

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Kota Medan yang merupakan ibu kota provinsi Sumatera Utara ini menduduki peringkat ketiga sebagai salah satu kota terbesar di Indonesia yang terletak di pesisir timur pulau Sumatera. Dijuluki sebagai salah satu kota yang multietnik, Kota Medan dihuni dengan berbagai macam latar belakang budaya, agama, macam-macam suku mulai dari Melayu, Batak, Karo, Jawa dan lainnya hingga etnis India dan Tionghoa.

Dengan adanya keberagaman budaya tersebut tentu tidak terlepas dari sejarah dan peradaban Kota Medan yang menjadi salah satu jalur lalu lintas transit perdagangan sejak dahulu. Adanya jalur lalu lintas perdagangan tersebut tentu menyimpan cerita dan meninggalkan jejak sejarah maupun budaya di masa lampau. Menurut Shella Rafiqah Uly (2017 : 2) salah satu wilayah yang masih memiliki jejak sejarah dan budaya bekas lalu lintas perdangan yang kerap terkait dengan jalur perdagangan di Asia Tenggara sekitar abad ke 12 Masehi adalah Situs Kotta Cinna.

Kawasan Situs Kotta Cinna ini terletak di daerah kelurahan Paya Pasir, kecamatan Medan Marelan. Menurut McKinnon dalam (Purnawibowo 2014 : 5) nama Kotta Cinna berasal dari bahasa Tamil (India Selatan) "*Cinna Kotta*" yang berarti suatu pemukiman kecil yang dikelilingi benteng, namun indah untuk dilihat. Pendapat tersebut didasarkan pada keberadaan temuan arca yang bergaya India Selatan di daerah tersebut.

Ada juga pendapat masyarakat sekitar yang menyebutnya “Kota Cina”. Banyaknya peninggalan fragmen keramik dan artefak lama buatan Cina membuktikan bahwa dahulunya kawasan tersebut merupakan pemukiman masyarakat Cina. Hingga pada tahun 2008, seorang arkeologi bernama Phil Ichwan Azhari mendirikan sebuah museum yang dinamai Museum Situs Kotta Cinna yang terletak berdekatan dengan Situs Kotta Cinna.

Museum ini dibangun dengan tujuan menyelamatkan peninggalan yang tersisa, di dalamnya juga tersedia informasi mengenai sejarah Situs Kotta Cinna serta kumpulan barang temuan hasil eskavasi arkeologis seperti artefak, gerabah, koin, arca, keramik dan lainnya. Menyimpan berbagai peninggalan artefak yang menjadi salah satu bukti peradaban di Kota Medan, Museum Situs Kotta Cinna harusnya dikenal, dilindungi dan dilestarikan. Namun setelah ditelusuri, ternyata masih banyak masyarakat Kota Medan sendiri yang belum mengetahui keberadaannya Museum Situs Kotta Cinna.

Hal tersebut dikarenakan letak lokasi yang cukup jauh dari jalan besar utama, dan minimnya rambu yang menunjukkan letak lokasi tersebut. Hal itu juga dibenarkan oleh Ika Adelia Tanjung yang merupakan penjaga dan pemandu Museum Situs Kotta Cinna, dalam wawancara ia juga menuturkan minat pengunjung kaum muda semakin berkurang seiringnya waktu, pengunjung lebih banyak berasal dari rombongan sekolahan terdekat dibandingkan dengan pengunjung umum.

Sebelumnya, pihak museum sendiri juga terus berinovasi dengan ide-ide baru dalam melakukan upaya promosi melalui banyak kegiatan untuk meningkatkan antusias masyarakat Kota Medan terhadap Situs Kotta Cinna, salah satunya berpartisipasi dalam kegiatan pameran museum yang dilaksanakan oleh Dinas Pemerintahan Kota Medan pada tahun 2019. Namun, hal tersebut dirasa belum optimal dalam mencapai target yang diinginkan.

Salah satu cara yang dapat diterapkan untuk memaksimalkan upaya promosi dalam meningkatkan antusias masyarakat adalah dengan *branding*. Menurut Kotler (2009) *Branding* merupakan istilah, tanda, nama, simbol, rancangan, maupun kombinasi dari semua aspek, yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang ataupun sekelompok penjual untuk membedakan produk dari pesaing. Apalagi di era globalisasi sekarang, *branding* bagi sebuah bisnis adalah hal penting yang harus dibangun, karena *brand* yang kuat akan dengan mudahnya dikenal oleh target konsumen.

Setelah hampir 13 tahun berdiri, Museum Situs Kotta Cinna juga belum memiliki identitas visual yang kuat dan berkarakter yang dapat dikenal oleh masyarakat. Padahal museum ini memiliki peran eksistensinya yang kuat dalam mengungkap situs arkelogi yang berkaitan dengan peradaban etnis India dan Cina yang ada di Kota Medan.

Branding identitas visual dapat digunakan untuk menunjukkan eksistensi dari Museum Situs Kotta Cinna, dengan adanya identitas visual yang mempresentasikan citranya sebagai museum situs arkelogi tentunya akan meningkatkan *image* positif

bagi masyarakat Kota Medan yang juga akan berpengaruh dalam upaya promosi terhadap Museum Situs Kotta Cinna.

Adanya identitas visual yang menggambarkan semangat museum ini diharapkan dapat membantu masyarakat untuk lebih mengenal Museum Situs Kotta Cinna, khususnya menarik kembali perhatian kaum muda dengan demikian masyarakat Kota Medan pun bisa turut membantu museum sebagai wadah untuk melindungi dan melestarikan peninggalan bersejarah yang berada di Situs Kotta Cinna.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengangkat Museum Situs Kotta Cinna untuk skripsi karya dengan judul “*Branding* identitas visual sebagai media promosi Museum Sittus Kotta Cinna”. Identitas visual ini diharapkan menjadi media yang dapat membantu meningkatkan promosi terhadap Museum Situs Kotta Cinna agar meningkatnya profit dan citranya sebagai museum dengan situs arkeologi di Kota Medan agar tetap dilindungi dan dilestarikan.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang, maka rumusan masalahnya adalah bagaimana cara meningkatkan antusias masyarakat Kota Medan dalam mengenal Museum Situs Kotta Cinna melalui media visual.

I.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam *Branding* identitas visual sebagai media promosi Museum Situs Kotta Cinna, yaitu :

1. Membuat identitas yang dapat yang diterapkan pihak Museum Situs Kotta Cinna sebagai media promosi secara visual.
2. *Branding* identitas visual meliputi pembuatan logo sebagai identitas visual dengan media pendukung *sign system, ticketing, stationery*, brosur, desain konten media sosial, *video promotion*, hingga *merchandise*.

I.4. Tujuan

Adapun tujuan dari skripsi karya yang dibuat yaitu :

1. Memperkenalkan keberadaan Museum Situs Kotta Cinna di Kota Medan.
2. Meningkatkan antusias masyarakat Kota Medan untuk mengunjungi Museum Situs Kotta Cinna

I.5. Manfaat

Adapun manfaat dari skripsi karya yang dibuat adalah :

1. Masyarakat mengenali Museum Situs Kotta Cinna sebagai museum arkeologi yang ada di Kota Medan.
2. Meningkatkan profit dari pengunjung yang dapat membantu pihak museum dalam meningkatkan fasilitasnya.