

PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT UNTUK MENINGKATKAN APRESIASI REMAJA TERHADAP MUSEUM JAWA TENGAH RANGGAWARSITA

Saiful Umar, Hanny Haryanto, Annas Marzuki Sulaiman

Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

Jl. Nakula 5 - 11, Semarang, 50131, 024-3517261

E-mail : 114201000943@mhs.dinus.ac.id, hanny.haryanto@dsn.dinus.ac.id, anazdesign@gmail.com

Abstrak

Museum Jawa Tengah Ranggawarsita merupakan museum terlengkap di Semarang yang memiliki koleksi sejarah, alam, arkeologi, kebudayaan, era pembangunan dan wawasan nusantara. Dengan segala kelengkapan yang dimilikinya museum ini bisa dijadikan media pembelajaran sejarah dan kebudayaan lokal. Namun yang terjadi menunjukkan rendahnya apresiasi remaja terhadap museum karena mereka belum mampu merasakan manfaat kehadiran museum, baik sebagai lembaga yang melaksanakan tugas pelestarian warisan alam dan budaya, sebagai tempat pendidikan, ataupun sebagai tempat rekreasi yang menyenangkan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Dengan metode ini bisa menjabarkan permasalahan berdasarkan fakta-fakta yang ada Sementara itu, analisis yang digunakan dalam mengolah data adalah 5W+1H. Dari permasalahan yang ada dan fakta-fakta di lapangan, sosialisasi untuk meningkatkan apresiasi remaja terhadap Museum Jawa Tengah Ranggawarsita perlu dilakukan untuk mencapai visi dan misi museum tersebut yakni “Bangga Budaya Bangsa”. Media yang digunakan antara lain : Poster, Baliho, Spanduk, X-Banner, Iklan Koran, Stiker, Pin, Kaos, Pembatas Buku, Buku Catatan dan Umbul-umbul.

Kata Kunci: Iklan Layanan Masyarakat, Museum, Apresiasi, Remaja, Semarang

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Melestarikan budaya adalah kewajiban setiap negara yang memilikinya termasuk Indonesia. Indonesia merupakan negara yang memiliki keragaman budaya yang melimpah. Hal tersebut bisa dilihat dari banyaknya jenis tarian, pakaian daerah hingga rumah adat di Indonesia. Keragaman budaya yang melimpah tersebut dimiliki melalui peristiwa sejarah yang panjang sudah seharusnya diapresiasi masyarakat dan diketahui sebagai identitas bangsa. Sejarah dan budaya dikenalkan sebagai bagian dari pengetahuan melalui jenjang pendidikan formal sedangkan aspeknya dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari melalui interaksi langsung dan berbagai macam media. Museum memiliki fungsi strategis dalam bidang sejarah dan budaya serta menampilkan cuplikan potongan sejarah dan budaya sehingga masyarakat dapat melihat langsung representasi tersebut. Museum dapat memberikan informasi tentang aspek kehidupan masa lampau yang masih bisa diselamatkan sebagai warisan budaya untuk menjadi bagian dari jati diri suatu bangsa. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), museum didefinisikan sebagai gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap benda-benda yang patut mendapat perhatian umum, seperti peninggalan sejarah, seni dan ilmu; tempat menyimpan barang kuno.

Sebagai ibukota propinsi Jawa Tengah, Semarang memiliki beberapa

museum yang salah satu diantaranya adalah Museum Jawa Tengah Ranggawarsita. Museum yang terletak di jalan Abdulrahman Saleh ini merupakan museum terlengkap di Semarang yang memiliki koleksi sejarah, alam, arkeologi, kebudayaan, era pembangunan dan wawasan nusantara. Dengan nama yang diambil dari nama salah satu pujangga Indonesia, Ranggawarsita, yang terkenal dengan hasil karyanya dalam bidang filsafat dan kebudayaan. Museum ini menempati luas tanah 1,8 ha, erjarak kurang lebih 3 Km dari Tugu Muda dan dapat dijangkau dengan transportasi umum maupun pribadi. Museum Jawa Tengah Ranggawarsita mempunyai koleksi yang berjumlah 59.802 buah yang terbagi dalam 10 jenis, yaitu geologi, biologi, arkeologi, historika, filologi, numismatic, heraldika, kramologika, teknologika, ethnografika dan seni rupa. Museum Jawa Tengah Ranggawarsita merupakan sebuah aset pelayanan publik di bidang pelestarian budaya, wahana pendidikan dan rekreasi. Pendirian museum pertama kali dirintis oleh proyek rehabilitasi dan permuseuman Jawa Tengah pada tahun 1975 dan secara resmi dibuka oleh Prof. Dr. Fuad Hasan pada tanggal 10 Juli 1989.

Dengan segala kelengkapan yang dimilikinya museum ini bisa dijadikan media pembelajaran sejarah dan kebudayaan lokal. Museum memiliki fungsi strategis dalam bidang sejarah dan budaya serta menampilkan cuplikan potongan sejarah dan budaya sehingga masyarakat dapat melihat langsung representasi tersebut. Selain itu, museum dapat memberikan informasi tentang aspek kehidupan masa lampau yang masih bisa diselamatkan sebagai warisan budaya untuk menjadi bagian dari jati diri suatu bangsa. Keberadaan Museum Jawa Tengah Ranggawarsita diharapkan membuat masyarakat khususnya remaja mengetahui dan mengerti sejarah serta budaya tradisional sehingga membuat generasi muda untuk mencintai dan bangga terhadap nilai budaya bangsa sendiri. Dalam pengembangan Museum Jawa Tengah Ranggawarsita langkah-langkah yang telah dilakukan antara lain yaitu menyelenggarakan kegiatan-kegiatan budaya, baik dalam bentuk pelestarian maupun dalam bentuk pengembangan budaya. Adapun wujud kegiatan tersebut berupa ceramah, diskusi, seminar, lomba, sayembara, festival, dan sebagainya. Kegiatan yang lain berupa pameran publikasi festival seni dan budaya dan lain-lain. Kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan dapat menggugah hati masyarakat, bahwa sebenarnya kebudayaan bangsa Indonesia sangat beraneka ragam dan diharapkan dari kegiatan itu masyarakat lebih menghargai dan lebih mencintai serta bangga terhadap sejarah budaya bangsa.

Namun yang terjadi data mengungkapkan bahwa rendahnya apresiasi remaja terhadap museum karena mereka belum mampu merasakan manfaat kehadiran museum, baik sebagai lembaga yang melaksanakan tugas pelestarian warisan alam dan budaya, sebagai tempat pendidikan, ataupun sebagai tempat rekreasi yang menyenangkan sehingga yang terjadi adalah mereka datang atau berkunjung ke museum karena instruksi dari sekolah ataupun instansi yang terkait, bukan suatu kesadaran. Minimnya kunjungan ke Museum Jawa Tengah Ranggawarsita mengindikasikan bahwa museum ini kurang mendapatkan apresiasi dari masyarakat. Hal ini ditunjukkan dari fakta di lapangan dimulai bulan Agustus 2014 dengan jumlah pengunjung 3994 orang. Dari jumlah tersebut setiap bulannya selalu mengalami penurunan hingga sampai bulan Desember 2014 dengan angka 2732 orang. Dari jumlah tersebut lebih dari 50% adalah remaja. Untuk hasil survey sendiri sebanyak 32% remaja mengunjungi museum karena perintah dari sekolah mereka dan hanya ingin melihat-lihat apa yang ada dalam museum. Sedangkan

untuk yang belajar kebudayaan sebanyak 20%. Jumlah pengunjung khususnya remaja yang tiap bulan mengalami penurunan mengindikasikan bahwa museum kurang diminati yang berdampak pada apresiasi terhadap museum itu sendiri.

Apresiasi menurut pengertian umum adalah penghargaan/penilaian kepada segala sesuatu yang dapat berupa karya tertentu. Biasanya apresiasi berupa hal yang positif tetapi juga bisa yang negatif. Harapan yang kita nantikan wujudnya adalah apresiasi dengan setulus hati dalam arti yang positif. Apresiasi dalam bahasa Inggris *appreciation* ini ibarat pembangunan *image* dapat dilakukan ketika indra manusia bekerja, di antaranya mengamati, membandingkan, dan mempertimbangkan dengan daya nalar. Menggugah apresiasi masyarakat terhadap museum apalagi meningkatkannya bukanlah usaha yang mudah. Kepedulian dan keaktifan pribadi pada karya budaya seperti halnya museum merupakan yang harus dilakukan. Beberapa bentuk tindakan apresiasi berkait dengan hal ini, misalnya mau berkunjung ke museum, mau mengikuti event-event museum, dan menyebarkan brosur dan tulisan tentang museum.

Promosi yang intensif melalui iklan layanan masyarakat baik melalui event-event budaya, surat kabar dan semua media yang mendukung seperti brosur/leaflet dan sebagainya bisa digunakan untuk mempersuasi/membujuk orang agar datang ke museum sebagai bentuk apresiasi mereka, bukan sekedar hanya untuk melihat benda-benda kuno tapi juga untuk belajar budaya. Hal itu sesuai dengan misi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita yaitu “Meningkatkan apresiasi budaya dan meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap budaya” dan juga visinya yaitu “Bangga Peduli Budaya”. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah kampanye atau iklan layanan masyarakat untuk mengekspos kembali museum sehingga remaja menaruh minat dan apresiasi terhadap Museum Jawa Tengah Ranggawarsita.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang iklan layanan masyarakat meningkatkan apresiasi remaja terhadap Museum Jawa Tengah Ranggawarsita?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah perancangan ini hanya akan membuat rancangan iklan layanan masyarakat untuk meningkatkan apresiasi remaja usia 15-20 tahun terhadap Museum Jawa Tengah Ranggawarsita di Semarang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Membuat perancangan iklan layanan masyarakat untuk meningkatkan apresiasi remaja terhadap Museum Jawa Tengah Ranggawarsita.

Adapun manfaat yang diperoleh dari perancangan iklan layanan masyarakat ini adalah :

1. Bagi Penulis
 - a. Dalam merancang karya mahasiswa lebih terkonsep dan menerapkan ilmu-ilmu yang didapat selama menempuh perkuliahan.
 - b. Mengetahui bentuk-bentuk apresiasi terhadap museum.
 - c. Mengetahui peninggalan sejarah dan kebudayaan-kebudayaan yang ada di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita.
 - d. Mampu menganalisa masalah dan membuat pemecahannya.
2. Bagi Klien

- a. Museum menjadi tempat yang ramai untuk dikunjungi.
 - b. Museum menjadi tempat pembelajaran budaya selain sebagai tempat rekreasi.
 - c. Semakin banyak kegiatan-kegiatan yang diadakan di museum yang berkaitan dengan kebudayaan
3. Bagi Universitas
- a. Memberikan citra baik bagi dimata masyarakat karena ikut membantu memecahkan masalah yang sedang dialami di lingkungan masyarakat.
 - b. Secara tidak langsung turut serta dalam upaya pelestarian kebudayaan
4. Bagi Masyarakat
- a. Masyarakat menjadi semakin ingin mengunjungi museum bukan hanya untuk berekreasi melainkan juga sebagai tempat belajar.
 - b. Masyarakat menjadi lebih mengetahui berbagai jenis kebudayaan yang ada di museum

2. METODE

2.1 Metode Pengumpulan Data

Metode ini adalah suatu cara untuk memperoleh data yang diperlukan dalam proses perancangan. Metode pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan bahan-bahan terkait sesuai dengan yang diharapkan. Metode yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah dengan metode pengamatan secara langsung dan interview dari sumber terkait dengan data yang dicari. Dalam metode perancangan ini diperlukan data sebagai bahan dalam proses perancangan itu sendiri.

2.2 Analisis 5W+1H

Analisa data menggunakan analisa 5W+1H. Metode ini digunakan untuk membantu memecahkan masalah dan memicu ide-ide dalam menghadapi masalah tersebut.

- a. What? (Apa yang menjadi masalah?)
Museum Jawa Tengah Ranggawarsita kurang mendapatkan apresiasi terutama dari kalangan remaja.
- b. Who? (Siapa yang dituju?)
Pelajar dengan usia antara 15-20 tahun
- c. Where? (Dimana masalah tersebut terjadi?)
Pemusatan masalah di kota Semarang yang merupakan ibukota Jawa Tengah dan salah satu kota terbesar di Jawa Tengah.
- d. When? (Kapan masalah itu terjadi?)
Di era globalisasi sekarang dimana pengaruh budaya luar mulai masuk.
- e. Why? (Kenapa masalah tersebut terjadi?)
Kurangnya pengetahuan dan informasi akan museum kepada masyarakat.
- f. How? (Bagaimana mengatasi masalah tersebut?)
Dibutuhkan media komunikasi visual yang persuasif dan edukatif.

Museum semakin sepi dikunjungi di era globalisasi sekarang ini dimana pengaruh budaya luar mulai membuat budaya lokal tersisihkan. Hal itu dikarenakan kurangnya pengetahuan dan informasi akan museum yang merupakan tempat penyimpanan budaya lokal. Dengan demikian apresiasi terhadap museum pun ikut berkurang. Maka dari itu sosialisasi gerakan cinta museum guna mengapresiasi museum kepada remaja perlu dilakukan

2.3 Segmentasi Target Audience

a. Demografis

Target : Remaja

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Usia : 15-20 tahun

Pendidikan : SMP dan SMA

b. Geografis

Secara geografis target primer perancangan ini ditujukan untuk wilayah kota Semarang dan sekitarnya

c. Psikografis

Secara psikografis target primer perancangan ini ditujukan untuk remaja yang ceria dan penuh semangat, menghabiskan waktu bersama teman dan keluarga, menyukai interaksi dengan lingkungannya.

d. Behavioristik

Secara behavioristik target primer perancangan ini ditujukan untuk remaja yang kurang memiliki pengetahuan tentang budaya di museum.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Prioritas Media

Prioritas media yang digunakan dalam mensosialisasikan iklan layanan masyarakat ini lebih dari satu, oleh karena itu diperlukan prioritas media supaya lebih efektif dan efisien biaya.

Prioritas media tersebut yaitu :

a. Media Utama

1. Poster

Poster dipilih sebagai media utama karena mudah ditempatkan di tempat-tempat yang strategis, frekuensi medianya tinggi sehingga sesuai dengan biaya yang dikeluarkan.

b. Media pendukung :

1. Outdoor dengan media baliho, spanduk, iklan koran dan umbul-umbul.

2. Indoor dengan media x-banner, buku catatan, kaos, pembatas buku, *sticker* dan pin.

Setelah dilakukan penetapan media utama dan media pendukung, maka media utama akan diberikan alokasi biaya lebih besar daripada media pendukung. Hal tersebut dikarenakan media utama diharapkan mempunyai frekuensi tinggi dalam menyampaikan pesan terhadap target *audience*.

3.2 Pendekatan Isi Pesan

Pendekatan isi pesan menggunakan gaya rasional dimana isi pesan iklan layanan masyarakat ini berusaha membangkitkan minat remaja untuk mengapresiasi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita. Penyampaian pesan menggunakan iklan himbauan atau ajakan.

3.3 Penentuan “What To Say” dan “How To Say”

a. What To Say

Yang ingin dikatakan dalam iklan ini adalah mengajak target audience untuk mengunjungi, melihat dan mencintai Museum Jawa tengah Ranggawarsita sebagai bentuk apresiasi.

b. *How To Say*

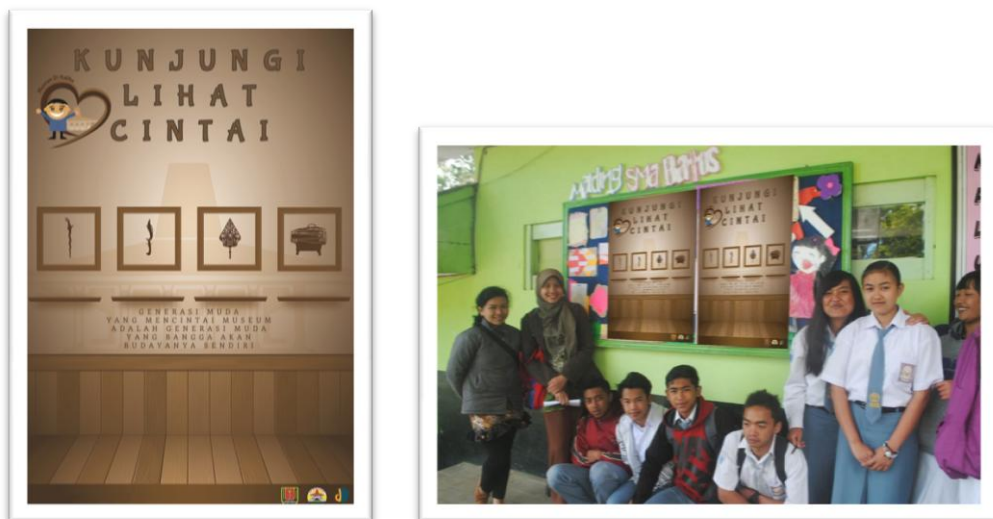
Dalam sebuah pesan periklanan atau cara yang dilakukan untuk mengkomunikasikan pesan iklan kepada *audience* harus berpengaruh secara positif pada perasaan dan emosi target *audience*. Cara yang dilakukan yaitu dengan menggabungkan unsur-unsur kreatif seperti tema visual, vektor, font, warna, ilustrasi, serta layout yang dikombinasikan menjadi visualisasi yang menarik.

3.4 Efek Yang Diharapkan

Dengan adanya iklan layanan masyarakat ini diharapkan remaja semakin tertarik dan menaruh minat untuk mengapresiasi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita dengan berkunjung dan belajar kebudayaan disana. Dengan demikian fungsi museum sebagai tempat pembelajaran budaya bisa kembali dimanfaatkan.

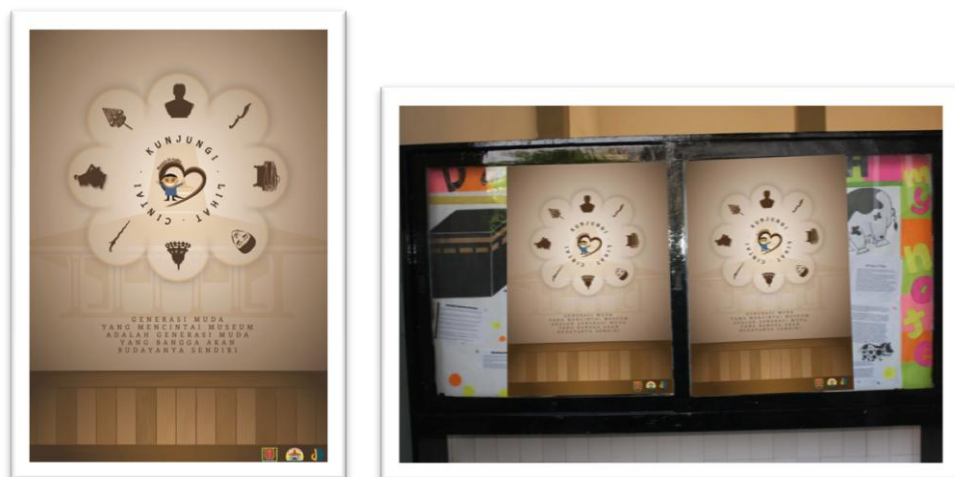
3.5 Desain Final

1. Poster



Gambar 1. Desain Poster dan aplikasinya

2. Poster 2



Gambar 2. Desain Poster 2 dan Aplikasinya

3. Poster 3



Gambar 3. Desain Poster 3 dan Aplikasinya

4. Baliho



Gambar 4. Desain Baliho dan Aplikasinya

5. Spanduk



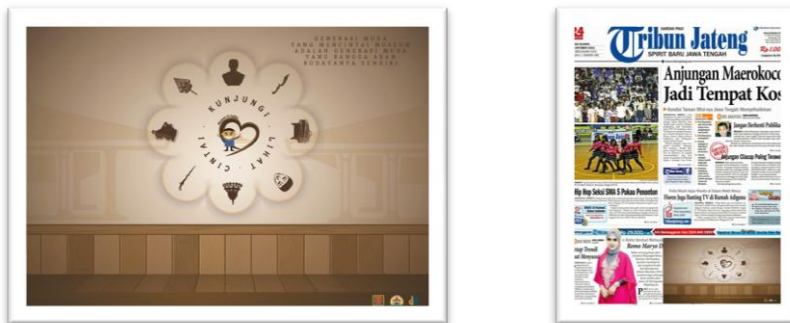
Gambar 5. Desain Spanduk dan Aplikasinya

6. X-Banner



Gambar 6. Desain X-Banner dan Aplikasinya

7. Iklan Koran



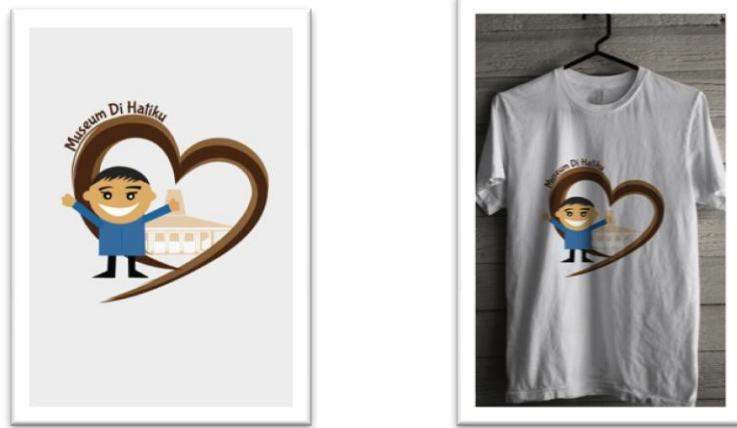
Gambar 7. Desain Iklan koran dan Aplikasinya

8. Sticker



Gambar 8. Desain Sticker dan Aplikasinya

9. Kaos



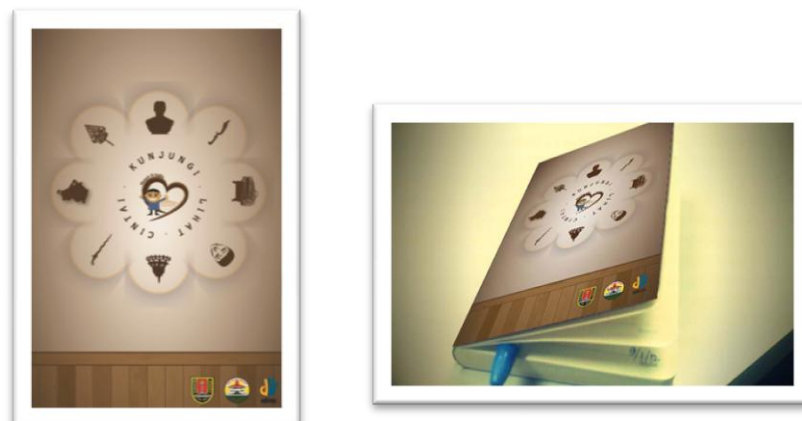
Gambar 9. Desain Kaos dan Aplikasinya

10. Pin



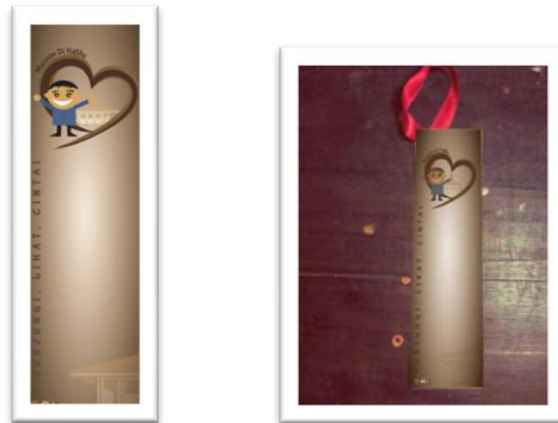
Gambar 10. Desain Pin dan Aplikasinya

11. Buku Catatan



Gambar 11. Desain Buku Catatan dan Aplikasinya

12. Pembatas Buku



Gambar 12. Desain Pembatas Buku dan Aplikasinya

13. Umbul-umbul



Gambar 13. Desain Umbul-umbul dan Aplikasinya

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari perancangan Iklan Layanan Masyarakat untuk meningkatkan apresiasi remaja terhadap Museum Jawa Tengah Ranggawarsita, dapat disimpulkan bahwa media lini bawah seperti poster dan baliho merupakan media yang tepat untuk mensosialisasi masyarakat di wilayah kota Semarang, karena target audience dalam perancangan ini adalah remaja dimana pola konsumsi medianya didominasi media lini bawah. Selain itu, poster juga daya sebarannya luas. Pesan yang ingin disampaikan dalam Iklan Layanan Masyarakat ini adalah mengajak remaja untuk mengunjungi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita kemudian mengapresiasinya.

4.2 Saran

Dari hasil akhir penelitian perancangan Iklan Layanan Masyarakat untuk meningkatkan apresiasi remaja terhadap Museum Jawa Tengah Ranggawarsita. Terdapat saran yang dapat penulis sampaikan, yaitu untuk perancangan selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan media televisi sebagai media yang lebih

efektif dalam menyampaikan pesan untuk target audience yang lebih luas di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1991. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Edisi Kedua). Jakarta : Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Hurlock, B.E. 1999. *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Ed. 5. Jakarta : Erlangga; 1999.

Kasali, Rhenald. 2007. *Manajemen Periklanan, Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta : Grafiti.

Koentjaraningrat. 2002. *Pengantar Ilmu Antropologi*. PT. Rineka Cipta, Jakarta

Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Andi.

Sarwono, S.W. 2004. *Psikologi Remaja*. Edisi Revisi 8. Jakarta : Raja Grafindo Pustaka.

Siebert, Lori dan Lisa Ballard. 1992. *Making A Good Layout*. North Light Books, Ohio

Internet

<http://icom.museum/who-we-are/the-vision/museum-definition.html>, diakses pada 17 Februari 2015, pukul 22.08 WIB.

<http://museumranggawarsita.com>, diakses pada 26 Maret 2015, pukul 21.14 WIB

<http://www.central-java-tourism.com>, diakses pada 28 Maret 2015, pukul 22.46 WIB