



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Metode Pengumpulan Data

Perancangan media informasi untuk Museum Prasasti Jakarta membutuhkan informasi data yang lengkap mengenai informasi Museum Prasasti. Pendapat masyarakat dan pengelola museum tentang media informasi yang sesuai untuk Museum Prasasti. Oleh sebab itu, penulis menggunakan observasi partisipan, kuesioner, wawancara, studi pustaka dan studi eksisting dalam mengumpulkan datanya.

Penulis melakukan pengumpulan data secara observasi partisipasi dengan langsung berada di museum untuk mengamati keadaan dari luar hingga di dalam museum. Penulis mendokumentasikan foto dan video observasinya menggunakan kamera *handphone* pada siang hari untuk mendapatkan hasil yang lebih jelas.

Selanjutnya penulis melakukan pengumpulan data secara kuantitatif dengan cara menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang berdomisili di Jakarta dan Tangerang dengan rentan kelompok usia antara 17 sampai 30 tahun untuk mendapatkan informasi tentang pendapatnya terhadap museum Prasasti baik itu kelebihan atau kekurangan museum Prasasti.

Proses wawancara dilakukan penulis untuk mendapatkan data secara kualitatif tentang Museum Prasasti kepada pengelola dan karyawan Museum Prasasti. Wawancara tersebut berguna untuk mengumpulkan data dari sudut

pandang pihak Museum Prasasti tentang media informasi apa yang harus ada sebagai pendukung museum menjadi lebih informatif.

3.2. Observasi Partisipan

Setelah melakukan observasi partisipan, penulis mendapatkan berbagai data menarik tentang Museum Prasasti. Hasil observasi partisipan yang dilakukan peneliti di Museum Prasasti Jalan Tanah Abang I No 7 Jakarta Pusat sebagai berikut ini: dari tampak kejauhan, Museum Prasasti terlihat cukup menarik, terdapat gerbang masuk yang cukup megah.

Tetapi, tulisan nama Museum Prasasti tidak dapat terlihat begitu jelas oleh penulis, dikarenakan warna tulisan dan latar belakang sama dan letak yang berjauhan pada gerbang. Walaupun terdapat dua nama museum, tetapi menurut penulis tulisan nama Museum Prasasti akan sulit dibaca bagi pengemudi yang sedang berlajam mencari museum tanpa menggunakan peta, sebab penulis juga sempat kelewatan saat mengendarai kendaraanya, dan harus memutar balik.



Gambar 3.1. Tulisan Museum Taman Prasasti

Setelah memasuki pintu depan Museum Prasasti, keadaan museum terlihat sepi dari pengunjung, tidak ada kendaraan yang terparkir di depan museum, hal tersebut membuat penulis ragu untuk memarkirkan kendaraanya, sebab tidak adanya petunjuk tempat parkir motor atau pun mobil.



Gambar 3.2. Halaman Depan Museum Prasasti
(<https://goo.gl/maps/8TDYAkGLAEDR32999>)

Pada gerbang utama museum, terdapat beberapa papan setinggi kurang lebih dua meter yang berisikan penjelasan tentang sejarah Museum Prasasti dengan ukuran tulisan yang cukup kecil. Informasi pada papan tersebut menurut penulis tidak dapat semua masyarakat baca, sebab ukuran tulisan terlalu kecil sehingga menjadi tantangan bagi penderita mata, papan tulisan terlalu tinggi untuk anak-anak, dan tulisan terlalu kebawah sehingga mengharuskan orang dewasa atau remaja harus membungkukan badan.



Gambar 3.3. Papan Informasi Museum Prasasti

Tidak adanya media yang dapat dibawa oleh pengunjung Museum Prasasti. Media seperti brosur atau *flyer* yang berisikan informasi yang dapat pengunjung baca sambil mengunjungi Museum Prasasti tanpa perlu harus menghabiskan waktunya cukup lama pada gerbang utama untuk membaca papan informasi tersebut.

Museum Prasasti tidak mempunyai sebuah peta yang berisikan pemetaan koleksi-koleksi museum, baik itu papan berisikan peta atau peta yang dicetak. Peta yang berguna untuk memberikan informasi tentang koleksi penting museum dan petunjuk arah jalan pengunjung museum, sehingga penulis saat berkunjung sering tidak sadar telah berjalan di tempat yang sama, dan juga melewatkan koleksi museum.

Setelah memasuki area koleksi museum, penulis tidak melihat adanya wisatawan yang sedang berkunjung, hanya ada satu dua petugas museum yang sedang membersihkan lokasi Museum Prasasti. Selain itu, penulis merasakan

keagumannya terhadap museum yang begitu luas dan terdapat banyak sekali koleksi museum. Bentuk prasasti dan batu nisan yang beraneka ragam dan memiliki ekspresi yang seragam dengan makna yang mendalam, membuat penulis seperti terbayang sedihnya pada saat itu, terlihat beberapa tugu besar di area museum, tugu yang menurut pengelola adalah koleksi utama museum, sebab sering dijadikannya objek foto pengunjung.

Selama berjalan mengelilingi koleksi museum, penulis tidak mendapatkan cukup informasi tentang prasasti dan batu nisan, hanya berupa nama, tanggal kelahiran dan kematian. Sangat disayangkan, sebab Museum Prasasti memiliki koleksi yang berjumlah kurang lebih 800 koleksi ditanah seluas 1.2 ha, membuat pengunjung yang ingin melihat koleksi tertentu harus bersusah payah mencarinya, dan merasakan kebingungan seperti yang dialami penulis. Terdapat beberapa koleksi museum sngat terkenal dan memiliki nilai sejarah bagi Indonesia, sangat sayang apabila pengunjung hanya melihat saja koleksi penting tersebut tanpa mengetahui sejarahnya, sehingga memberikan kesan seperti berkunjung ke makam Belanda tanpa mendapatkan informasi sedikitpun.

Selain itu, beberapa koleksi museum sudah dalam keadaan tidak utuh lagi. menurut pengelola museum, koleksi tersebut rusak akibat ranting yang berjatuhan dan ulah nakal pengunjung yang kurangnya rasa kepedulian untuk ikut mewariskan dan menjaga koleksi museum sehingga dengan sengaja mematahkan dan mencoret-coret, padahal koleksi yang rusak tersebut tidak dapat diperbaiki, sebab menurut pengelola akan mengurangi nilai sejarahnya.



Gambar 3.4. Koleksi Prasasti dan Nisan



Gambar 3.5. Nisan Patah



Gambar 3.6. Nisan Rusak

3.3. Wawancara

Perancangan media informasi Museum Prasasti membutuhkan data kualitatif yang berguna untuk mengumpulkan *insight* baru yang berguna untuk mendapatkan hasil yang baik. Oleh sebab itu penulis melakukan wawancara kepada pengelola Museum Prasasti bernama bapak Yudi pada 6 Februari 2020 di Museum Prasasti. Beliau merupakan pengelola sekaligus sebagai *tour guide* yang sudah bekerja selama sembilan tahun di Museum Prasasti, Beliau yang bertanggung jawab terhadap perkembangan museum sampai sekarang ini.

Penulis melakukan wawancara untuk mengetahui mengenai Museum Prasasti lebih dalam, pendapat bapak Yudi terhadap media informasi yang ada di museum dan apa yang diharapkan beliau untuk perkembangan Museum Prasasti selanjutnya, khususnya pada media informasi.

3.3.1. Hasil Wawancara

Bapak Yudi berpendapat Museum Prasasti minim terhadap informasi tentang museum beserta koleksinya. Menurut beliau media informasi yang terdapat diluar museum hanya Instagram dan konten yang dibagikan sangat sedikit yang bersifat informasi melainkan didominasi oleh foto pengunjung dan informasi jam buka museum. Selain itu tidak adanya halaman *website* resmi museum yang mengulas secara lengkap tentang museum dengan informasi resmi.

Beliau mengutarakan keinginannya supaya Museum Prasasti memiliki media informasi yang dapat membantu pengunjung menjelaskan Museum Prasasti dan koleksinya sambil berkeliling melihat secara langsung, sebab hanya sedikit

saja koleksi museum yang memiliki informasi, selain itu keingnanya ada sebuah peta pemetaan lokasi koleksi museum sehingga tidak ada koleksi museum yang terlewatkan, sebab tidak adanya *signage* pada museum di lahan seluas 1.2 ha.

Selain itu, beliau juga menginginkan adanya media digital seperti *website* yang dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat di Indonesia maupun luar negeri tanpa adanya batasan waktu dan jarak. Sebab menurutnya adanya *website* Museum Prasasti dapat menjangkau masyarakat lebih luas lagi tidak hanya bergantung pada media sosial saja. Beliau berkata Museum Prasasti harus memanfaatkan perkembangan teknologi agar tidak “kalah” dengan yang lainnya.

Bapak Yudi juga menginginkan adanya *merchandise* Museum Prasasti bagi pengunjung museum yang berfungsi sebagai media promosi berjalan dan mengingatkan masyarakat dengan Museum Prasasti.

3.3.2. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara bersama bapak Yudi, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kurangnya informasi tentang Museum Prasasti baik di dalam maupun di luar Museum Prasasti.
2. Membutuhkan sebuah peta fleksible untuk membantu pengunjung berkeliling museum atau mencari koleksi yang ingin dilihat dengan cepat.
3. Menginginkan media informasi yang menjelaskan informasi tentang koleksi-koleksi penting museum seperti brosur, *flyer*, dan banner.

4. Membutuhkan sebuah *website* resmi sebagai media informasi untuk menjangkau masyarakat lebih luas lagi.
5. Membutuhkan *merchandise* sebagai alat promosi bergerak museum dan media pengingat kepada masyarakat yang menggunakannya.

3.4. Kuesioner

Penulis juga menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan datanya. Kuesioner dibagikan kepada responden dengan pertanyaan tentang museum dan media informasi, penulis membagikan kuesioner untuk domosili Jabodetabek karena letaknya dengan museum tidak terlalu jauh.

Saat ini jumlah responden sudah mencapai 106 orang yang menunjukkan mendekati yang diharapkan penulis dari target segmentasi. Presentase jawaban kuesioner dapat dilihat sebagai berikut ini:

Pertanyaan kuesioner pertama sebanyak 87 responden menjawab mereka pernah berkunjung ke Museum Prasasti sebanyak 1 kali, lalu sebanyak 15 responden pernah berkunjung sebanyak 2 kali, 3 responden pernah berkunjung sebanyak 3 kali dan 1 responden pernah berkunjung sebanyak 5 kali, dan tidak ada responden yang memilih pilihan sebanyak 4 kali. Satu kali berkunjung adalah pilihan yang paling banyak dipilih responden karena tidak adanya penambahan pada koleksi museum, sehingga sekali berkunjung, pengunjung dapat melihat dan mempelajari seluruh koleksi museum.

Usia remaja akhir sampai dewasa awal merupakan pilihan jawaban yang paling banyak dipilih dengan skor 44 responden berumur 18-23 tahun dan 31

responden berumur 24-29 tahun, karena kuesioner ini dibagikan kepada kerabat dan teman penulis yang berumur tidak jauh dengan penulis. Selain itu penulis juga membagikan melalui media sosial sehingga mendapatkan berbagai responden yang berusia dibawah 17 tahun sebanyak 8 responden, usia 30-35 tahun sebanyak 13 responden, 36-40 sebanyak 6 responden, dan usia lebih dari 40 tahun sebanyak 4 responden.

Pada pertanyaan ketiga, responden yang berjenis kelamin pria lebih banyak daripada responden berjenis kelamin wanita dengan responden sebanyak 64, dan wanita sebanyak 42 responden. Banyaknya responden berjenis kelamin pria didkung oleh faktor penulis lebih banyak memiliki teman pria ketimbang wanita dan faktor koleksi museum yang merupakan bekas pemakaman pada masa kolonial belanda, sehingga wanita lebih sedikit berkunjung.

Responden dengan pendidikan terakhir SMA atau sederajat merupakan yang terbanyak, dengan jumlah 63 responden, selain itu 35 responden menjawab S1. Hal tersebut dikarenakan penulis membagikan kuesioner ini pada kerabat, teman, dan masyarakat yang berumur remaja akhir sampai dewasa awal yang berarti mereka sudah lulus SMA atau sedang berkuliah. Selain itu, pada jenjang pendidikan SMA dan S1 merupakan masyarakat yang sedang aktif-aktifnya mempelajari sesuatu dan berwisata kesuatu tempat. Responden yang memilih SMP sebanyak 5 orang dan 3 reponden merupakan seorang S2.

Sebanyak 71 responden menjawab mereka tidak mengetahui secara pasti Museum Prasasti dan sejarahnya sebelum mereka berkunjung, sebab informasi

yang terdapat diluar museum hanyalah sedikit saja yang dapat menjelaskan sejarah museum. Selain itu, sebanyak 35 responden menjawab mereka mengetahui Museum Prasasti.

Pada pertanyaan keenam, jumlah responden pada masing-masing pilihan tidaklah berbeda jauh pada pertanyaan kelima. 31 responden menjawab mereka mengetahui koleksi-koleksi Museum Prasasti, sedangkan 46 responden menjawab mereka ragu-ragu dan 29 responden tidak mengetahui apa saja koleksi Museum Prasasti. Jumlah reponden yang ragu-ragu dan tidak tahu koleksi Museum Prasasti karena informasi tentang koleksi museum pada luar museum sangatlah sedikit. Banyaknya yang memilih pilihan nomor 2 karena terdapat foto-foto tentang koleksi Museum Prasasti yang dapat dilihat dan juga berdasarkan nama museum yang terdapat “Prasasti”.

Berdasarkan fungsi sebuah museum ialah tempat untuk belajar, sehingga sebanyak 35 responden menjawab mereka berkunjung ke Musum Prasasti untuk belajar sejarah Indonesia, lalu sebanyak 26 responden menjawab diajak teman berkunjung dan menyalurkan hobi fotografi sebanyak 21 responden. Ketiga pilihan tersebut paling dibanyak dipilih oleh responden. sedangkan berziarah ke makam leluhur merupakan pilihan paling sedikit dengan 2 responden.

Sebanyak 45 responden menjawab Museum Prasasti sedikit menyeramkan, 29 responden menjawab tidak menyeramkan, 22 responden menjawab biasa saja dan 10 responden menjawab sangat menyeramkan. Banyaknya yang menyatakan Museum Prasasti sedikit menyeramkan karena pengujung berkunjung pada waktu

pagi hingga sore hari sehingga suasana tidak begitu menyheramkan dibandingkan pada malam hari.

Setelah berkunjung, sebanyak 76 responden berpendapat apabila Museum Prasasti perlu adanya penambahan media informasi untuk Museum Prasasti, dikarenakan Museum Prasasti tidak memberikan media informasi yang cukup bagi pengunjung museum, seperti brosur, peta dan bahkan penjelasan yang ada disetiap koleksi museum. 30 responden berpendapat tidak perlu adanya penambahan media informasi.

3.5. Studi Eksisting

Dalam perancangan media informasi, perlu dilakukannya sebuah pengamatan kepada museum lainnya memiliki penujung lebih banyak dan media informasi yang lebih lengkap. Penulis melakukan pengamatan dan analisis kepada Museum Gajah Jakarta, pertama karena Museum Gajah Jakarta merupakan museum yang memiliki koleksi arkeologi atau sejarah yang sama dengan koleksi Museum Prasasti, kedua Museum Gajah Jakarta berlokasi tidak jauh dari Museum Prasasti yaitu 1.1 km, ketiga cikal bakal keberadaan Museum Gajah Jakarta sudah ada sejak 1778 yang tidak berbeda jauh dengan Museum Prasasti yaitu tahun 1795. Selain itu, Museum Gajah Jakarta memiliki jumlah pengujung yang jauh lebih banyak daripada Museum Prasasti dan memiliki beberapa koleksi pada luar ruangan, oleh sebab itu penulis melakukan pengamatan yang mendasari banyaknya jumlah pengujung Museum Prasasti.

Berlokasi di Jl. Medan Merdeka Barat 12, Museum Gajah Jakarta memiliki koleksi-koleksi menarik penginggalan sejarah dan prasejarah di Indonesia yang dapat dikunjungi oleh semua umur. Biaya tiket masuk terbilang sangat terjangkau dan sama dengan Museum Prasasti yaitu Rp 5000.

Resmi dikelola oleh pemerintah Indonesia pada 17 September 1962 hingga sekarang ini tidak membuat pengunjung museum berkurang, tetapi bertambah dan berkembang mulai dari koleksi museum yang ikut bertambah dengan cepat dan gedung baru. Oleh karena itu, untuk tetap menjaga/melestarikan dan meningkatkan *awareness* tentang keberadaan museum, koleksi dan daya tarik dari koleksi unik, Museum Gajah Jakarta memiliki beberapa media informasi yang digunakan oleh Museum Gajah Jakarta.

Pertama adalah media digital, karena untuk menyesuaikan dengan keadaan sekarang yang sudah memasuki era digital. Media pertama adalah media sosial, Museum Gajah Jakarta memiliki tiga media sosial utama yang digunakan untuk memberikan informasi baru mengenai museum, kegiatan dan koleksi museum yaitu Instagram, Facebook dan Twitter.



Gambar 3.7. Informasi Koleksi Museum Gajah Jakarta

(Sumber: Instagram Museum Gajah Jakarta diakses pada 25 Juni)

Terlihat pada informasi mengenai Uang “Kampua” yang dibagikan melalui media sosial Instagram mengandung informasi menarik mengenai sejarah koleksi tersebut, tidak lupa juga Museum Gajah Jakarta memasukan kode koleksi pada informasi tersebut, sehingga audiensi yang tertarik setelah melihat koleksi tersebut dapat langsung berkunjung ke museum dan melihat koleksi tersebut.



Gambar 3.8. Kegiatan di Museum Gajah Jakarta

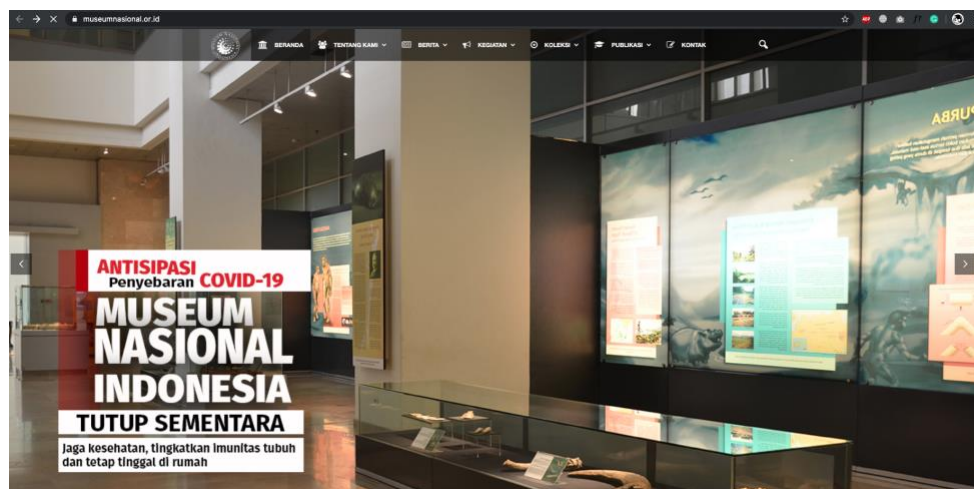
(Sumber: Instagram Museum Gajah Jakarta diakses pada 25 Juni)

Selain itu, terdapat juga informasi mengenai kegiatan yang akan diselenggarakan di Museum Gajah Jakarta, seperti kegiatan *workshop* oleh Darwis. Pada desain informasi tersebut, terdapat juga informasi lengkap mengenai ketentuan dan syarat mengikuti *workshop* tersebut.



Gambar 3.9. Operasioanl di Museum Gajah Jakarta
(Sumber: Facebook Museum Gajah Jakarta diakses pada 25 Juni)

Pada media sosial lainnya, Museum Gajah Jakarta juga membagikan informasi yang sama, sehingga pada masing-masing pengguna media sosial mendapatkan informasi yang sama, seperti informasi mengenai Museum Gajah Jakarta akan buka kembali.



Gambar 3.10. *Website* Museum Gajah Jakarta
(Sumber: Website Museum Gajah Jakarta diakses pada 25 Juni)

Selain itu, Museum Gajah Jakarta memiliki *website* resmi dengan alamat *domain* www.museumnasional.or.id yang berisikan informasi lebih lengkap mengenai Museum Gajah Jakarta, mulai dari informasi mengenai museum, sejarah, berita, kegiatan, koleksi, publikasi dan kontak museum. Sehingga dengan adanya *website* resmi ini, membantu calon pengunjung atau masyarakat mendapatkan informasi yang benar dan terverifikasi mengenai Museum Gajah Jakarta dengan cepat pada satu media.



Gambar 3.11. *Virtual* Tur *Website* Museum Gajah Jakarta
(Sumber: Website Museum Gajah Jakarta diakses pada 25 Juni)

Website Museum Gajah Jakarta juga menyediakan halaman yang berisikan *virtual* tur museum secara lengkap. *Virtual* tur ini membantu calon pengunjung dan masyarakat untuk melihat dengan sekilas dan cepat mengenai bentuk fisik dan isi Museum Gajah Jakarta sebelum mereka berkunjung untuk merasakan secara langsung dan mendapatkan informasi lebih lengkap mengenai koleksi museum.



Gambar 3.12. Informasi Museum Gajah Jakarta
(Sumber: Website Museum Gajah Jakarta diakses pada 25 Juni)

Terdapat juga media informasi cetak yang berada di Museum Gajah Jakarta, seperti informasi tentang perhiasan yang terdapat pada bagian koleksi museum yang terdiri dari perhiasan, informasi tersebut memudahkan pengunjung untuk mengerti sejarah mengenai koleksi tersebut.

3.6. Analisis SWOT

SWOT digunakan dalam perancangan untuk menganalisis kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*) secara

lebih mendalam dan detail untuk menemukan *insight* baru. Berikut adalah SWOT Museum Prasasti dengan Museum Gajah Jakarta:

3.6.1. *Strenght*

Museum Prasasti merupakan salah satu dari enam museum tertua yang ada di Indonesia. Memiliki konsep museum *open-air*, termasuk kedalam kategori museum arkeologi dimana museum memiliki koleksi sebanyak 800 prasasti dan batu nisan orisinil peninggalan masa kolonial Belanda pada luas area 1.2 ha. Selain itu Museum Prasasti memiliki koleksi dari berbagai orang penting di Indonesia, seperti peti mati Sukarno-Hatta.

Lokasi Museum Prasasti mudah diakses oleh masyarakat Indoneisa karena terletak di jantung Ibukota Indonesia yaitu Jakarta Pusat dan dikelilingi oleh objek vital negara, seperti Monas dan Istana Negara.

Museum Prasasti dapat dijadikan tempat untuk melakukan kegiatan diluar fungsi sebuah museum yaitu sebagai tempat untuk melukis prasasti dan tempat fotografi yang unik berbeda dari museum lainnya di Jakarta.

3.6.2. *Weakness*

Minimnya media informasi pada Museum Prasasti yang dapat digunakan masyarakat Indonesia untuk mengenal dan mengetahui museum beserta koleksinya lebih banyak lagi. Museum Prasasti terkesan seperti makam masa kolonial Belanda saja, sebab minimnya infomasi sehingga tidak ada yang dapat dipelajari di museum, sehingga apabila ingin mengetahui sejarah salah satu koleksi museum, pengunjung harus bertanya kepada *tour guide*.

Akibat kurangnya informasi, masyarakat Indonesia pun ikut tidak menyadari adanya sebuah museum yang unik di jantung Ibukota Indonesia. Selain itu, rasa untuk ikut melestarikan museum menjadi kurang, sebab beberapa koleksi museum banyak yang rusak dan tidak terawat. Beberapa prasasti dan nisan yang ada di Museum Prasasti kebanyakan sudah dalam keadaan tidak utuh lagi dan penuh coretan dikarenakan ulah tidak bertanggung jawab pengunjung.

3.6.3. Opportunity

Bidang pariwisata di Indonesia setiap tahun meningkat sehingga berdampak kepada pariwisata edukasi seperti museum. Museum Prasasti merupakan salah satu museum tertuan di Indonesia dan memiliki konsep serta koleksi yang berbeda dari museum lainnya, selain itu, museum dapat dijadikan tempat wisata malam atau sebagai tempat foto dengan konsep menyeramkan.

Walaupun informasi museum dan koleksinya belum lengkap, dengan bantuan perkembangan teknologi, Museum Prasasti dapat memiliki media-media yang membantu pengunjung untuk mendapatkan informasi yang belum pernah ada sebelumnya dengan mudah dan cepat.

3.6.4. Threats

Terdapat beberapa museum yang memiliki media informasi lebih lengkap sehingga menjadi lebih dikenal oleh masyarakat, selain itu, terdapat museum kontemporer dan komersil dengan koleksi museum yang lebih dapat dinikmati oleh semua golongan masyarakat (tidak seram), lebih interaktif sesuai dengan

perkembangan teknologi, memiliki informasi yang cukup pada setiap koleksi museum dan memiliki koleksi yang *Instagramable*.

3.7. Analisis STP

3.7.1. Segmentasi

3.7.1.1. Demografis

1. Usia: primer: 17-24 tahun, sekunder 25-30 tahun
2. Jenis kelamin: pria dan wanita.
3. Kelas sosial: C- sampai A

3.7.1.2. Geografis

Masyarakat yang tinggal di Jabodetabek

3.7.1.3. Psikografis

Masyarakat Indonesia khususnya Jabodetabek yang tertarik mengunjungi museum baik untuk belajar sejarah maupun, berziarah dan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan hobi.

3.7.2. Target

Target pengunjung Museum Prasasti adalah masyarakat Indonesia maupun Internasional yang tertarik mempelajari sejarah di Indonesia khususnya pada masa kolonial Belanda dengan cara mengunjungi pemakaman yang berisikan prasasti dan batu nisan. Selain itu pengunjung museum yang tertarik melakukan kegiatan hobi seperti fotografi dan uji nyali.

3.7.3. Positioning

Museum Prasasti memposisikan dirinya sebagai cagar budaya *open-air* yang berbeda dari museum lainnya di Jakarta dan salah satu museum tertua di Indonesia yang dikelola oleh pemerintah Indonesia. Museum Prasasti dapat dikunjungi oleh semua golongan masyarakat untuk tujuan pendidikan dan kegiatan hobi.

3.8. Metodologi Perancangan

Berbagai metode dapat digunakan dalam perancangan media informasi Museum Prasasti, dalam hal ini penulis menggunakan metode perancangan berdasarkan Krug (2014) dalam proses perancangan media informasi berupa *website* sebagai berikut:

3.8.1. Perencanaan

Pada tahap ini, dilakukannya perencanaan yang berisikan proses-proses yang akan dilakukan selanjutnya dalam perancangan media informasi.

3.8.2. Analisis

Pengumpulan data dari berbagai sumber yang sudah di verifikasi kebenarannya dan berdasarkan teori dari para ahli. Setelah itu dilakukannya proses kuesioner, wawancara dan observasi yang berguna mendapatkan informasi lebih banyak dan *insight* baru. Setelah itu, semua data yang sudah didapatkan dikumpulkan menjadi satu untuk di analisis.

3.8.3. Perancangan

Setelah mengumpulkan dan menganalisis data, masuk kedalam proses perancangan berdasarkan ide dan bentuk dasar yang telah ditentukan. Memvisualkan dan menghasilkan kualitas baik pada seluruh desain dan komponen pada *website*, seperti *system grid*, *layout*, interaksi, ikon, foto dan sebagainya, sehingga menjadi sebuah media informasi yang siap untuk digunakan.

3.8.4. Pengujian

Setelah proses implementasi selesai, proses pengujian awal harus dilakukan sebagai proses pencegahan dan meminimalisir kesalahan dan kerusakan apabila di akses oleh orang banyak, sehingga nantinya akan berjalan dengan baik.

3.8.5. Perawatan

Setelah itu, proses perawatan harus dilakukan pada media informasi seiring dengan berjalannya waktu untuk mengoptimalkan pemakaian dan menambah pengalaman masyarakat dalam menggunakan media informasi tersebut.