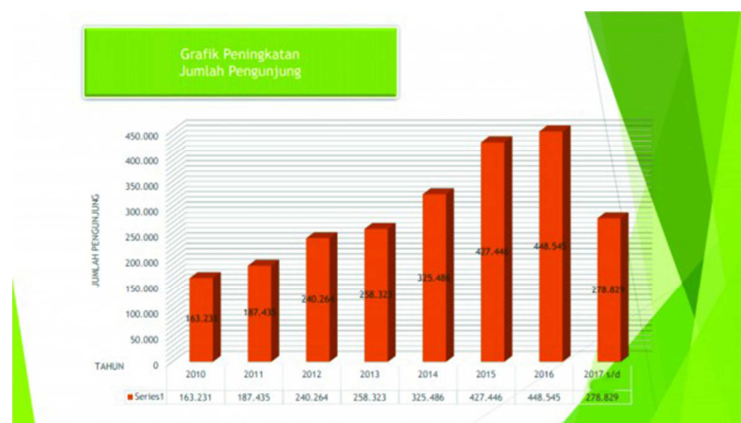


BAB I

PENDAHULUAN

I.1. LATAR BELAKANG

Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara dikategorikan sebagai museum umum, sebagian besar koleksinya berasal dari Sumatera Utara. Museum ini juga beralamatkan di jalan H.M Joni No. 51, Teladan, Kota Medan, dan diresmikan pada tanggal 19 April 1982 oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Bapak Dr. Daoed Joesoef. Namun seiring berjalannya waktu museum mulai di tinggalkan sebagian besar penduduk lokal, dan pihak museum juga mulai menjadwalkan kepada pihak sekolah-sekolah untuk mengunjungi museum.



Gambar I.1.1. Grafik Pengunjung Museum Banteng Vredeburg

Sumber : Vredeburg.id

Dari data diatas dikatakan bahwa Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Muhadjir Effendy untuk menggratiskan tiket masuk cagar budaya dan museum yang ada di Indonesia sepanjang bulan Agustus 2017. Kebijakan itu diterapkan untuk menyambut hari ulang tahun ke-72 kemerdekaan Republik Indonesia. Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta pun menggratiskan tiket masuk museum, selain untuk merayakan ulang tahun ke-72 kemerdekaan Republik Indonesia museum Benteng Vredeburg Yogyakarta mempunyai visi museum sebagai pusat pelestarian nilai sejarah dan perjuangan menuju terbentuknya masyarakat Indonesia yang berkarakter sekaligus memasarkan museum kepada masyarakat luas agar lebih mengenal serajah indonesia.

Dari sinilah bisa dilihat bahwa rendahnya minat pengunjung bagi sebagian masyarakat terutama para remaja, jika tidak dijadwalkan untuk mengunjungi museum, mungkin mereka tidak akan mengunjungi museum dan belajar tentang sejarah-sejarah yang ada dimuseum tersebut. Hal ini sangat disayangkan karena banyak berbagai koleksi unik dan benda-benda bersejarah yang tentunya bisa menambah wawasan dan pengetahuan akan benda-benda tersebut.

Dengan diadakannya promosi diharapkan mampu untuk menarik masyarakat, pariwisata, dan pelajar untuk berkunjung di museum ini, tentunya diluar dari jadwal kunjungan yang ditetapkan oleh pihak sekolah. Oleh karena itu museum kemudian memasukkan metode dan strategi pemasaran ke dalam pengelolaan museumnya. Hull dalam artikelnya yang berjudul "*A new leaflet for*

the service or the beginnings of a marketing strategy”, mengatakan bahwa, "Pemasaran adalah tentang mendengarkan publik kita dan membantu mereka memahami siapa diri kita, apa yang kita lakukan dan mengapa Museum dapat menjadi penting dan relevan bagi mereka" (Hull, 1990:7; Hooper-Greenhill, 1996:24). Disini penulis mendapatkan hasil observasi dari salah satu museum yang ada di kota Medan, yaitu Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara. Pemilihan media promosi yang penulis gunakan adalah karena lebih menghemat waktu dan biaya selain itu informasi yang jumlahnya banyak dapat dipadatkan sesuai dengan kebutuhan. *Motion graphic* ini akan disebar luaskan di jejaring sosial seperti Instagram, Youtube dan situs lainnya. Pemilihan media menggunakan jejaring sosial, mempunyai jangkauan lebih luas, pemirsah yang lebih beragam, peluang relatif untuk demonstrasi, dan tentunya agar lebih mudah.

Motion graphic adalah potongan-potongan media visual yang berbasis waktu yang menggabungkan berbagai elemen-elemen seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan music, menurut Soekarno, (2008:2). Penggunaan *motion graphic* yang umum adalah sebagai *title squence* (adegan pembuka) film atau serial TV, logo yang bergerak di akhir iklan, elemen-elemen seperti logo 3D yang berputar-putar di sebuah siaran dan dengan adanya internet, animasi berbasis web dll.

Motion graphic juga dapat digunakan sebagai media promosi, baik itu promosi perusahaan ataupun jasa. Perkembangan teknologi mendorong promosi suatu produk maupun jasa tak hanya berkutat sekedar gambar diam di tiang

reklame atau gambar super besar di halaman depan sebuah situs. Kini, dengan adanya *motion graphic*, informasi yang ingin disampaikan bisa ditampilkan dengan lebih menarik.

I.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah yang diajukan adalah :

- a. Bagaimana cara untuk mempromosikan museum dalam media *motion graphic*.
- b. Bagaimana agar penonton tertarik untuk mengunjungi museum dengan melihat promosi menggunakan media *motion graphic*.

I.3. BATASAN MASALAH

Batasan masalah dalam perancangan *motion graphic* inihanya membahas tentang Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara.

I.4. TUJUAN

Berdasarkan permasalahan di atas memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Agar dapat membangun minat pengunjung.

2. Agar memberikan informasi dengan media *motion graphic* yang saat ini sedang berkembang.

I.5. MANFAAT

Adapun manfaat dari *motion graphic* museum antara lain :

1. Dapat memberikan informasi tentang pentingnya pengetahuan sejarah dan budaya indonesia yang terdapat di meseum.
2. Dapat menambah kreatifitas baik penonton maupun penulis dengan adanya promosi dengan menggunakan media *motion graphic*.