



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. Metodologi Pengumpulan Data

Perancangan Media buku Anjungan Nusantara di Taman Mini Indonesia Indah dilakukan peneliti dengan menggunakan cara pengumpulan data gabungan dengan data kualitatif melalui metode observasi, studi eksisting, serta wawancara dan data kualitatif dengan metode penyebaran kuesioner. Peneliti melakukan observasi lapangan menuju lokasi penelitian untuk mengetahui informasi dan keadaan kondisi penelitian saat ini dengan melakukan dokumentasi, dan analisis. Untuk studi eksisting peneliti melakukan analisis tempat wisata budaya yang ada di Indonesia khususnya Jakarta untuk mengetahui SWOT serta menarik kesimpulan yang dijadikan sebagai bahan data untuk perancangan karya tugas akhir. Wawancara akan dilakukan secara terstruktur kepada staff Taman Mini Indonesia Indah dibidang promosi dan pengelolaan Anjungan untuk mengetahui secara langsung pendapat serta pengumpulan data dari masing-masing narasumber. Kemudian, kuesioner dilakukan dengan online untuk mengetahui ketertarikan dan pengetahuan masyarakat mengenai wawasan anjungan atau budaya Indonesia serta Taman Mini Indonesia Indah.

3.1.1. Observasi

Observasi lapangan dilakukan pada tanggal 9 Febuari 2020, dan 16 Febuari 2020. Pada kesempatan itu penulis mencari data informasi serta media apa saja yang digunakan oleh Taman Mini Indonesia Indah untuk pengunjung. Pengunjung saat itu kurang lebih sekitar 10.000 orang.



Gambar 3.11. Baliho Anjungan TMII

Dalam informasi mengenai acara dan pegelarannya TMII lebih sering menggunakan baliho yang dipajang pada pintu gerbang masuk TMII. Ukuran yang digunakan sebesar 3 meter x 5 meter. Baliho diperbarui setiap 1-2 bulan sekali.



Gambar 3.11. Petunjuk Arah Anjungan TMII

Untuk petunjuk arah sendiri hanya ada di beberapa titik lokasi, petunjuknya pun sudah lama dan using. Lokasi petunjuk arah biasa ada di pertigaan atau persimpangan empat didekat pintu masuk. Untuk petunjuk arah Anjungan sendiri belum ada.



Gambar 3.11. Baliho dan *Signage* Anjungan TMII

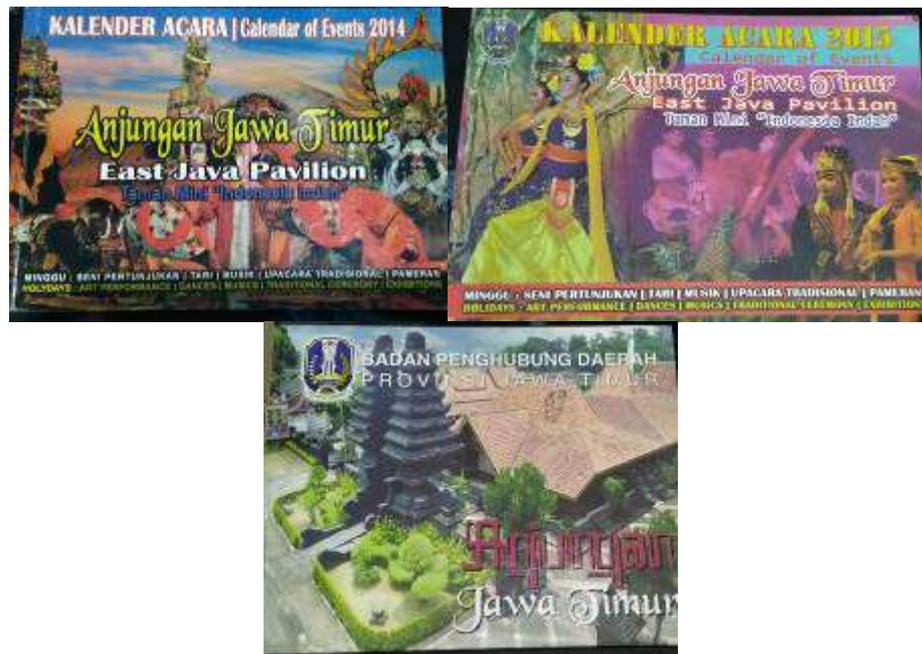
Di anjungan sendiri hanya terdapat baliho yang dipasang di depan atau di belakang anjungan sebesar 3 x 2 meter, tergantung tiap anjungan. Informasi yang ditampilkan seputar acara dan kegiatan yang dilakukan anjungan atau ucapan selamat datang.



Gambar 3.11. Baliho Anjungan TMII

Untuk informasi seputar kebudayaan di Anjungan sendiri hanya berupa papan batu yang sekedar menampilkan namanya tanpa ada informasi apa yang bermanfaat dari benda tersebut atau sejarahnya.





Gambar 3.11. Buku Anjungan TMII

Media buku ini hanya dapat diambil melalui staff anjungan karena sifatnya yang sudah terbatas. Para pengunjung hanya boleh melihat-lihat sekilas di perpustakaan anjungan. Namun tidak semua anjungan memiliki fasilitas perpustakaan yang bersifat umum. Media buku ini sudah lama tidak diupdate, terakhir diperbaharui hanya sampai tahun 2015. Kini anjungan hanya mengandalkan media sosial dan baliho untuk memberikan informasi seputar anjungan.

3.1.2. Wawancara

3.1.2.1. Staff Anjungan Taman Mini Indonesia Indah

Peneliti melakukan wawancara bersama salah satu staff Anjungan Taman Mini Indonesia Indah bernama Pak I Made Pramana. Pak Made Pramana adalah staff yang berkerja dibidang promosi dan pengelolaan anjungan

Taman Mini Indonesia, dari hasil wawancara Pak Made mengatakan bahwa Anjungan ini memang kurang menarik lagi, pengunjung hanya datang untuk berfoto atau ketika ada acara saja untuk menonton pertunjukkan.



Gambar 3.121. Wawancara dengan Staff Promosi Anjungan TMII

Media yang digunakan untuk promosi adalah sosial media *Instagram* dan *Facebook*, serta brosur Anjungan namun stoknya sendiri hanya terbatas. Untuk perpustakaan sendiri hanya beberapa anjungan saja yang masih membukanya untuk umum dikarenakan buku-buku yang digunakan sudah tua atau tidak di perbaharui lagi. Kegiatan Anjungan sendiri biasa diatur oleh sanggar tari atau teater, anjungan hanya memfasilitasi tempat untuk acara dengan promosi menggunakan Baliho.

Kegiatan Anjungan lainnya adalah menerima studi tour dari sekolah-sekolah atau turis nasional hingga mancanegara. Harapan Pak Made sendiri untuk anjungan adalah agar lebih banyak pengunjung yang datang dan meramaikan Anjungan, serta bantuan pemerintah untuk memperbaiki fasilitas Anjungan agar lebih modern.

3.1.2.2. Pengunjung Taman Mini Indonesia Indah

Wawancara selanjutnya dilakukan di sekitar Tugu Api Taman Mini Indonesia Indah dikarenakan banyak pengunjung yang berwisata di sana. Pada kesempatan kali ini penulis mewawancarai dua siswi SMK berumur 17 sesuai dengan target batasan masalah pada penelitian. Rani dan Tania berkunjung ke TMII untuk liburan sambil melakukan tugas dokumentasi video untuk keperluan sekolah mereka. Mereka datang hanya ke beberapa Anjungan saja dikarenakan jarak dan informasi peta yang membingungkan.



Gambar 3.122. Wawancara dengan Pengunjung TMII

Menurut mereka fasilitas informasi anjungan sangatlah kurang sehingga menyulitkan mereka untuk mencari data sebagai laporan tugas mereka. Ketika penulis menunjukkan informasi buku dan brosur dari perpustakaan mereka tidak tahu perihal itu dan tidak mendapatkannya dari anjungan. Harapan mereka untuk anjungan TMII adalah supaya lebih menarik dan modern sehingga tidak kalah dengan museum-museum lainnya di Indonesia.

3.1.3. Kuesioner

Kuesioner berisikan pertanyaan tentang pandangan dan ketertarikan masyarakat terhadap anjungan di Taman Mini Indonesia Indah. Kuesioner ini berisikan 5 pertanyaan umum, 8 pertanyaan seputar anjungan Taman Mini Indonesia, dan 2 pertanyaan singkat masyarakat terhadap kondisi serta harapan terhadap anjungan Taman Mini Indonesia Indah. Kuesioner ini disebar secara *online* ke media sosial dan pengunjung Taman Mini Indonesia sejak tanggal 9 Februari hingga 23 Mei 2020 dan berhasil mendapatkan 100 responden yang sudah terkurasi.

Secara demografis, perancangan media buku ini ditargetkan untuk pria dan wanita yang mengetahui tentang budaya Indonesia atau Taman Mini Indonesia Indah. Dari hasil kuesioner, terdapat 67 responden wanita dan 33 responden pria. Para responden mayoritas adalah berumur 13 hingga 20 (84 orang), dan sesuai target perancangan media buku pada batasan masalah. Peneliti menganalisa bahwa para remaja dan dewasa awal yang paling sering mengunjungi Taman Mini Indonesia Indah. Untuk profesi sendiri, 70 responden adalah pelajar, 22 responden mahasiswa, dan 8 responden pekerja, sehingga dapat dianalisis bahwa media buku ini bisa dominan ditujukan untuk remaja pelajar dan mahasiswa.

Tabel 3.13. Tabel Tempat Tinggal Responden

Kota Tempat Tinggal	Responden
Jakarta	37
Tangerang	28
Depok	20
Bogor	8
Bekasi	4
Bandung	3
Total	100

Berdasarkan geografis mayoritas responden tinggal di Jakarta, atau sekitarnya. Dan responden paling terjauh adalah Kota Bandung. Ini membuktikan bahwa Taman Mini Indonesia didatangi oleh pengunjung se-Jadobotabek.

Tabel 3.1.3. Kunjungan ke TMII

Pernah ke TMII	Responden
Ya	90
Tidak	10
Total	100

Dari hasil kuesioner sebesar 90 persen atau 90 responden pernah pergi ke Taman Mini Indonesia Indah dan 10 persen atau 10 responden belum pernah ke Taman Mini Indonesia Indah. Hal ini dikarenakan lokasi yang cukup jauh dan sulit diakses, atau kurang tertarik untuk pergi kesana.

Tabel 3.13. Kegiatan ke TMII

Kegiatan ke TMII	Responden
Wisata Hiburan	67
Wisata Budaya	1
Foto-foto	15
Event	0
Liburan	17
Mencari Data	1
Total	100

Sebesar 67 responden pergi ke TMII untuk melakukan wisata hiburan, 17 responden melakukan liburan, dan 15 responden hanya berfoto-foto, serta hanya 1 responden yang melakukan wisata budaya. Ini menunjukkan bahwa pengunjung kurang minat untuk berwisata budaya dan khusus melihat event yang ada di TMII.

Tabel 3.13. Wisata ke TMII

Wisata ke TMII	Responden
Anjungan	85%
Sarana Kreasi	94%
Keagamaan	1%
Taman	76%
Museum	43%
Teater	41%
Perpustakaan	0%

Urutan pertama minat wisata pengunjung ke TMII adalah untuk sarana berekreasi sebesar 94 persen. Di urutan kedua terdapat kunjungan anjungan sebesar 85 persen. Dan di urutan ketiga ada taman sebesar 76 persen. Ini membuktikan bahwa hanya 15 persen saja orang yang benar-benar berkunjung untuk pergi ke anjungan.

Tabel 3.13. Ketertarikan ke TMII

Ketertarikan ke TMII	Responden
Ya	98
Tidak	0
Mungkin	2
Total	100

Terdapat 98 responder yang tertarik mengunjungi TMII. 2 responden lainnya memungkinkan untuk datang. Alasan mereka memilih tertarik ke anjungan karena belum pernah kesemua anjungan, bahkan tidak pernah, untuk foto-foto, melihat budaya atau acaranya, bahkan ada yang mau belajar mencari ilmu budaya untuk keanjungan. Yang menjawab mungkin karena kendala lokasi yang jauh dan berharap jika anjungan dibuat lebih menarik untuk didatangi.

Tabel 3.13. Kegiatan ke TMII

Kegiatan ke TMII	Responden
Melihat acara	96%
Melihat kebudayaan	97%
Foto-foto	99%
Mengisi Acara	1%

Hampir semuanya memilih untuk foto-foto, dan banyak juga yang mengharapkan bahwa anjungan dibuat lebih menarik serta *instagamable* dan modern. Selain itu untuk melihat acara sendiri harapannya dibuat lebih meriah dengan mengundang bintang tamu, selain itu ada harapan pengunjung agar acaranya juga menjelaskan latar belakang atau sejarah dari pertunjukannya. Ada juga yang berharap agar bisa mendapatkan oleh-oleh souvenir ketika mengunjungi anjungan.

Tabel 3.13. Pandangan Pengunjung Terhadap Informasi di TMII

Informasi Lengkap di Tmii	Responden
Ya	96
Tidak	4
Total	100

Menurut 96 responden mengatakan bahwa informasi mengenai anjungan tidaklah informatif. Dan 4 responden mengatakan informasi anjungan sudah informatif setelah melihat foto dokumentasi *signage* yang ditampilkan atau ditunjukkan kepada responden.

Tabel 3.13. Media Informasi di TMII

Media Informasi TMII	Responden
Papan Budaya	6%
Tugu Informasi	2%
Brosur	0%
Baliho	56%
Tugu Informasi	8%

56 responden melihat baliho ketika mengunjungi TMII, dan 43 responden mengatakan tidak ada yang melihat informasi ketika mengunjungi TMII. Hanya 2 hingga 8 responden saja yang melihat papan budaya dan tugu informasi mengenai anjungan di TMII. Ini menunjukkan bahwa para pengunjung tidak mendapatkan brosur atau *handbook* wisata sebagai informasi wisata budaya.

Tabel 3.13. Informasi Menarik untuk Anjungan TMII

Informasi Menarik	Responden
Informasi Umum	47
Detail rinci	1
Mudah dipahami	27
Menarik	25
Total	100

Berdasarkan sifat penyampaian informasi, sebanyak 47 responden lebih menyukai apabila informasi bersifat umum, dan 27 responden berharap informasinya mudah dipahami. Terdapat 25 responden yang berharap bahwa informasinya menarik untuk dilihat secara visual. Dan 1 responden berharap bahwa informasinya rinci.

Tabel 3.13. Visual Informasi untuk Anjungan TMII

Visual Informasi TMII	Responden
Gabungan	50
Vector Ilustrasi	43
Infografis	5
Games	2
Total	100

Setengah 50 responden mengatakan lebih suka visual gabungan antara foto dan ilustrasi vector dalam penyampaiannya. 43 responden lebih menyukai visual vector atau ilustrasi dan 5 responden lebih menyukai informasi yang infografis. Sisanya terdapat 2 responden yang menyukai visual games atau foto-foto.

Tabel 3.13. Peranan Wawasan Nusantara bagi Pengunjung

Visual Informasi TMII	Responden
5 (Sangat Penting)	72
4 (Penting)	27
3 (Normal)	1
2 (Tidak Penting)	0
1 (Sangat Tidak Penting)	0
Total	100

Terdapat 72 responden yang sangat mementingkan peranan wawasan nusantara dan 27 responden menganggap peranan wawasan nusantara penting untuk dipelajari serta 1 responden yang menganggap bahwa peranan wawasan nusantara biasa saja atau netral.

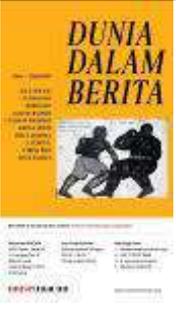
Dari sekian banyak respon, harapan terbanyak pengunjung adalah agar anjungan taman mini lebih menarik lagi dan modern mengikuti jaman, serta diharapkan informasi serta promosinya lebih ditingkatkan.

3.1.4. Studi Existing

Studi existing dilakukan dengan observasi lapangan dan mencari informasi di internet. Studi ini dibagi menjadi dua bagian mengenai tempat wisata budaya di daerah jadedotabek serta media buku yang terbaru dan menarik untuk kaum generasi Z.

Tabel 3.14. Tempat Lokasi Wisata Budaya

Berdasarkan	Taman Mini Indonesia Indah	Indonesia Kaya	Museum Macan
Lokasi	East Jakarta City, Jakarta	Grand Indonesia, Jl. M.H. Thamrin No.1, RT.1/RW.5, Kb. Melati, Tanahabang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10230	Gallery West Office Tower and Residences, AKR Tower Level M, Jl. Perjuangan No.5, RT.11/RW.10, Kb. Jeruk, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11530
Website	 (Sumber: tamanmini.com)	 (Sumber: indonesiakaya.com)	 (Sumber: museummacan.org)

Media buku			
	Brosur, dan Buku	LCD Media	Wall media
Media Promosi			
	Baliho	TV LCD	Poster
Fasilitas	Anjungan, Bangunan adat, baju adat, alat musik, acara pertunjukkan, kuliner, toilet	Boothfoto, panggung pertunjukkan, games, lcd media information	Display media, café, children gallery, Toilets, Nursing Room, First Aid Room, Cloakroom
Kelebihan	Tempat luas, ada karyanya langsung, abadi, bisa untuk massa banyak, waktu bebas	Serba digital, menarik, indoor, mengikuti perkembangan jaman, banyak acara	Semi digital, modern, karya selalu update, display rapih, media infromasi dan promosinya digital
Kekurang	Outdoor, tidak <i>up to</i>	Sempit, tidak ada	Waktu dibatasi, tiket

an	date. Medianya sudah lama, usang	toilet, tidak ada karya, waktu terbatas	mahal untuk kalangan menengah atas, periode tertentu
----	----------------------------------	---	--

Berikut adalah tabel studi eksisting yang menjabarkan jenis media buku baru secara fisik dan digital untuk menentukan media yang tepat bagi perancangan media.

Tabel 3.13. Media Digital Terbaru
(Sumber: behance)

Jenis Media buku	Visual	Dimensi / Jenisnya	Kelebihan dan Kekurangan
Infografis	 <p>(Sumber: Infographics of 2019, Jing Zhang)</p>	Adobe Illustrator, 2 Dimensi, Infografis media, digital	<p>Kelebihan: detail, banyak informasi, ada visual dan text</p> <p>Kekurangan: tidak efisien</p>
Buku	 <p>(Sumber: GROW by FACEBOOK - At Your Leisure, Valerio Pellegrini)</p>	Adobe Illustrator, Indesign, Photoshop, 3 Dimensi, Buku layout	<p>Kelebihan: Abadi, bisa dibawa kemana-mana,</p> <p>Kekurangan: kuno, tidak bisa diupdate</p>

<p>Sign Information</p>	 <p>(Sumber: Wayfinding for Schelokovsky, Multiple)</p>	<p>Adobe Illustrator, Xd, Photoshop, 3 Dimensi, Wayfinding</p>	<p>Kelebihan: Bisa dilihat langsung, media baru, efektif</p> <p>Kekurangan: tidak bisa dibawa kemana-mana</p>
<p>Map</p>	 <p>(Sumber: Legoland Florida map 2016, Jing Zhang)</p>	<p>Adobe Illustrator, Indesign, Photoshop, Map, 2 dimensi</p>	<p>Kelebihan: detail, banyak informasi, ada visual dan text</p> <p>Kekurangan: media besar, memakan tempat</p>
<p>App</p>	 <p>(Sumber: Lotte World App_redesign, Multiple Owners)</p>	<p>Adobe Illustrator, Xd, Photoshop, 2 dimensi, Aplikasi</p>	<p>Kelebihan: bisa dibawa kemana, mana, canggih, media bisa diupdate</p> <p>Kekurangan: harus ada handphone, dan</p>

			koneksi internet
Social Media	 <p>(Sumber: Crimea museum branding, Multiple Owners)</p>	Adobe Illustrator, Xd, Photoshop, Sosial media, 2 dimensi	Kelebihan: bisa selalu diupdate, media promosi dan informasi, mudah dikendalikan Kekurangan: mengandalkan viewers, harus promosi, menggunakan aplikasi, dan internet

3.2. Metodologi Perancangan

Dalam perancangan buku dan *e-book*, penulis menggunakan teori Haslam. Menurut Haslam (2006), terdapat beberapa tahap dalam perancangan sebuah desain, di antaranya (hlm. 22-28):

3.2.1. Pendekatan Terhadap Desain

Dalam bagian ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu adalah:

1. Dokumentasi:

Hal pertama yang penulis lakukan adalah dokumentasi, dimana penulis berusaha untuk memperoleh data-data yang valid berdasarkan hasil

wawancara, observasi, dan studi pustaka. Data ini penulis dapatkan melalui wawancara bersama narasumber ahlinya, serta hasil observasi ke Anjungan Bali TMII berupa teks dan foto, dan studi pustaka melalui media informasi Anjungan lainnya yang penulis dapatkan dari saran salah satu narasumber penulis.

2. Analisis

Setelah melakukan dokumentasi, kemudian dilanjutkan dengan menganalisis informasi yang telah didapat. Hal ini dilakukan agar penulis dapat menemukan informasi mana yang akan penulis gunakan pada konten buku penulis. Penulis akan melakukan pendataan berupa skema kata kunci yang disebut *Stage of Thinking* untuk konsep brief berdasarkan data kuesioner, hasil wawancara, dan studi eksisting sesuai kebutuhan masyarakat menjadi sebuah *brainstorming* dan *mind mapping*.

3. Konsep

Dalam pendekatan ini munculah *big idea* yang dimana merupakan hasil dari pendekatan ini. *Big idea* merupakan konsep dasar penulis dalam menyampaikan pesan kepada target yang di tuju, penulis mendapatkan *big idea* ini melalui proses *mind mapping* sebelumnya. Dalam *big idea* ini kemudian dipecah lagi menjadi tiga lagi yaitu *tone of voice*. Penulis harus melakukan *research* untuk mengetahui ide desain yang akan dituju berdasarkan data kualitatif serta kuantitatif. Menentukan *idea generation* untuk solusi brief yang bersangkutan dengan proses sketsa.

3.2.2. Design Brief

Pada tahap ini penulis melakukan konsultasi mengenai konten buku penulis kepada staff Anjungan Bali. Penulis juga mencari tahu gambaran buku yang akan penulis rancang. Dalam merancang buku, penulis akan menggunakan ilustrasi dan modifikasi berupa foto atau gambar dan juga teks. Penggunaan ilustrasi akan disesuaikan dengan kebutuhan konten yang telah penulis dapatkan sebelumnya.

3.2.2. Identifikasi Komponen pada Konten

Pada tahap ini penulis mulai menentukan komponen yang perlu diperhatikan, yaitu seperti menentukan katern dalam perancangan buku, layout, tipografi, hingga elemen desain dan ilustrasinya, semua ini disesuaikan dengan target penulis agar terlihat cocok dan dapat dinikmati oleh target yang telah penulis tentukan.

Strategi kreatif akan berisikan informasi elemen desain yang akan dibuat mulai dari ukuran media buku, ide pesan, jenis layout, warna, tipografi, konsep media berupa *merchandise* atau media pendukung lainnya. Dan pada proses visualisasi desain pertiap elemen atau media buku.