, Sumatera Barat. Terdapat sebanyak 6.217 koleksi yang dimiliki oleh Museum Adityawarman, koleksi utama dari Museum Adityawarman dikelompokkan menjadi sepuluh jenis koleksi, yaitu biologika, geografika, etnografika, arkeologika, historika, filologika, numismatika, keramologika, seni rupa, dan teknologika. Tidak hanya menjadi sebuah tempat untuk menyimpan koleksi peninggalan dan sejarah Minangkabau, museum ini juga berfungsi sebagai tempat untuk melakukan penelitian dan pembelajaran mengenai sejarah dan kebudayaan. Para ahli, peneliti, dan seorang pelajar juga kerap datang ke museum untuk melakukan penelitian mengenai sejarah dan kebudayaan Minangkabau yang sangat beragam (Shiva, Zalmi, & Hasfera, 2024).

Museum Adityawarman kerap dikunjungi oleh wisatawan domestik dan mancanegara, para pengunjung mengunjungi museum untuk melihat dan mempelajari peninggalan-peninggalan bersejarah dan kebudayaan Minangkabau. Kelebihan dari Museum Adityawarman sendiri ialah menjadi museum dengan koleksi sejarah dan kebudayaan terlengkap di Sumatera Barat, pada museum juga terdapat satu-satunya konservator yang menjaga dan merawat koleksi di museum.

Namun, terdapat permasalahan pada Museum Adityawarman, yaitu angka pengunjung museum yang rendah, pada tahun 2022 angka pengunjung museum menyentuh angka 15.000 pengunjung, berdasarkan data yang didapatkan dari pengelola museum (Shiva, Zalmi, & Hasfera, 2024). Selain itu, Museum Adityawarman memiliki bentuk museum yang menyerupai Rumah Gadang, yang membuat para pengunjung hanya ingin untuk berkunjung melakukan dokumentasi di depan gedung, dan bermain disekitaran taman museum (Effendi & Manvi, 2021). Meskipun banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan museum, tetapi mereka tidak mengetahui koleksi yang dimiliki oleh museum. Wisatawan juga kebingungan

mencari koleksi yang ada di museum, hal ini terjadi akibat kurangnya informasi yang diterima oleh wisatawan sebelum mengunjungi museum, seperti informasi rinci mengenai koleksi yang dimiliki oleh Museum Adityawarman, dan bagaimana cara mendapatkan informasi detail mengenai museum, seperti yang dikatakan (Umayra et al., 2023), perlunya media informasi terkait benda yang ada di museum Adityawarman agar bisa meningkatkan pengalaman pengunjung. Lalu (Wibowo, 2015) juga berpendapat, kurangnya promosi dan informasi yang dilakukan oleh pihak museum dan kurang efektif membuat pengunjung tidak mengetahui koleksi museum. Kemudian, belum terdapat media informasi di dalam museum, yang membuat pengunjung kesulitan untuk mencari informasi yang berhubungan dengan koleksi yang ada di ruang pameran Museum (Pratama & Marlina, 2023).

Museum juga memiliki media informasi website, namun, website tersebut sudah tidak *diupdate* atau diperbarui, sehingga membuat website tersebut tidak efektif untuk menyampaikan informasi, Tidak hanya itu, pada website juga belum terdapat pengaplikasian unsur desain, sehingga secara visual website museum kurang menarik. Padahal, website ini merupakan media resmi dari museum, dan menjadi media informasi yang penting. Seperti yang diteliti oleh (Shiva, Zalmi, & Hasfera, 2024), rata-rata angka user mengakses website museum berada di waktu 3 menit 45 detik, ini tergolong sebentar, optimalnya, semakin lama *user* mengakses website, maka website tersebut termasuk bagus. Terlebih lagi, website merupakan sebuah media informasi yang populer, karena tidak memiliki batas waktu dan ruang. Selain itu, website juga efektif dalam penyampaian informasi dan dapat dijangkau oleh khalayak luas (Surentu, 2020).

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang teridentifikasi berdasarkan latar belakang diatas adalah sebagai berikut:

1. Dihapusnya mata pelajaran Budaya Alam Minangkabau yang berdampak minimnya informasi yang didapatkan mengenai kebudayaan minangkabau

2. Minimnya informasi mengenai koleksi Museum kepada wisatawan, sehingga mereka kebingungan mencari informasi terkait koleksi dari museum
3. Belum efektifnya website museum adityawarman sebagai media informasi

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari identifikasi masalah, didapatkanlah rumusan masalah untuk penelitian ini ialah, bagaimana merancang media informasi yang efektif untuk Museum Adityawarman agar dapat dapat menginformasikan koleksi sejarah dan kebudayaan yang dimiliki museum

1.4 Ruang Lingkup

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian dapat berfokus kepada identifikasi masalah yang dituju. Fokus permasalahan yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa : Perancangan media informasi Museum Adityawarman sebagai upaya untuk menginformasikan koleksi sejarah dan kebudayaan museum dan melestarikan budaya minangkabau
2. Kenapa : Perancangan ini dibuat karena banyak wisatawan yang belum mengetahui informasi mengenai museum dan koleksi yang ada
3. Siapa : Perancangan ini ditujukan untuk Museum Adityawarman, pengunjung museum, wisatawan, dan guru
4. Kapan : Perancangan ini akan berlangsung dari Februari hingga Mei 2025
5. Dimana : Pengumpulan data dan observasi akan di lakukan di Kota Padang, analisi dan perancangan akan dilakukan di Bandung
6. Bagaimana : Dengan membuat perancangan media informasi Museum Adityawarman

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin diraih dalam perancangan penelitian ini adalah :

1. Menyediakan media informasi mengenai sejarah dan kebudayaan Minangkabau
2. Merancang media informasi yang bertujuan untuk menginformasikan koleksi yang dimiliki oleh Museum Adityawarman
3. Perancangan ulang website dengan pengaplikasian unsur desain sehingga website dapat kembali digunakan dan efektif dalam memberikan informasi

1.6 Manfaat Penelitian

Lalu, manfaat yang diharapkan dari dilakukannya penelitian ini terhadap pihak yang berperan ialah sebagai berikut:

1. Dapat membantu untuk memberikan informasi mengenai sejarah dan kebudayaan Minangkabau, sehingga kebudayaan tersebut tidak hilang
2. Memberikan informasi kepada masyarakat terkait koleksi yang dimiliki oleh museum, sehingga dapat menjadi sarana rekreasi dan juga edukasi

1.7 Metode Pengumpulan Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, pengumpulan data yang digunakan ialah dengan melakukan wawancara, observasi, dan studi pustaka.

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data yang cukup sering digunakan dalam pengumpulan data kualitatif. Meskipun sering digunakan, metode wawancara tidak semudah yang diasumsikan, banyak peneliti yang kesulitan ketika melakukan wawancara karena objek yang diwawancarai cukup sering memberikan jawaban yang singkat, yang mana itu bukan yang diharapkan oleh pewawancara. Terutama pada masyarakat Indonesia yang cenderung cukup jarang untuk mengungkapkan perasaan dan pikiran mereka (Rachmawati, 2007)

Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara kepada beberapa objek, yaitu kepada pengurus dan pegawai Museum Adityawarman,

pengunjung museum, guru yang mengajar mata pelajaran Budaya Alam Minangkabau di sekolah di Kota Padang, dan beberapa desainer yang ahli di bidang Desain Grafis.

2. Observasi

Observasi diartikan sebagai sebuah perhatian yang dipusatkan pada satu objek dengan menggunakan sebuah indera untuk mengumpulkan sebuah data. Observasi merupakan kegiatan pemantauan secara langsung yang menggunakan indera pendengaran, penglihatan, perabaan, penciuman, dan jika dibutuhkan indera pengecap. Media pendukung yang bisa digunakan dalam sebuah observasi adalah dapat berbentuk pedoman dalam pengamatan, rekaman suara, tes, kuisioner, dan tangkapan gambar. Observasi dilakukan sebagai elemen pelengkap dari wawancara yang dilakukan dalam analisis kualitatif, observasi pada penelitian digunakan untuk melihat dan memantau secara langsung objek penelitian yang dilakukan, sehingga penulis perlu untuk melakukan pencatatan dan mengumpulkan data yang diperlukan untuk menyelesaikan penelitian tersebut (Alhamid & Anufia, 2019).

Pada penelitian ini, objek observasinya adalah Museum Adityawarman, dengan mengamati para pengunjung di museum, apa yang mereka lakukan selama disana, dan rata rata usia yang berkunjung ke museum berada di rentang usia berapa saja.

3. Studi Pustaka

Keberadaan dari buku literatur dalam sebuah proses pelaksanaan penelitian adalah sebuah kewajiban. Studi Pustaka atau juga akrab disebut dengan Studi Literatur adalah sebuah kegiatan mencari, membaca, memahami, dan meneliti berbagai literatur atau sumber, hasil penelitian, atau studi yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Studi pustaka dapat digunakan sebagai kunci atau jawaban untuk membantu menyelesaikan masalah penelitian, yang mana dapat studi pustaka dapat digunakan sebagai argumentasi atau prediksi terhadap hasil penelitian yang dilakukan. Terdapat banyak jenis dari sumber studi pustaka yang bisa

digunakan, semua sumber tertulis dapat digunakan sebagai sumber pustaka, tetapi dalam proses pelaksanaan penelitian, sebuah proses ilmiah yang menggunakan kekuatan ilmiah harus dapat dipertanggungjawabkan, sehingga sumber studi pustaka tidak dapat diambil dari sembarang sumber (Amruddin et al., 2020).

4. Kuesioner

Merupakan salah satu upaya mengumpulkan data dengan menyajikan daftar pertanyaan yang tertulis yang ditujukan ke satu jawaban untuk nanti dapat dikategorikan dan dihitung. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan terhadap suatu hal yang mana nanti akan diisi oleh responden atau orang yang mengisi pertanyaan. Kuesioner ialah sebuah metode untuk mendapatkan data dengan waktu yang singkat, karena banyak orang yang sulit untuk dihubungi dalam sekaligus. Kelebihan dari kuesioner ialah dapat menyebarkan dan mengumpulkan data yang luas dalam waktu singkat, selain itu data yang tertulis dapat dianalisis dan dicek kembali ketika dibutuhkan (Soewardikoen, 2021). Data dari kuesioner akan digunakan sebagai data pendukung dalam penelitian.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Matriks

Pada dasarnya, konsep dari analisis matriks ialah dengan membandingkan dua objek atau informasi yang berbeda. Matriks terdiri dari 2 garis yang atau kolom yang pada masing-masing kolom memberikan informasi yang berbeda terkait dengan objek yang dipaparkan. Jika sebuah objek visual dibandingkan dan kemudian di nilai dengan tolak ukur yang sama, maka akan memunculkan perbedaan antara kedua objek tersebut sehingga memunculkan gradasi atau perbedaan. Matriks menjadi metode analisis yang bermanfaat dan paling sering digunakan untuk memberikan informasi dalam bentuk yang kompleks, sehingga matriks menjadi alat yang rapi baik untuk analisis maupun pengelolaan sebuah informasi (Rohidi, 2011)

Matriks membantu untuk menemukan penyajian sebuah informasi yang lebih seimbang, dengan memaparkan informasi yang dapat berupa gambar maupun tulisan. Matriks sangat berguna untuk membandingkan seperangkat data, seperti menganalisis perbedaan dan persamaan dalam sebuah data.

1.2 Analisis Visual

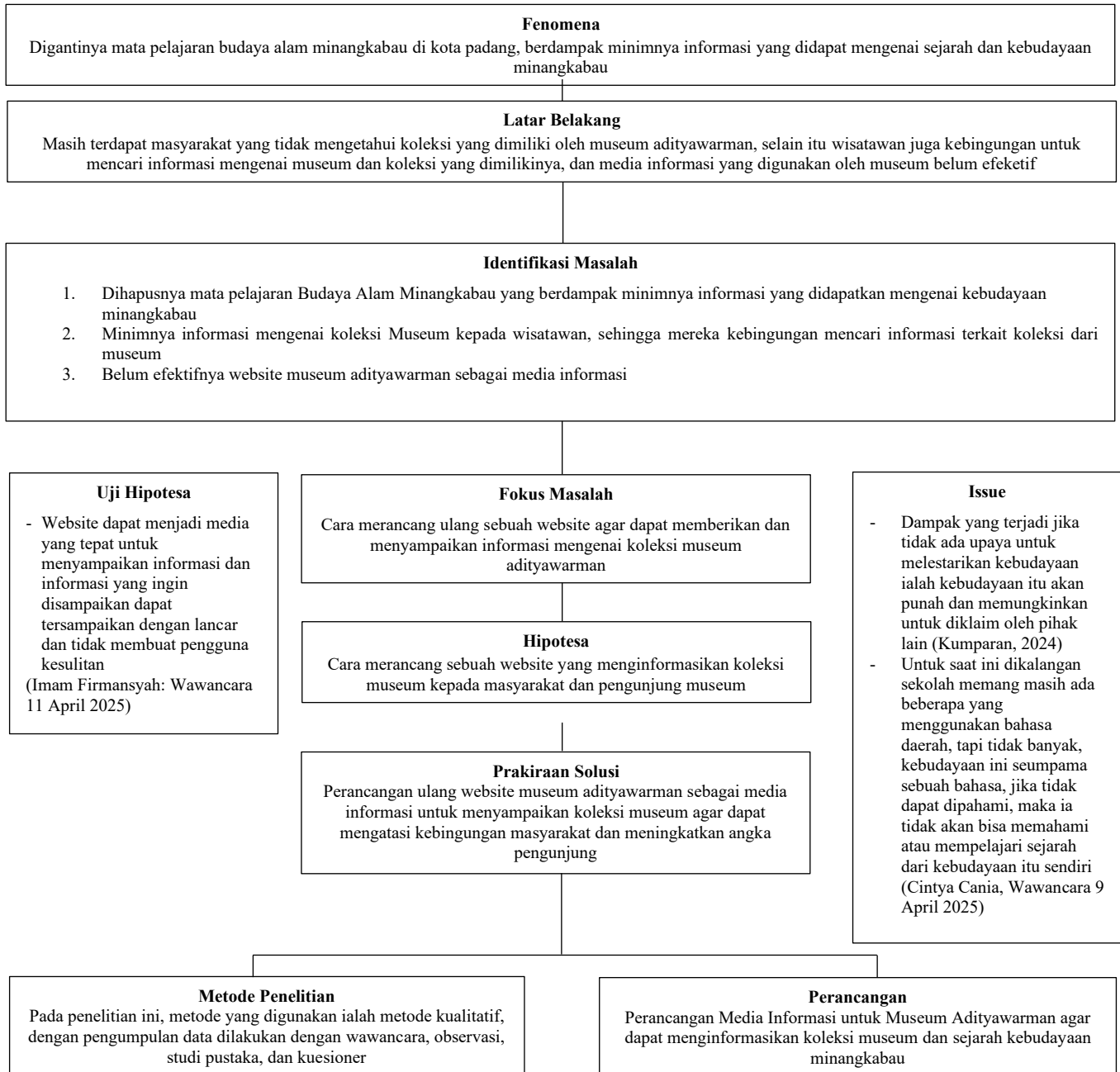
Adalah sebuah tahapan menguraikan sebuah gambar atau visual yang diteliti. Untuk dapat menganalisis sebuah karya visual, dibutuhkan sebuah pengamatan yang lebih mendetil, dan tidak bisa disamakan dengan proses pengamatan biasa. Pengamatan sebuah kegiatan yang disengaja untuk melihat dan mempertimbangkan suatu karya visual, seolah-olah sedang mengenal orang baru. Ketika semakin lama melihat dan semakin sering melihat suatu karya, maka akan semakin mengenal karya tersebut. Kegiatan analisis visual akan lebih mudah dilakukan jika terdapat perencanaan, dan prosedur yang diikuti. Ketika memiliki perencanaan yang matang, maka analisis yang dilakukan akan lebih fokus dan mempermudah untuk menilai suatu karya. (Soewardikoen, 2021).

2. AISAS

Menurut (Meilyana, 2018) AISAS merupakan sebuah model yang digunakan agar dapat mendekati audiens yang dapat berlangsung dengan efektif agar dapat melihat perubahan perilaku yang dilakukan oleh target audiens terlebih lagi dengan adanya perkembangan teknologi internet. AISAS adalah singkatan dari *Attention*, *Interest*, *Search*, *Action*, dan *Share*. Ketika konsumen melihat sebuah produk atau iklan, maka tahap ini disebut dengan *Attention*, karena pada tahap ini produk atau iklan tersebut dapat menarik perhatian konsumen. Lalu setelah melihat iklan atau produk tersebut membuat konsumen menjadi tertarik atau *Interest*. Sehingga ia akan melakukan proses pencarian informasi terhadap produk tersebut yang disebut *Search*. Kemudian setelah konsumen mengumpulkan semua informasi dan data yang didapatkan setelah

melakukan pencarian informasi, ia akan melakukan aksi atau *Action* yang mana ia akan membeli produk atau mengunjungi tempat tersebut. Setelah ia membeli, melihat, atau mengunjungi tempat atau produk tersebut, ia akan membagikan pengalaman dan komentar terhadap produk tersebut atau sering disebut dengan *Share*.

1.8 Kerangka Penelitian



Tabel 1 1 Kerangka Penelitian
(Sumber: Pratama, 2025)

1.9 Pembabakan

BAB I Pendahuluan

Bagian ini menjelaskan latar belakang masalah terdapat di Kota Padang terkait kebudayaan dan adat Minangkabau dan juga permasalahan di Museum Adityawarman, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan dan manfaat penelitian, dan kerangka penelitian.

BAB II Kajian Teori

Pada bab ini membahas teori yang akan digunakan dalam penelitian ini, seperti perancangan, desain komunikasi visual, media informasi, promosi, dan museum. Pada bab ini membantu untuk membangun landasan teori yang akan digunakan sebagai dasar dari penelitian ini

BAB III Data & Analisis Masalah

Bab ini berisikan metode penelitian yang digunakan untuk bisa mencapai tujuan dari penelitian, penelitian ini menggunakan metode kualitatif, sehingga akan berisi data-data yang sudah didapatkan melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka dengan melakukan analisis data menggunakan analisis SWOT, analisis Matriks, dan AISAS

BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Bab ini menjelaskan konsep perancangan yang digunakan dalam melakukan perancangan media informasi museum adityawarman untuk melestarikan kebudayaan Minangkabau, seperti konsep pesan yang akan digunakan, konsep kreatif, konsep media, konsep visual, konsep bisnis, dan hasil perancangan

BAB V Penutup

Pada bagian ini merupakan akhir dari penelitian, berisi kesimpulan, saran dan juga penutup dari hasil penelitian yang sudah dilakukan. Pada bab ini juga terdapat berbagai macam kritik dan masukan untuk pengembangan penelitian lebih lanjut