



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Desain Komunikasi Visual

Sesuatu yang berguna dan belum pernah ada sebelumnya yang dihasilkan dari aktifitas kreatif merupakan pengertian desain yang diungkapkan oleh Dr. J. B. Reswick (1965). Sementara menurut Prof. L. Bruce Archer (1977) desain didefinisikan sebagai hasil baru dari proses penyesuaian diri manusia atas segala hal yang ditemui baik secara material maupun spiritual yang dicerminkan dari pengalaman, kemampuan, dan pengetahuan manusia itu sendiri. Dari kedua definisi desain tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa desain merupakan proses kreatif terkait penciptaan hal baru yang dibuat berdasarkan pengalaman visual serta emosional dengan menggunakan kemampuan serta pengetahuan manusia dan memiliki kegunaan yang terkonsep.

Komunikasi merupakan proses yang melibatkan dua orang atau lebih dalam penyampaian suatu pesan atau informasi yang dapat menghubungkan satu sama lain secara verbal maupun non-verbal.

Visual merupakan penggambaran segala sesuatu yang dapat dilihat dan menarik perhatian indra penglihatan manusia.

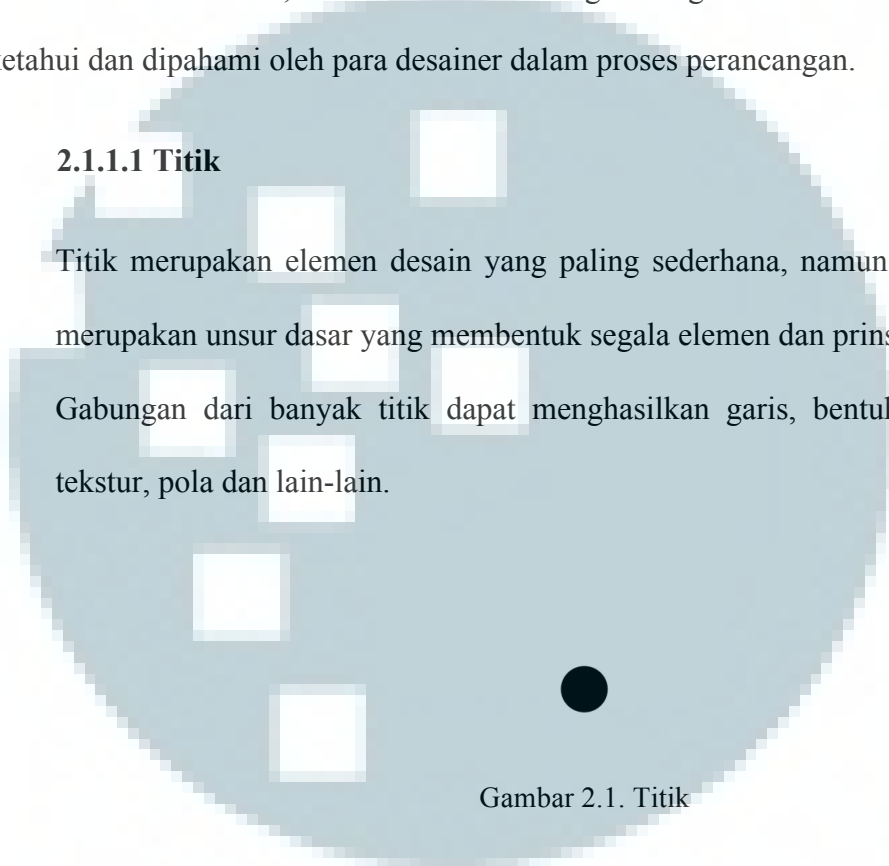
Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa definisi Desain Komunikasi Visual adalah suatu bidang pengetahuan yang berfokus pada penyampaian pesan baik yang berupa informasi maupun gagasan yang ditujukan kepada audiens secara visual yang bersifat menarik, komunikatif, efisien, dan efektif.

2.1.1 Elemen Desain

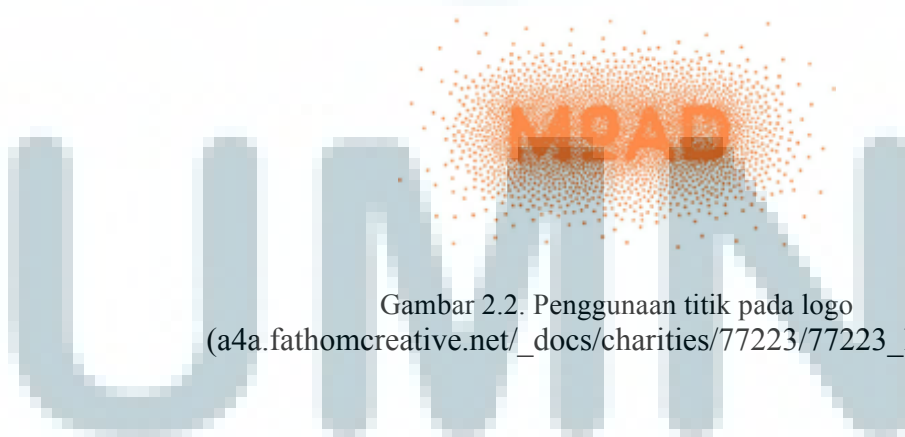
Menurut Poulin Richard (2011) elemen desain merupakan segala sesuatu yang membentuk suatu desain, oleh karena itu masing-masing elemen desain haruslah diketahui dan dipahami oleh para desainer dalam proses perancangan.

2.1.1.1 Titik

Titik merupakan elemen desain yang paling sederhana, namun titik juga merupakan unsur dasar yang membentuk segala elemen dan prinsip desain. Gabungan dari banyak titik dapat menghasilkan garis, bentuk, bidang, tekstur, pola dan lain-lain.



Gambar 2.1. Titik

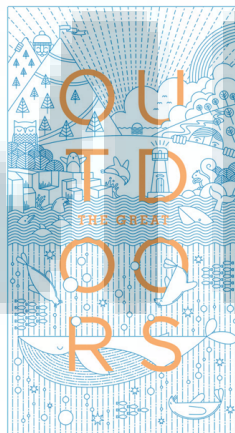


Gambar 2.2. Penggunaan titik pada logo
(a4a.fathomcreative.net/_docs/charities/77223/77223_logo.png)

2.1.1.2 Garis

Garis merupakan elemen dasar dalam desain grafis yang terbentuk dari dua titik atau lebih yang dihubungkan satu sama lain. Garis berperan penting dalam terciptanya suatu bentuk, garis juga dapat memberikan kesan estetis seperti garis-garis yang disusun sedemikian rupa dengan mengacu pada prinsip-prinsip desain sehingga garis-garis tersebut membentuk suatu pola.

Garis sudah memiliki arti tersendiri karena garis dapat menimbulkan kesan tertentu bagi pengamatnya. Kesan yang ada pada tiap garis berbeda-beda, garis lurus menimbulkan kesan kaku dan tegas sedangkan garis lengkung menimbulkan kesan luwes dan dinamis. Tidak hanya itu, kesan yang berbeda pada tiap garis juga tergantung pada tebal-tipis, ukuran dan penempatannya. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa kumpulan garis-garis yang disusun sedemikian rupa dapat mewujudkan unsur-unsur penyusun dalam desain seperti simetris, ritme, keseimbangan, *emphasis*, dan lain lain. (Djelantik, 1990: 20).



Gambar 2.3. Penggunaan garis pada poster
(<http://www.behance.net/gallery/The-Great-Outdoors/3417171>)

2.1.1.3 Bentuk

Bentuk merupakan elemen datar yang memiliki panjang dan lebar. Bentuk tersusun dari rangkaian titik yang tidak terhitung lagi sehingga membentuk identitas yang baru.

Lingkaran, persegi, dan segitiga merupakan contoh bentuk yang paling dasar. Dari ketiga bentuk dasar tersebut dapat diciptakan bentuk-bentuk yang lebih kompleks seperti, persegi panjang, oval, trapesium, segi lima, segi enam, dan lain lain.



Gambar 2.4. Bentuk-bentuk dasar
(<http://www.paintdrawpaint.com/2010/10/drawing-basics-simplifying-shape-and.html>)



Gambar 2.5. Penggunaan bentuk pada *logotype*
(<http://www.behance.net/gallery/Russian-Nail-Shop/12301195>)

2.1.1.4 Tekstur

Tekstur merupakan kualitas pada suatu permukaan yang dapat dilihat maupun dirasakan. Tekstur kerap membantu manusia dalam memahami

sifat dari suatu benda. Hal ini juga berlaku terhadap tekstur pada elemen desain, tekstur biasanya mencitrakan fungsi visual sebuah desain. Misalnya permukaan brosur yang elegan dengan tekstur yang halus mencitrakan hotel mewah yang dipromosikan pada brosur. Dalam dunia desain, tekstur dapat berupa fisik maupun virtual. Tekstur juga digunakan untuk menciptakan kesan tertentu yang mendukung sebuah desain.

2.1.1.5 Warna

Warna merupakan bagian dari cahaya yang dipantulkan dari suatu objek yang kita lihat. Warna dapat menggambarkan suatu realita, mencitrakan suasana serta perasaan, maupun menyampaikan informasi. Oleh sebab itu warna memiliki peran penting dalam suatu desain, sebagaimana yang disampaikan oleh Smithshuijzen (2007), *“Color is one of the most empathetic parts of a design.”* Warna pada desain memiliki fungsi untuk menonjolkan dan menyembunyikan serta memisahkan dan menggabungkan sesuatu.

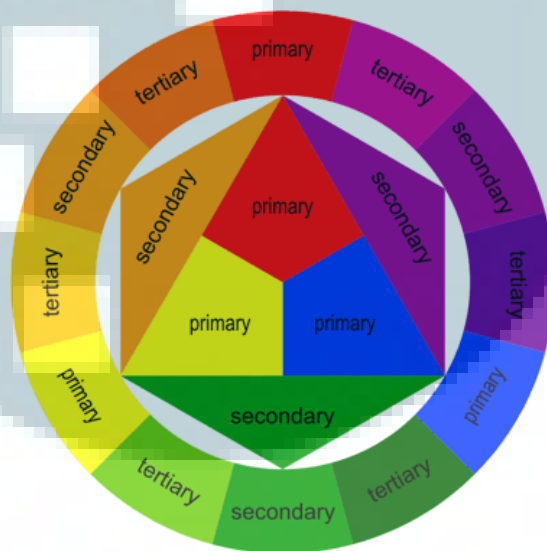
Warna memiliki tiga karakteristik utama. Karakteristik pertama adalah *hue*, yang merupakan nama dari suatu warna. Warna sendiri dapat dikelompokkan menjadi tiga, yakni sebagai berikut:

1. Warna Primer, yakni kuning, merah, dan biru.
2. Warna Sekunder, yakni warna yang didapatkan dari percampuran dua warna primer. Warna sekunder diantaranya oranye, yang merupakan hasil campuran warna kuning dan merah; hijau yang merupakan hasil

campuran dari warna kuning dan biru; serta ungu yang merupakan hasil campuran dari warna merah dan biru.

3. Warna tersier, yakni warna yang didapatkan dari percampuran warna primer dan sekunder. Warna tersier diantaranya kuning-oranye, merah-oranye, merah-ungu, biru-ungu, biru-hijau, dan kuning-hijau.

Berikut ini merupakan lingkaran warna yang didalamnya terdapat warna primer, sekunder dan tersier :



Gambar 2.6. Lingkaran warna (*color wheel*)

(<http://www.web-designers-directory.org/images/articles/colortypes.gif>)

Karakteristik warna yang kedua adalah *value*, yang merupakan gelap dan terangnya *hue* atau warna. Karakteristik yang terakhir adalah *intensity*, yang merupakan tingkat kejelasan dari *hue* yang juga disebut *chroma*.

Terdapat dua sistem warna yang bisa digunakan, yakni sistem warna *additive* dan *subtractive*. Sistem warna yang digunakan dalam mendesain tergantung pada media yang digunakan oleh desainer. Berikut merupakan penjelasan mengenai kedua sistem warna tersebut:

Warna *Additive*, digunakan pada saat desainer bekerja pada media digital (komputer). Warna yang terlihat pada layar tercipta dari cahaya yang menggunakan metode warna *additive*. Warna *additive* berbasis pada RGB (*red, green, blue*) sebagai warna pokok. Warna additive merupakan warna yang dihasilkan menggunakan cahaya yang sistem pencampuran warnanya dimulai dari warna hitam ke warna putih sehingga hasil penggabungan warna primer RGB akan semakin terang dan berujung pada warna putih.



Gambar 2.7. Warna *additive*

(<http://www.worqx.com/color/images/additive-system.gif>)

Warna *Subtractive*, digunakan pada saat desainer bekerja pada media lukis (manual) serta pada proses *printing*. Warna subtractive berbasis pada CMYK (cyan, magenta, yellow, key) sebagai warna pokok.

Berbeda dengan warna additive, sistem percampuran warna subtractive dimulai dari warna putih ke warna hitam sehingga hasil penggabungan warna primer CMYK akan semakin gelap dan berujung pada warna hitam.



Gambar 2.8. Warna *subtractive*

(<http://www.worqx.com/color/images/subtractive-system.gif>)

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, warna dapat menggambarkan suatu realita, mencitrakan suasana serta perasaan, serta menyampaikan informasi. Hal ini sangatlah berkaitan dengan aspek psikologis manusia sehingga masing-masing warna akan memberikan kesan serta dampak psikologis yang berbeda pada saat kita melihatnya.

2.1.2 Prinsip Desain

Prinsip desain merupakan prinsip terkonsep yang digunakan untuk menyusun dan mengatur elemen-elemen desain secara struktural. Terdapat enam prinsip desain yang perlu diketahui, diantaranya:

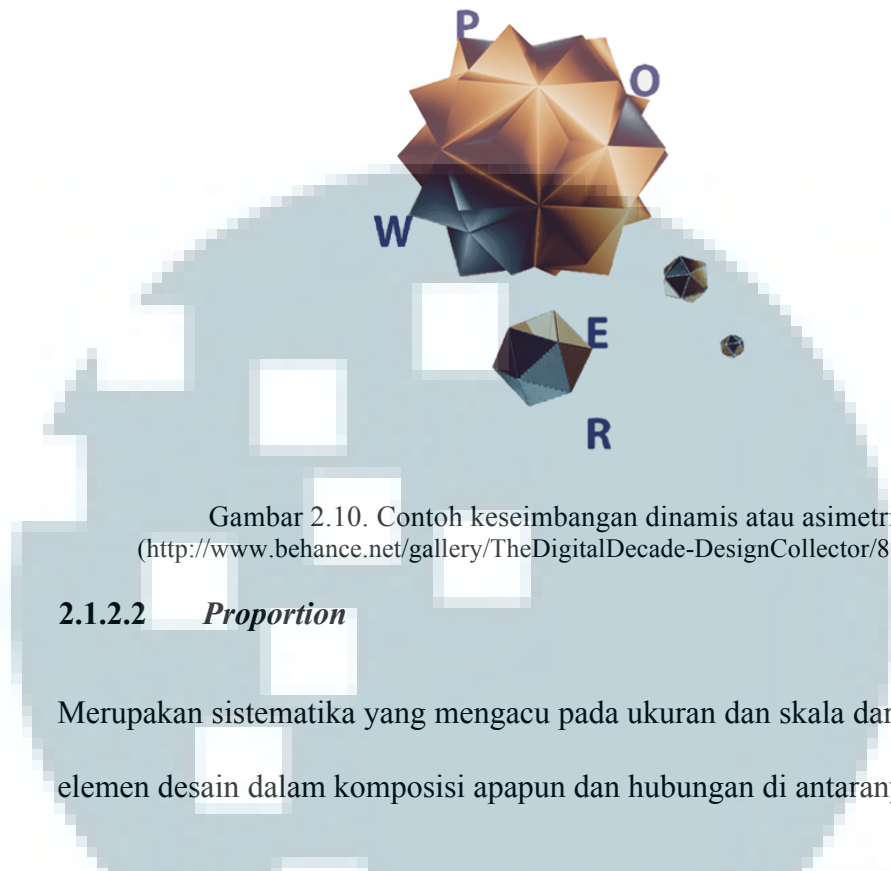
2.1.2.1 *Balance*

Merupakan integrasi yang sesuai serta pengaturan yang harmonis antara elemen-elemen yang ada pada sebuah desain sehingga tercapai komposisi desain yang seimbang.

Prinsip desain ini dapat dibagi menjadi dua yakni, keseimbangan formal atau simetris dan keseimbangan dinamis atau asimetris. Keseimbangan formal atau asimetris dapat dilakukan dengan meletakkan elemen desain secara seimbang dan memiliki komposisi yang sama baik di sisi kiri maupun di sisi kanan layaknya *mirror image*. Sementara keseimbangan dinamis atau asimetris dapat dilakukan dengan meletakkan elemen desain tidak pada komposisi yang sama, mengacak, dan dinamis namun tetap memiliki keseimbangan visual.



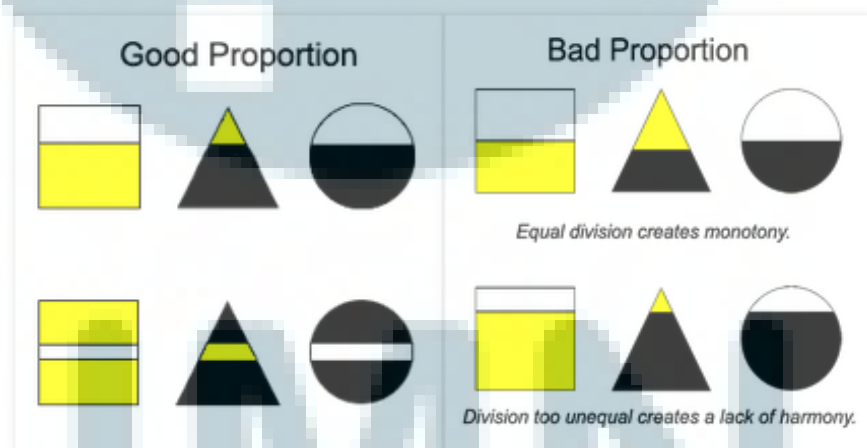
Gambar 2.9. Contoh keseimbangan formal atau simetris (<http://www.behance.net/gallery/Green-Man-Studies/1949167>)



Gambar 2.10. Contoh keseimbangan dinamis atau asimetris
(<http://www.behance.net/gallery/TheDigitalDecade-DesignCollector/8896831>)

2.1.2.2 *Proportion*

Merupakan sistematika yang mengacu pada ukuran dan skala dari berbagai elemen desain dalam komposisi apapun dan hubungan di antaranya.



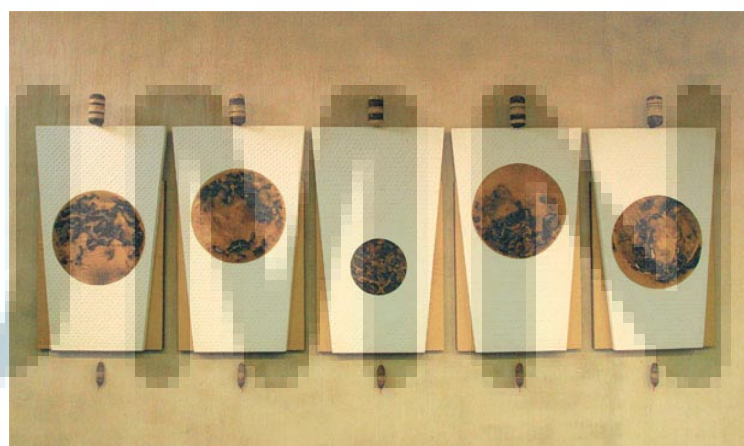
Gambar 2.11. Proporsi desain yang buruk dan yang baik
(<http://acotcherrybits.blogspot.com/2011/12/design-principles-proportion.html>)

2.1.2.3 *Emphasis*

Merupakan penekanan yang kontras pada sebuah desain yang bertujuan untuk menciptakan fokus dan dominasi visual. Berbagai macam hal dapat dilakukan untuk mencapai *emphasis* diantaranya dengan menekankan warna, bentuk, ukuran, atau elemen desain lainnya.



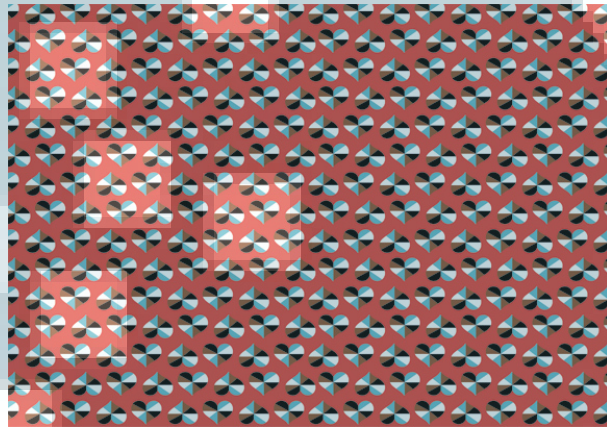
Gambar 2.12. *Emphasis* pada warna
(<http://www.behance.net/gallery/Mad-Housewife/10605905>)



Gambar 2.13. *Emphasis* pada ukuran dan posisi
(<http://lnhsgraphicdesign1.pbworks.com/f/zulu03a.jpg>)

2.1.2.4 *Repetition*

Merupakan pengulangan elemen-elemen visual yang dilakukan secara terencana dan konsisten yang biasanya tujuan untuk membuat desain lebih menarik dan terlihat aktif.



Gambar 2.14. Contoh *repetition*
(<http://www.behance.net/gallery/Some-patterns/11245285>)

2.1.2.5 *Rhythm*

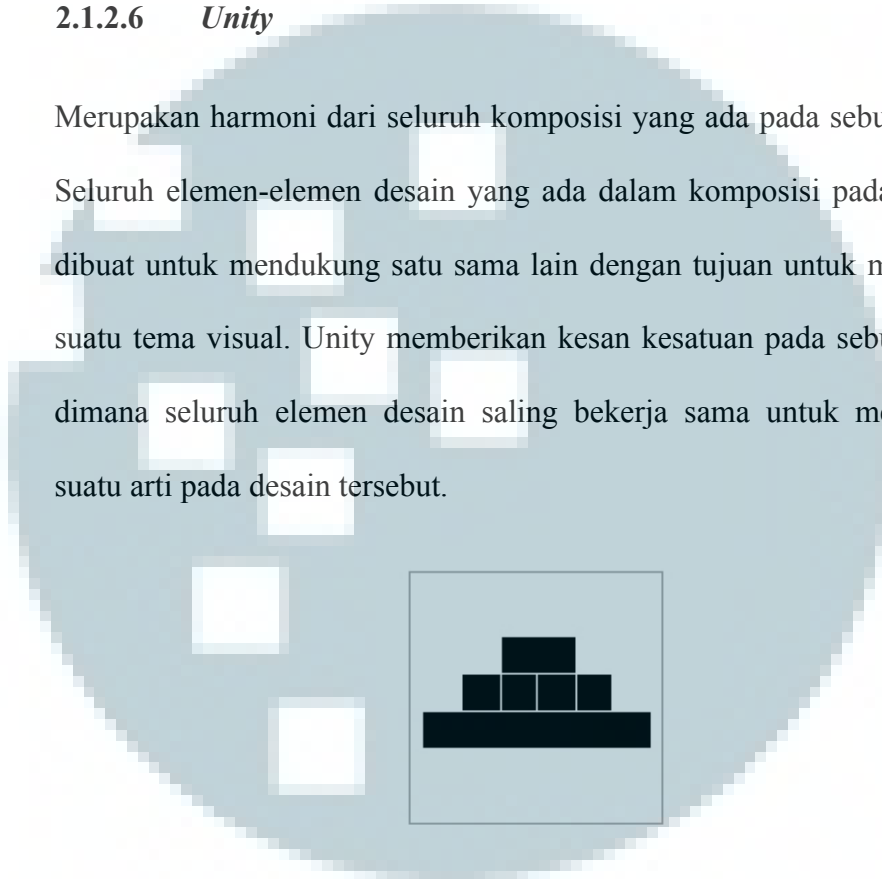
Merupakan pola atau irama yang kuat dan dilakukan berulang kali atas elemen-elemen visual yang ada pada sebuah desain. Keberagaman elemen visual sangatlah penting untuk menjaga ritme yang menarik pada desain sehingga desain tidak terlihat monoton.



Gambar 2.15. Contoh-contoh *rhythm*
(<http://www.behance.net/gallery/Balance-Chaos-Contrast-Rhythm/12216583>)

2.1.2.6 *Unity*

Merupakan harmoni dari seluruh komposisi yang ada pada sebuah desain. Seluruh elemen-elemen desain yang ada dalam komposisi pada dasarnya dibuat untuk mendukung satu sama lain dengan tujuan untuk membentuk suatu tema visual. Unity memberikan kesan kesatuan pada sebuah desain dimana seluruh elemen desain saling bekerja sama untuk menciptakan suatu arti pada desain tersebut.



Gambar 2.16. *Unity*
(<http://www.designdeeper.com/wp-content/uploads/2013/01/PostHeader1.jpg>)

2.1.3 Tata Letak

Tata letak merupakan ‘nyawa’ dari sebuah desain, baik dalam media cetak maupun digital karena tata letak harus dapat mempresentasikan konten di dalam sebuah desain baik teks maupun gambar secara efektif, menarik, dan mudah untuk dibaca.

Menurut Ambrose dan Harris (2005) definisi tata letak merupakan pengaturan letak teks, gambar, dan elemen desain lainnya yang terdapat pada

suatu desain. Tata letak akan mempengaruhi aspek emosional audiens dalam melihat dan menerima konten yang ada. Desain tata letak yang baik, tepat, dan sesuai dengan konten yang disampaikan akan menambah nilai lebih di mata audiens.



Gambar 2.17. Contoh *layout* pada sebuah majalah
(<http://www.behance.net/gallery/MONO-TYPO-No-2/9252131>)

2.1.3.1 *Grid*

Grid merupakan acuan dasar yang digunakan untuk membuat desain secara terstruktur serta memegang peranan penting dalam menjaga keteraturan dan pembagian ruang atas segala informasi dan elemen pada sebuah desain. Menurut Beth Tondreau (2009), *Grid* memiliki enam komponen di dalamnya yaitu:

a. *Columns*

Merupakan ruang yang berbentuk segi panjang vertikal yang di dalamnya dapat diisi oleh tulisan, gambar, maupun elemen desain lainnya.

b. *Modules*

Merupakan suatu bagian yang telah ditentukan ukuran dan letaknya yang dipisahkan dari bagian lain dengan jarak dan spasi tertentu.

c. *Margins*

Merupakan wilayah tepi dengan jarak tertentu antara ukuran potong kertas dengan konten dari sebuah desain.

d. *Spatial Zones*

Merupakan kelompok yang terbentuk dari gabungan *modules* atau *columns* yang kemudian membentuk area tertentu yang dapat diisi dengan tulisan, gambar, atau informasi lainnya.

e. *Flowlines*

Merupakan penjajaran atau pengaturan atas ruang dan elemen-elemen pada desain sehingga terciptanya garis horizontal.

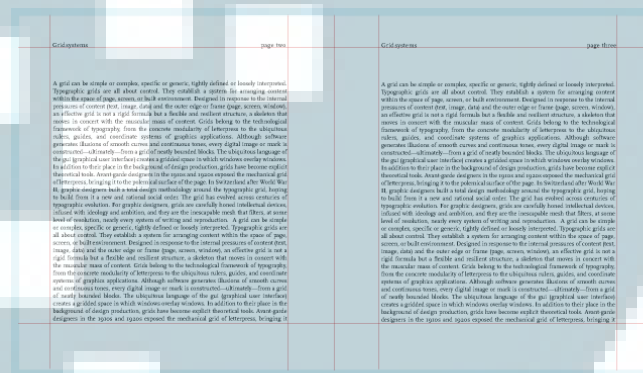
f. *Markers*

Merupakan petanda yang dapat membantu pembaca dalam memahami segala informasi pada suatu halaman maupun dokumen.

Beth Tondreau (2009) juga menjelaskan bahwa terdapat lima struktur dasar *grid*, diantaranya:

a. *Single-column grid*

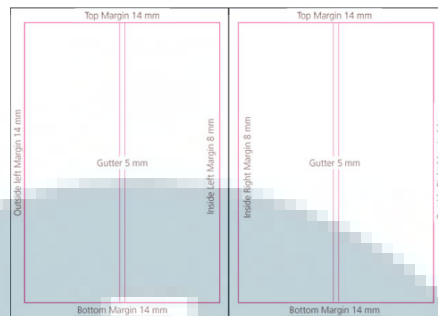
Merupakan struktur yang paling dasar dalam sistem *grid* dengan satu kolom saja pada satu halaman. Struktur ini biasanya hanya diisi oleh teks seperti pada buku dan *essay*.



Gambar 2.18. *Single-column grid*
(http://papress.com/thinkingwithtype/grid/images/single_column.gif)

b. *Two-column grid*

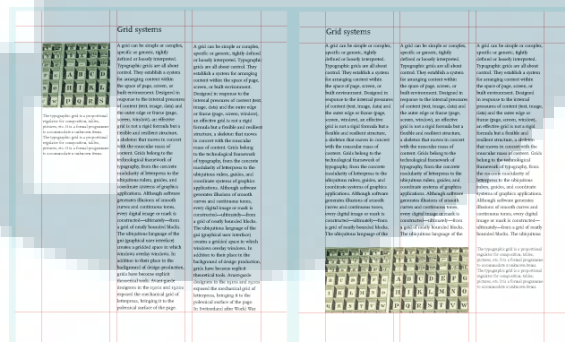
Terdiri dari dua kolom yang terpisah dalam satu halaman. Ukuran kedua kolom tidaklah harus sama panjang. Kedua kolom dapat diisi dengan teks, gambar, dan informasi lainnya.



Gambar 2.19. *Two-column grid*
(brandguide.novozymes.com/Menu/Tools+and+applications/Layout/Grid/NZ114-1.jpg)

c. *Multicolumn grids*

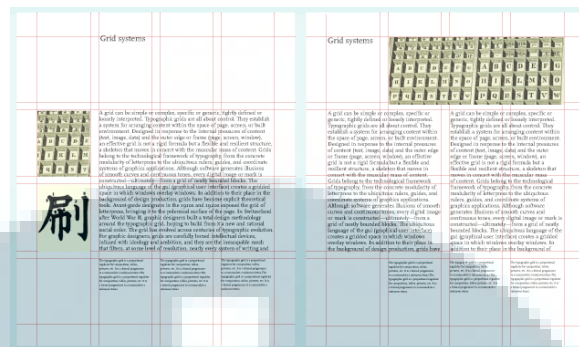
Struktur *grid* ini lebih fleksibel dari kedua struktur sebelumnya karena terdiri dari tiga atau lebih kolom pada satu halaman.



Gambar 2.20. *Multicolumn grids*
(<http://papress.com/thinkingwithtype/grid/images/multicolumn.gif>)

d. *Modular grids*

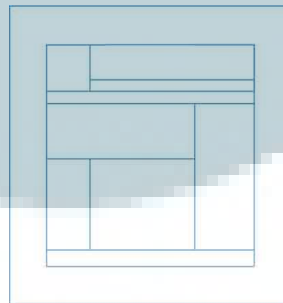
Struktur *grid* ini terdiri dari susunan modul yang cukup banyak sehingga struktur ini sangatlah tepat untuk memenuhi kebutuhan desain serta informasi yang kompleks.



Gambar 2.21. *Modular grids*
(<http://papress.com/thinkingwithtype/grid/images/modular.gif>)

e. *Hierarchical grids*

Struktur ini membagi satu halaman menjadi beberapa area desain, dengan begitu desainer dapat lebih fokus mengatur konten pada setiap area..



Gambar 2.22. *Hierarchical grids*
(<http://www.webdesignstuff.co.uk/kp111/files/2012/01/hierarchy.jpg>)

2.1.4 Tipografi

Rob Carter, Ben Day, dan Philip Meggs (2009), mendefinisikan bahwa tipografi merupakan bentuk visual dari komunikasi karena deretan huruf yang tersusun menjadi sebuah kata maupun kalimat dapat mengkomunikasikan pikiran, ide, serta informasi yang ingin disampaikan manusia.

Sementara menurut Supriyono (2010), tipografi merupakan cabang ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang alfabet secara mendalam serta tentang pengaplikasian sebuah jenis alfabet sesuai dengan karakteristiknya.

Dari kedua definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa tipografi merupakan cabang ilmu yang mempelajari tentang huruf yang merupakan bagian dari komunikasi visual serta mengetahui bagaimana kita menerapkan suatu jenis huruf atau *typeface* secara tepat sehingga informasi yang ingin disampaikan lebih efektif.

Dalam tipografi moderen saat ini terdapat dua jenis *typeface* yakni *serif* dan *sans serif*. *Serif* merupakan jenis *typeface* yang memiliki ciri yaitu terdapat kaki pada ujung-ujung hurufnya dan adanya tingkat ketebalan yang berbeda pada setiap huruf. Sementara huruf *sans serif* tidak memiliki kaki pada ujung-ujung huruf dan ketebalan pada tiap-tiap huruf sama.

Menurut Danton Sihombing (2001), terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam tipografi diantaranya; *legibility*, *readability*, *visibility*, dan *clarity*. *Legibility* ialah tingkat kejelasan dari bentuk suatu huruf. *Readability* ialah tingkat kemudahan dalam membaca tiap-tiap huruf. *Visibility* ialah tingkat kemudahan dalam melihat suatu huruf. *Clarity* ialah kejelasan secara kasat mata yang harus dimiliki suatu huruf.

2.1.5 Fotografi

Pengertian fotografi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah seni dan gambar yang dihasilkan dari cahaya yang ditorehkan pada film.

Definisi fotografi dalam KBBI tersebut turut diamini Amir Hamzah Sulaeman (1987), yang menyatakan bahwa fotografi adalah proses menulis atau melukis dengan menggunakan cahaya; sesuai dengan asal kata foto yang berarti cahaya dan grafi yang berarti menulis atau melukis.

2.1.6 Website

Menurut Mark William Bell, *website* merupakan salah satu metode untuk menyalurkan dan mendapatkan informasi melalui komputer yang terhubung dengan jaringan internet.

Sementara menurut Matthew MacDonald, *website* merupakan salah satu media untuk bertukar informasi yang dapat diakses melalui *web browser* dengan menggunakan jaringan internet.

Dari Kedua definisi tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *website* merupakan media *online* yang digunakan untuk menyalurkan maupun mendapatkan informasi tertentu yang dapat diakses melalui *web browser*.

2.2. Promosi

Promosi merupakan salah satu bagian dari elemen pemasaran selain daripada produk, tempat distribusi, dan harga. Salah satu teknik promosi yang cukup efektif adalah *advertising* atau periklanan. Selain itu promosi juga dapat dilakukan melalui komunikasi langsung seperti *public relations*; *personal sales*; *corporate communications*; *direct mail*; dan teknik marketing langsung lainnya (Hackley, 2010.)

2.2.1. Above The Line

Menurut Ray Donnelly (2012), *above the line* merupakan segala kegiatan promosi yang dilakukan melalui media massa seperti pers, majalah, radio, televisi, bioskop, *billboard*, dan *search engine* yang memiliki jangkauan luas. Kegiatan promosi *above the line* berkaitan dengan agensi periklanan.

2.2.2. Below The Line

Menurut Paul Smith dan Jonathan Taylor (2004), kegiatan promosi *below the line* mengacu pada *sales promotion* dan *public relation* yang menggunakan media komunikasi lain yang lebih sempit jangkauannya daripada *above the line*. Media yang termasuk dalam kategori *below the line* diantaranya *flyer*, brosur, poster, dan lain-lain.

2.2.3. Segmenting

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008), segmentasi pasar merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan pemasaran secara tepat dengan membagi pasar menjadi segmen yang lebih kecil. Terdapat tiga variabel utama yang dapat digunakan untuk melakukan segmentasi pasar yakni, geografis, demografis dan psikografis. (Hlm. 225)

2.2.4. Targeting

Targeting dalam pemasaran berarti penetapan target pasar dengan mengevaluasi tiap-tiap daya tarik segmen pasar kemudian memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. (Kotler & Armstrong, 2008: 225)

2.3. Museum

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan museum sebagai bangunan yang diperuntukkan bagi benda-benda peninggalan sejarah, seni, pengetahuan, serta benda-benda kuno yang layak untuk dipamerkan kepada masyarakat luas. Sementara itu, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1995 Pasal 1 Ayat (1), Museum merupakan wadah atau tempat yang bertujuan untuk menjaga kelestarian serta melindungi benda-benda bersejarah, warisan kebudayaan, serta kesenian dengan cara menyimpan, merawat, dan mengamankan benda-benda tersebut.

Dari kedua definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa museum merupakan tempat disimpan dan dipamerkannya benda-benda bersejarah, kesenian dan kebudayaan, juga ilmu pengetahuan untuk seterusnya dirawat, diamankan, dan dilestarikan keberadaannya demi menjaga warisan budaya bangsa.

Terdapat dua fungsi utama museum menurut Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1995, pertama museum sebagai tempat pelestarian benda cagar budaya dengan melaksanakan kegiatan penyimpanan yang meliputi pengumpulan benda cagar budaya untuk dijadikan koleksi, mencatat segala data setiap benda koleksi, serta sistem penomoran dan penataan koleksi; kegiatan perawatan dengan mencegah kerusakan serta menanggulangi kerusakan benda koleksi; kegiatan pengamanan dengan memberi perlindungan untuk menjaga benda koleksi dari gangguan atau kerusakan oleh alam maupun manusia. Fungsi kedua yakni, museum sebagai sumber informasi juga ilmu pengetahuan dengan melakukan

kegiatan penelitian untuk mengembangkan kebudayaan, ilmu pengetahuan, dan teknologi; serta kegiatan penyajian benda koleksi untuk dipamerkan demi kepentingan masyarakat luas dengan memperhatikan aspek pelestarian dan pengamanannya, baik dalam rangka memberikan ilmu pengetahuan maupun demi kepuasan pengunjung sebagai penikmat seni.

Menurut Direktorat Museum (2009), museum di Indonesia terbagi menjadi beberapa jenis dengan klasifikasi yang berbeda yakni:

1. Berdasarkan benda koleksi yang dimiliki museum

- Museum Umum, merupakan museum yang benda koleksinya terdiri dari kumpulan bukti material manusia dan lingkungannya yang berkaitan dengan berbagai cabang seni, ilmu pengetahuan, dan teknologi.
- Museum Khusus, merupakan museum yang benda koleksinya terdiri dari kumpulan bukti material manusia atau lingkungannya yang berkaitan dengan salah satu cabang seni, salah satu cabang ilmu pengetahuan, maupun salah satu cabang teknologi

2. Berdasarkan kedudukan museum

- Museum Nasional, merupakan museum yang benda koleksinya terdiri dari kumpulan benda yang berasal, mewakili dan berkaitan dengan bukti material manusia atau lingkungan dari seluruh wilayah Indonesia dengan nilai nasional.

- Museum Provinsi, merupakan museum yang benda koleksinya terdiri dari kumpulan benda yang berasal, mewakili, dan berkaitan dengan bukti material manusia dan lingkungan dari wilayah provinsi dimana museum tersebut berada.
- Museum Lokal, merupakan museum yang benda koleksinya terdiri dari kumpulan benda yang berasal, mewakili, dan berkaitan dengan bukti material manusia dan lingkungan dari wilayah kabupaten atau kota dimana museum tersebut berada.

2.4. Layang - Layang

Definisi layang-layang berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kertas yang dilekatkan pada suatu kerangka yang dapat diterbangkan ke udara dengan menggunakan tali sebagai kendalinya.

Layang-layang merupakan salah satu warisan budaya dunia yang dilahirkan di tanah Indonesia, 4000 tahun lalu (W. H. Tritonugroho, 2009). Layang-layang tertua di dunia yakni, layang-layang kaghati, berhasil ditemukan pada dinding sebuah gua yang terletak di desa Liang Kobori, Kabupaten Muna, Sulawesi Tenggara (Hlm. 48). Layang-layang kaghati terbuat dari daun kolope (daun gadung) dan lidi. (Navita Kristi, 2012: 117).

Di Indonesia, layang-layang kerap dikenal sebagai permainan saja. Sedikit masyarakat yang mengetahui bahwa layang-layang terlibat di dalam kehidupan sehari-hari maupun acara adat di berbagai pelosok nusantara. Di Kalimantan Selatan terdapat sepasang layang-layang yakni, Dandang Laki yang berwarna

merah muda dan Dandang Bini yang berwarna hijau tua; kedua layang-layang tersebut biasanya diterbangkan di sawah pada musim panas setelah masa panen dengan harapan musim panen berikutnya dapat membawa kemakmuran bagi masyarakat setempat (W. H. Tritonugroho, 2009). Berdasarkan data dari situs www.tribunnews.com yang diakses pada tanggal 2 Maret 2014, di pulau Buton, Sulawesi Tenggara, layang-layang digunakan untuk memancing ikan dengan cara memasang umpan udang tiruan pada tali layang-layang sehingga saat layang-layang diterbangkan umpan terlihat seolah melompat di permukaan air dan masyarakat disana mengakui bahwa cara tersebut lebih mudah dan menghasilkan ikan lebih banyak. Informasi yang penulis dapat dari situs www.kompas.com yang diakses pada tanggal 3 Maret 2014 juga menyebutkan bahwa cara yang sama juga dilakukan oleh nelayan di teluk Lampung, Sumatera Selatan, yang menggunakan layang-layang untuk memancing ikan. Menurut sumber yang sama, di Bali layang-layang dimainkan sebagai tanda syukur masyarakatnya kepada dewata serta demi kesuburan tanah mereka. Sementara di Jawa Barat, layang-layang digunakan untuk menangkap kelelawar (Bacon & Collins, 2007: 247).

Selain di dalam negeri, layang-layang juga memiliki peran terkait perkembangan teknologi melalui ekspedisi sains para penemu asing. Salah satu ekspedisi yang terkenal yakni, ekspedisi Benjamin Franklin yang menerbangkan layang-layang dengan kawat runcing di lekatkan di atasnya untuk memancing petir agar mengenai ujung kawat runcing dan kemudian dapat diketahui suatu fakta bahwa petir mengandung energi listrik (Block, 2004: 78-79). Selain itu

ekspedisi lainnya dilakukan oleh Wilbur dan Orville Wright, mereka memainkan layang-layang sambil mencermati bagaimana layang-layang dapat terbang di udara serta mengamati bagaimana layang-layang dapat dengan mudah dikendalikan dengan tali; semenjak saat itu mereka mengetahui logika tentang bagaimana cara mengendalikan benda yang terbang di udara dari daratan. (McPherson & Gardner, 2004: 37-38).

UMN