

ANALISA DAN PERANCANGAN MULTIMEDIA INTERAKTIF KAWASAN MUSEUM ADITYAWARMAN SUMATERA BARAT

Robby Usman, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang,
Robby_usman@upiypk.ac.id
Aggy Pramana Gusman, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang,
Aggy_gusman@upiypk.ac.id
Devia Kartika, Universitas Putra Indonesia YPTK

Abstrak

Pariwisata budaya diyakini memiliki manfaat positif secara ekonomi dan sosial budaya. Jenis pariwisata ini dapat memberikan keuntungan ekonomi kepada masyarakat lokal, dan di sisi lain dapat melestarikan warisan budaya yang sekaligus berfungsi sebagai jati diri masyarakat bersangkutan. Museum merupakan sarana untuk mengembangkan budaya dan peradaban manusia. Perancangan Multimedia Interaktif Museum Adityawarman ini bertujuan menarik minat masyarakat untuk mengunjungi Museum Adityawarman dan mendapatkan edukasi dari hasil kunjungan mereka. Konsep perancangan multimedia interaktif Museum Adityawarman adalah merancang media interaktif yang menarik serta ber-edukasi. Strategi kreatif yang akan dilakukan perancang adalah dengan menginterpretasikan kondisi Museum Adityawarman dalam bentuk flat design. Hasil perancangan ini berupa aplikasi android Multimedia Interaktif Museum Adityawarman. Selain itu juga dirancang media pendukung yang bertujuan mendukung media utama dalam "Perancangan Multimedia Interaktif Museum Adityawarman", seperti : poster, xbanner, sticker, gantungan kunci, mouse pad, topi, baju kaos, payung, billboard, pin, mook, dan note book. Kebanyakan dari media pendukung adalah merchandise karena media pendukung nantinya juga akan berfungsi sebagai reward dari permainan asah otak.

Kata Kunci : Multimedia Interaktif, Museum, Promosi, SWOT

Interactive Multimedia Design and Analysis Adityawarman Museum of West Sumatra

Abstract

Cultural tourism is believed to have a positive benefit in the economic and social culture. This kind of tourism can provide economic benefits to local communities, and on the other side to preserve the cultural heritage which also serves as the identity of the person concerned. Museum is a means to develop a culture and civilization. Interactive Multimedia Design Adityawarman Museum aims to attract people to visit museums and educational Adityawarman of interactive multimedia design mereka. Konsep visit Adityawarman Museum is an interesting designing interactive media as well as air-education. Creative strategies that will make the designer is to interpret the conditions Adityawarman Museum in the form of a flat design. This design produces a form of Interactive Multimedia android application Adityawarman Museum. It is also designed supporting media that aim to support the major media in the "Designing Interactive Multimedia Museum Adityawarman", such as: posters, x-banners, stickers, key chains, mouse pads, hats, T-shirts, umbrellas, billboards, pins, mook and a notebook. Most of the supporting media is merchandise for supporting media will also serve as a gift of brain teasers.

Keywords: Interactive Multimedia, Museum, Promotion, SWOT

PENDAHULUAN

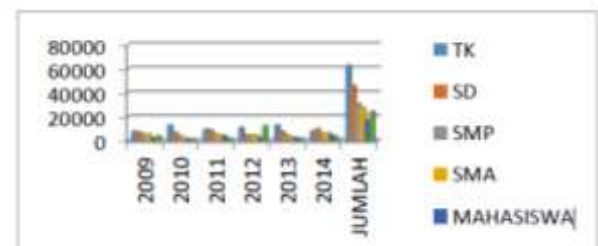
Museum merupakan sarana untuk mengembangkan budaya dan peradaban manusia. Dengan kata lain, museum tidak hanya bergerak di sektor budaya, melainkan dapat bergerak di sektor ekonomi, politik, sosial, dan sebagainya. Di samping itu, museum merupakan wahana yang memiliki peranan strategis terhadap penguatan identitas masyarakat. Museum adalah tempat untuk mengumpulkan, menyimpan, merawat melestarikan, mengkaji, mengkomunikasikan bukti material hasil budaya manusia, alam dan lingkungannya. (Amir Sutaarga, 1995 : 1). Pendirian sebuah museum merupakan salah satu wadah pelestarian benda-benda bersejarah. Museum juga dapat memberikan gambaran-gambaran kehidupan dan kejadian di masa lalu.

Jumlah museum di seluruh Indonesia sekarang ini mencapai 269 buah. Dan jumlah tersebut, 176 museum dikelola oleh kementerian atau pemerintah daerah, 7 museum dikelola oleh unit pelaksana teknis Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, serta 86 museum dikelola oleh pihak swasta (Direktorat Permuseuman Departemen Kebudayaan dan Pariwisata RI : 2009). Banyaknya jumlah museum yang tersebar di wilayah Indonesia ini, akan lebih bermakna dan bermanfaat untuk dijadikan wisata pendidikan bagi pelajar, mahasiswa, peneliti, dan masyarakat yang ada disana, serta tentunya wisatawan yang berkunjung ke museum tersebut sebagai alternatif tujuan wisatanya. Salah satu museum yang memamerkan peninggalan bersejarah adalah Museum Negeri Provinsi Sumatera Barat.

Museum tersebut dibangun pada tahun 1974 dan diresmikan pada tanggal 16 Maret 1977. Pada tanggal 28 Mei 1979, museum tersebut diberi nama "Adityawarman" dan berlokasi di Jalan Diponegoro Nomor 10, Kota Padang-

Sumatera Barat. Nama Adityawarman diambil dari nama seorang Raja besar yang pernah berkuasa di Minangkabau, sezaman dengan Kerajaan Majapahit pada masa Patih Gajah Mada (Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Kadisbudpar) Sumatera Barat: Padang, 20/2/2016).

Museum sebagai lembaga pembelajaran non formal dapat memberikan pengetahuan dan pembelajaran bagi siapa saja tidak terkecuali, baik dari semua golongan dan semua usia. Namun saat ini seiring perkembangannya zaman, museum mulai kurang diminati oleh masyarakat atau pengunjungnya. Sebagaimana data grafik di bawah, terdapat penurunan pengunjung terutama pelajar/kunjungan rombongan sekolah.



Gambar 1

Grafik Pengunjung Museum Adityawarman
(Sumber :Kasi Pelayanan Pengunjung dan Tamu
Museum Adityawarman Padang)

Berdasarkan data dari Kasi pelayanan pengunjung dan tamu museum Adityawarman, jumlah pengunjung ke museum rendah dikarenakan kurangnya informasi dan promosi yang dilakukan pemerintah setempat untuk menarik wisatawan datang kesana. Menurut kepala Museum Adityawarman Bapak Muasri, setiap tahunnya menargetkan seratus ribu pengunjung setiap tahunnya. Untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap museum, museum Adityawarman dalam pelayanannya kepada masyarakat telah melakukan kegiatan pameran hampir setiap tahun sebanyak 5 (lima) atau 6 (enam) kali. Pengunjung museum kebanyakan hanya

tertarik berekreasi ditamannya saja, hanya sebagian kecil yang ingin masuk dan melihat isi dari Museum Adityawarman. Fenomena ini terjadi hampir setiap hari dan pada hari libur pengunjung semakin banyak, akan tetapi hanya sebatas ingin berekreasi ditaman saja, bukan masuk ke dalam museum.

Dari data-data yang diperoleh dapat ditarik kesimpulan bahwa kurangnya atau belum ada media promosi yang berimbang atau mutakhir yang dilakukan oleh pihak pemerintah (Museum). Di dalam mempromosikan museum ini harus ada media yang memiliki jangkauan lebih luas sehingga pengenalan dan informasi yang berhubungan dengan Museum Adityawarman dapat tersampaikan dengan baik. Banyak cara yang bisa dilakukan salah satunya dengan membuat media promosi berbasis multimedia interaktif seperti Multimedia, Multimedia dianggap efektif dan efisien dalam penyampaiannya karena jangkauannya yang lebih luas sehingga informasi dapat tersampaikan dengan baik.

Ditambah lagi multimedia ini sangat cepat dapat dimengerti oleh masyarakat luas karna informasi tidak hanya berbentuk teks saja tetapi, juga berbentuk gambar yang bergerak sehingga akan menambah ketertarikan masyarakat terhadap sebuah media informasi.

METODE PERANCANGAN

Tujuan dari desain komunikasi visual sebagai sarana presentasi dan promosi adalah untuk menyampaikan pesan, mendapatkan perhatian dari mata (secara visual) dan membuat pesan tersebut dapat diingat. Penggunaan gambar dan kata-kata yang diperlukan harus mempunyai suatu makna dan berkesan.

Umumnya, untuk mencapai tujuan ini, maka gambar dan kata-kata yang digunakan bersifat persuasif dan menarik, karena tujuan akhirnya adalah menjual suatu produk atau jasa. Christine Suharto Cenadi (1999:5) menyebutkan bahwa

elemen-elemen desain komunikasi visual diantaranya adalah tipografi, ilustrasi, dan simbolisme. Elemen-elemen ini dapat berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan penggunaan media. menurut Vaughan (2004, p1) : Multimedia adalah beberapa kombinasi dari teks, gambar, suara, animasi dan video dikirim ke anda melalui komputer atau alat elektronik lainnya atau dengan manipulasi digital.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat analisis perencanaan strategis yang klasik. Dengan menggunakan kerangka kerja kekuatan, kelemahan, kesempatan eksternal dan ancaman, metode ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan sebuah strategi. Analisis SWOT akan membantu penulis untuk mengetahui apa yang bisa dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan dalam menghasilkan strategi yang tepat dan sesuai untuk merancang komunikasi pemasaran yang mampu mengkomunikasikan keunggulan produk dengan cara yang menarik minat audiens. Fajar Sulistyio dalam tesisnya menjabarkan bahwa makna dan pesan yang paling mendalam dari analisis SWOT adalah apapun cara serta tindakan yang diambil, proses pembuatan keputusan harus mengandung dan mempunyai prinsip: kembangkan kekuatan, minimalkan kelemahan, tangkap kesempatan, dan hilangkan ancaman.

Dengan menggunakan alat analisis ini diharapkan penulis dapat dengan lebih mudah mendapatkan strategi yang tepat dan sesuai untuk KAS demi mencapai tujuan perancangan awal yaitu memperluas pasar di Kota Semarang dengan cara mengkomunikasikan keunggulan produk KAS kepada target audiens. Menurut Jogiyanto (2005:46), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kelemahan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.

Media

Konsep Media Utama

Adapun konsep perancangan multimedia interaktif kawasan destinasi Museum Adityawarman adalah merancang media interaktif yang menarik serta ber-edukasi. Strategi kreatif yang akan dilakukan perancang adalah dengan menginterpretasikan kondisi Museum Adityawarman dalam bentuk *flat design*.

Flat design adalah desain dengan pendekatan minimalis yang menekankan kegunaan, dengan desain yang bersih tanpa ada bevel, bayangan, tekstur, berfokus pada tipografi, warna-warna cerah dan ilustrasi dua dimensi. Ornamen-ornamen yang dipakai dalam media interaktif Museum Adityawarman adalah ornamen-ornamen yang dapat menggambarkan Museum Adityawarman itu sendiri seperti : Rumah Gadang, Rankiang, pohon kelapa dan sebagainya. Tidak hanya tampilan desain yang akan ada dalam Perancangan Multimedia Interaktif Museum Adityawarman tetapi, juga akan ada permainan dalam mengasah otak yang akan menambah daya tarik untuk para pelajar dan pengunjung.

Permainan ini berisi pertanyaan-pertanyaan seputar sejarah Minangkabau dan peninggalan sejarah yang ada di Museum Adityawarman, serta ditambah dengan gambar-gambar dari beberapa koleksi Museum yang dapat mengundang *target audience* yakni pelajar untuk mengunjungi dan menambah pengetahuan pelajar tentang budaya-budaya yang ada di Sumatera Barat. Pertanyaan-pertanyaan tersebut akan di urutkan dari yang termudah hingga yang tersulit tingkatannya. Tanpa datang ke Museum Adityawarman, pelajar ataupun pengunjung tidak akan dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada pada Media Interaktif Museum Adityawarman. Oleh sebab itu *game* asah otak Museum Adityawarman dapat dimanfaatkan untuk menarik pengunjung khususnya pelajar.

Konsep Media Pendukung

Selain dari media utama juga dibuat media pendukung yang bertujuan mendukung media utama dalam “Perancangan Multimedia Interaktif Museum Adityawarman”, seperti : poster, *x-banner*, *sticker*, gantungan kunci, *mouse pad*, topi, baju kaos, payung, *billboard*, pin, *mook*, dan *note book*. Kebanyakan dari media pendukung adalah *merchandise* karena media pendukung nantinya juga akan berfungsi sebagai *reward* dari game asah otak.

HASIL KARYA

Media utama



Gambar 2. Final Desain Halaman Depan
Sumber : Rancangan Robby Usman, 2016

Pada tampilan desain halaman depan *user* akan menemukan informasi singkat tentang Museum Adityawarman dengan cara meng klik gambar rumah gadang yang ada pada Multimedia Interaktif Museum Adityawarman. Sejarah tentang tahun berdiri dan asal usul nama Museum Adityawarman akan menambah pengetahuan *user* Multimedia Interaktif useum Adityawarman.

Karya Pendukung



Gambar 3. Final Desain Poster
Sumber : Rancangan Robby Usman, 2016



Gambar 4. Final Desain x-banner
Sumber : Rancangan Robby Usman, 2016



Gambar 5. Final Desain sticker
Sumber : Rancangan Robby Usman, 2016



Gambar 6. Final Desain gantungan kunci
Sumber : Rancangan Robby Usman, 2016



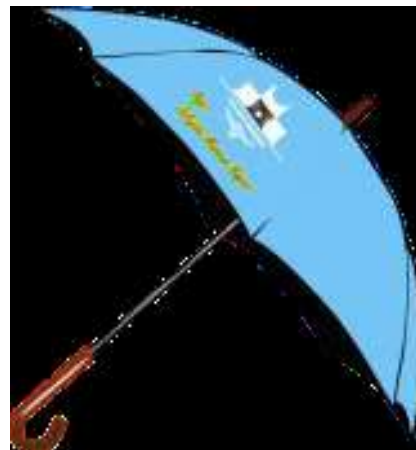
Gambar 7. Final Desain Mouse pad
Sumber : Rancangan Robby Usman, 2016



Gambar 8. Final Desain Topi
Sumber : Rancangan Robby Usman, 2016



Gambar 9. Final Desain Baju kaos
Sumber : Rancangan Robby Usman, 2016



Gambar 10. Final DESain Payung
Sumber : Rancangan Robby Usman, 2016



Gambar 11. Final Desain billboard
Sumber : Rancangan Robby Usman, 2016



Gambar 12. Final Desain pin
Sumber : Rancangan Robby Usman, 2016



Gambar 13. Final Desain mug
Sumber : Rancangan Robby Usman, 2016



Gambar 14. Final Desain *note book*
Sumber : Rancangan Robby Usman, 2016

PENUTUP

Multimedia interaktif yaitu secara etimologis multimedia berasal dari bahasa latin *multi* yang berarti banyak, bermacam – macam, dan *medium* juga diartikan sebagai alat untuk mendistribusikan atau membawa sesuatu. Kata *medium* juga diartikan sebagai alat untuk mendistribusikan dan mempresentasikan informasi. Sehingga multimedia dapat diartikan sebagai media yang menggabungkan dua unsur atau lebih yang terdiri dari teks, gambar, *grafis*, foto, *audio*, video, dan animasi secara terintegrasi.

Rancangan Multimedia Interaktif Museum Adityawarman diwujudkan dalam sebuah aplikasi android, dimana aplikasi dapat di akses di play store. Selain dari Multimedia Interaktif ada pula media pendukung yang akan mendukung keberhasilan dari Multimedia Interaktif ini seperti, : poster, *x-banner*, *sticker*, gantungan kunci, *mouse pad*, topi, baju kaos, payung, *billboard*, pin, *mook*, dan *note book*. Kebanyakan dari media pendukung adalah *merchandise* karena media pendukung nantinya juga akan berfungsi sebagai *reward* dari game asah otak yang disajikan pada Multimedia Interaktif Museum Adityawarman. Rancangan kreatif menjadi kunci dalam

suksesnya Perancangan Multimedia Interaktif Museum Adityawarman.

Sesuai dengan tujuan dari perancangan ini adalah merancang multimedia interaktif yang mampu menarik minat masyarakat khususnya pelajar untuk mengunjungi Museum Adityawarman serta dapat memberikan edukasi bagi pengunjung yang datang ke Museum Adityawarman.

DAFTAR PUSTAKA

- Cenadi, Christine S. *Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual*. Jurnal Nirmana volume 1 nomor 1, Universitas Kristen Petra, Surabaya, 1999.
- Cotton, Bob. *The New Guide to Graphic Design*. Phaidon, Oxford, 1990.
- Hisrich, Robert D. & Michael P. Peters. *Marketing Decisions for New and Mature Products*. Macmillan Publishing Co., New York, 1991
- Kusrianto, Adi. 2006. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 1998. *Marketing: An Introduction*, 3rd Edition. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Kertajaya, Hermawan. *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1996.
- Suyadi. *Permainan Edukatif yang Mencerdaskan*. Power Books Publishing, Yogyakarta, 2004.
- Sarwono, Jonathan, dan Lubis, Hary. 2007 *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta. Penerbit Andi.

Ariesto Hadi Sutopo, *Multimedia Interaktif Dengan Flash*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2003

Edi S. Mulyanta, *Tutorial Tuntas Macromedia Studio MX*, Andi Offset, Yogyakarta, 2003

Chandra, *Menu Interaktif Flash MX 2004*, Maxikom, Palembang, 2005

Sampurna, *Seri Penuntun Praktis Macromedia Flash 5.0*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001