

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Pengumpulan Data

Dalam mendapatkan data yang akurat mengenai Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, penulis memilih dan melakukan pengambilan data dengan metode kualitatif dan observasi lapangan. Metode kualitatif yang diaplikasikan oleh Penulis adalah dengan melakukan wawancara secara tatap muka dengan Kepala Museum Timah dan Pemandu Museum Timah Indonesia Pangkalpinang.

Selain menerapkan metode kualitatif dengan melakukan wawancara dengan pihak Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, penulis juga melakukan wawancara dengan sistem *Focus Group Discussion* atau FGD dengan beberapa pelajar di Pangkalpinang yang belum pernah mengunjungi Museum Timah Indonesia Pangkalpinang via daring.

Selain itu, penulis juga menggunakan metode studi referensi untuk mendapatkan referensi identitas visual yang dapat dijadikan acuan dalam perancangan. Pada metode observasi lapangan, penulis melakukan observasi di Museum Timah Indonesia Pangkalpinang yang berlokasi di Pangkalpinang, Bangka Belitung.

3.1.1. Wawancara dengan Pemandu Museum Timah Indonesia Pangkalpinang

Wawancara dilakukan secara tatap muka dengan Sintha yang saat ini berposisi sebagai pemandu Museum Timah Indonesia Pangkalpinang. Wawancara tersebut dilakukan oleh penulis untuk mengetahui secara garis besar terkait pengunjung dari Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, perasaan dari pengunjung setelah mengunjungi Museum Timah Indonesia Pangkalpinang serta koleksi yang menarik perhatian pengunjung.

Pemandu Museum Timah Indonesia Pangkalpinang dipilih menjadi narasumber dikarenakan pemandu merupakan salah satu dari struktur organisasi museum yang mampu serta paling sering berhubungan langsung dengan pengunjung.

3.1.1.1. Proses Wawancara

Proses wawancara diawali dengan pembuatan janji antara penulis dengan kepala Museum Timah Indonesia Pangkalpinang dan pemandu pada tanggal 29 Agustus 2022 pukul 10.29 WIB. Permohonan tersebut disetujui oleh Kepala Museum Timah Indonesia Pangkalpinang via email tanggal 30 Agustus 2022 pukul 07.54 WIB.

Pada percakapan tersebut disetujui bahwa penulis diperbolehkan melakukan observasi dan pembuatan aset digital berupa foto pada tanggal 3 September 2022 pada jam kerja Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, melakukan wawancara dengan pemandu Museum Timah Indonesia Pangkalpinang pada tanggal 4 September 2022 pada waktu yang sama, serta melakukan wawancara dengan Kepala Museum Timah Indonesia pada tanggal 5 September 2022 pada pukul 08.00.

Penulis merekam suara sewaktu melakukan wawancara menggunakan telepon genggam untuk kebutuhan transkrip. Wawancara yang dilakukan belangsung selama kurang lebih 10 menit.



Gambar 3.1. Wawancara Pemandu Museum Timah Indonesia Pangkalpinang

3.1.1.2. Hasil Wawancara

Penulis mengawali wawancara dengan memperkenalkan diri dan meminta perkenalan dari Sintha. Pertanyaan pertama dari penulis adalah pertanyaan seputar Sintha. Dari pertanyaan tersebut didapatkan jawaban bahwa Sintha adalah seorang *guide* yang baru ditugaskan di Museum Timah Indonesia Pangkalpinang selama 6 bulan, dimana sebelumnya beliau merupakan *staff* dari PT Timah yang merupakan perusahaan yang memegang Museum Timah Indonesia Pangkalpinang hingga hari ini.

Narasumber dalam wawancara tersebut menyatakan bahwa selama 6 bulan ini secara statistik pengunjung yang paling banyak datang ke Museum Timah Indonesia Pangkalpinang rata-rata adalah pelajar yang memiliki program sekolah serta pengunjung dari luar pulau Bangka Belitung.

Narasumber juga menyatakan menurut beberapa pengunjung baik anak-anak hingga usia dewasa yang memiliki latar pekerjaan pelajar hingga pegawai instansi tertentu yang beliau temui dan ia wawancarai menuturkan bahwa yang paling menarik perhatian pengunjung dari Museum Timah Indonesia Pangkalpinang

adalah definisi dari timah itu sendiri, seperti apa bentuknya, fungsi dari timah.

Kemudian yang menarik perhatian pengunjung menurut penuturan pengunjung yang disampaikan kepada Sintha adalah bagian *interior* dari museum yang menarik serta cocok untuk dijadikan tempat berswafoto.

3.1.1.3. Kesimpulan Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara singkat tersebut bersama Sintha, penulis dapat menyimpulkan bahwa Museum Timah Indonesia Pangkalpinang memiliki pengunjung yang beragam mulai dari usia anak-anak hingga dewasa.

Selain usia, penulis dapat menyimpulkan bahwa pekerjaan dari pengunjung Museum Timah Indonesia Pangkalpinang cukup beragam dari mulai pelajar sekolah, guru, hingga pegawai instansi.

Dari wawancara tersebut juga, penulis dapat membuat kesimpulan bahwa yang menjadi daya tarik nomor satu adalah definisi serta fungsi dari timah itu sendiri ketimbang sejarah timah yang ada di dalam museum tersebut. Selain definisi dan fungsi timah, penulis juga menyimpulkan bahwa tempat yang bagus untuk berswafoto menjadi salah satu daya tarik bagi pengunjung selain koleksi dari Museum Timah Indonesia Pangkalpinang.

3.1.2. Wawancara dengan Kepala Museum Timah Indonesia Pangkalpinang

Wawancara kedua juga dilakukan secara tatap muka dengan Muhammad Taufik yang saat ini menjabat sebagai kepala Museum Timah Indonesia Pangkalpinang. Wawancara tersebut dilakukan oleh penulis untuk

mengetahui secara garis besar terkait sejarah dari Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, *target market* dari Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, koleksi di dalam museum, serta pemilihan dan penggunaan identitas visual dari Museum Timah Indonesia Pangkalpinang.

3.1.2.1. Proses Wawancara

Proses wawancara dilakukan satu hari setelah melakukan wawancara dengan pemandu Museum Timah Indonesia Pangkalpinang. Wawancara dilakukan pada tanggal 5 September 2022 pukul 08.00 WIB yang berlokasi di kantor Muhammad Taufik yang masih berada di kawasan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang.

Pemilihan waktu tersebut diambil karena Muhammad Taufik memiliki kunjungan dari tamu lainnya pada pukul 09.00 WIB. Wawancara yang dilakukan berlangsung selama kurang lebih 45 menit.



Gambar 3.2. Wawancara Kepala Museum Timah Indonesia Pangkalpinang

3.1.2.2. Hasil Wawancara

Wawancara tersebut diawali dengan salam serta perkenalan diri, narasumber menuturkan bahwa beliau telah menjabat sebagai Kepala Museum Timah Indonesia selama kurang lebih 10 tahun. Narasumber menyatakan bahwa Museum Timah Indonesia memiliki dua museum di lokasi yang berbeda, yaitu di Pangkalpinang dan Muntok.

Hal itu berkaitan dengan sejarah awal dari Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, dimana pada saat jaman penjajahan kolonial Belanda, berdirilah Bangka Tin Winning (BTW). Pada saat itu, Belanda mendirikan kantor pusat Bangka Tin Winning di kota Muntok mengingat pada masa itu pusat pemerintahan Pulau Bangka berada di kota Muntok.

Alasan pemilihan kota Muntok sebagai pusat pemerintahan adalah karena kota Muntok adalah bagian terdekat dengan pelabuhan di pulau Bangka sehingga dijadikan sebagai salah satu jalur perdagangan. Sedangkan bangunan yang berada di Pangkalpinang merupakan residen dari Bangka Tin Winning.

Pada awal berdirinya bangunan yang merupakan residen dari Bangka Tin Winning ini memiliki susunan lima ruangan dimana terdiri dari empat kamar besar dan satu kamar kecil yang salah satunya dijadikan ruangan rapat. Bangunan ini pernah memiliki sejarah dalam perjuangan pahlawan Indonesia karena pada tahun 1948 hingga 1949 bangunan ini dijadikan tempat paska perundingan Roem Royem.

Mengingat sejarahnya yang sangat banyak bagi Indonesia, bangunan ini pun sempat dijadikan Museum Wisma Budaya pada tahun 1959 dan baru diresmikan sebagai Museum Timah Indonesia

Pangkalpinang pada tahun 1997. Museum ini pernah mencetak rekor MURI sebagai Museum pertama yang membahas pertimahan di Asia pada tanggal 20 September 2018.

Narasumber menuturkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara koleksi yang disimpan oleh Museum Wisma Budaya dan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang. Museum Wisma Budaya menyimpan koleksi terkait budaya-budaya yang ada di Pulau Bangka Belitung seperti puing benda bersejarah, pakaian adat, keris dan terdapat beberapa alat pertimahan pada masa lampau.

Sedangkan pada Museum Timah Indonesia Pangkalpinang yang ada sekarang memiliki koleksi yang 70 hingga 80 persen membahas mengenai pertimahan di Pulau Bangka seperti sejarah pertimahan, alat pertimahan mulai dari alat pertimahan tradisional hingga modern, kerajinan tangan serta hasil dari timah, alat monitor timah dan berbagai bebatuan yang mengandung timah.

Narasumber menyatakan bahwa terdapat perbedaan juga dalam koleksi Museum Timah Indonesia Pangkalpinang dan Muntok dimana koleksi Museum Timah Indonesia Muntok lebih banyak menyimpan tentang peleburan timah karena daerah Museum Timah Indonesia Muntok dekat dengan tempat peleburan timah, sedangkan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang lebih banyak menceritakan mengenai sejarah pertimahan.

Menurut narasumber, koleksi yang menjadi poin utama yang ingin ditampilkan oleh Museum Timah Indonesia Pangkalpinang sejarah dari timah serta perkembangan teknologi peralatan yang digunakan untuk menambang timah. Beberapa poin utama yang ingin ditampilkan oleh Museum Timah Indonesia Pangkalpinang tersebut dikemas menggunakan miniatur skala kecil serta skala 1:1 di Museum Timah Indonesia Pangkalpinang.

Selain poin tersebut, menurut narasumber koleksi yang menarik di dalam Museum Timah Indonesia Pangkalpinang bagi pengunjung adalah jenis bebatuan geologi yang mengandung timah. Jenis bebatuan geologi tersebut tidak hanya mengandung timah tetapi juga mengandung mineral ikutan, salah satunya adalah uranium dan torium yang direncanakan akan digunakan untuk membuat alat Pembangkit Listrik Tenaga Nuklir di Pulau Bangka.

Setelah menjelaskan sejarah serta daya tarik dari Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, narasumber juga mendeskripsikan jenis pengunjung yang sering berkunjung ke Museum Timah Indonesia Pangkalpinang. Menurut data dari narasumber pengunjung yang datang cukup seimbang persentasenya baik umur dibawah 17 tahun hingga umur 60 tahun.

Untuk pekerjaan dari pengunjung banyak didominasi oleh pelajar serta pegawai instansi dan wisatawan luar pulau. Menurut narasumber, Museum Timah Indonesia Pangkalpinang cocok untuk semua umur dan semua kalangan masyarakat. Berdasarkan pengunjung tersebut, Narasumber menuturkan bahwa daya tarik untuk pengunjung anak-anak umumnya terkait sejarah dalam penggunaan timah.

Menurut narasumber, banyak masyarakat lokal yang tidak memahami fungsi serta bentuk pasir timah, sehingga Museum Timah Indonesia Pangkalpinang hadir untuk memberikan pemahaman mengenai hal tersebut.

Kemudian untuk daya tarik pelajar dibawah usia 17 tahun, Museum Timah Indonesia Pangkalpinang memberikan area interaktif yang berkaitan dengan topografi permukaan bumi, karena hal itulah seringkali anak-anak melakukan kunjungan lebih dari satu kali ke Museum Timah Indonesia Pangkalpinang.

Museum Timah Indonesia Pangkalpinang juga menyediakan *Pownis City Tour*. Menurut narasumber, *Pownis City Tour* merupakan salah satu daya tarik yang luar biasa untuk pengunjung, baik dari anak-anak sampai orang tua, jadi setelah melakukan kunjungan ke bagian dalam museum, pengunjung diajak *city tour* ke wilayah-wilayah sejarah seputaran Pangkalpinang terutama daerah yang memiliki cagar budaya.

Daerah-daerah tersebut meliputi Menara Air Minum, tempat Kapiten jaman Belanda, Gereja GPIB Maranatha yang merupakan penanda nol kilometer kota Pangkalpinang, Taman Wilhelmina, Masjid Jamik, perkuburan Kerkoff, serta Kelenteng yang ada di Semabung.

Narasumber menyatakan bahwa masyarakat Bangka yang pulaunya dikenal dengan nama Pulau Timah, terkadang merasa segan untuk berkunjung ke Museum Timah Indonesia Pangkalpinang. Padahal Museum Timah Indonesia Pangkalpinang bersifat gratis dan terbuka untuk umum sehingga tidak eksklusif untuk kalangan tertentu.

Menurut narasumber, pengunjung terlihat sangat antusias dan terkejut bisa mengetahui tentang keberadaan koleksi-koleksi yang ada di Museum Timah Indonesia Pangkalpinang waktu pertama kali berkunjung. Narasumber juga menyatakan bahwa Museum Timah Indonesia Pangkalpinang didirikan sebagai salah satu tempat wisata bersejarah. Museum Timah Indonesia merupakan semangat dari PT Timah untuk memberikan kontribusi terhadap dunia pendidikan dan pariwisata.

Bangunan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang memiliki arsitektur yang merupakan kombinasi dari kebudayaan Belanda dan Tionghoa. Kebudayaan Belanda terlihat dari bentuk

bangunan yang memiliki banyak ventilasi yang berfungsi untuk memberikan pencahayaan maksimal serta sirkulasi udara yang baik sehingga bangunan tersebut lebih hemat energi.

Kebudayaan tionghoa dari bangunan ini terlihat dari bagian depan bangunan yang memiliki kelenteng untuk berdoa, tetapi pada saat museum ini direnovasi, desain dari bangunan ini sedikit disesuaikan dengan kebudayaan Indonesia sehingga bagian kelenteng tersebut tidak terlihat lagi.

Museum Timah Indonesia Pangkalpinang memiliki logo yang terdiri dari beberapa pilar atau tiang, untuk memberikan kesan bahwa museum ini didirikan dengan dasar yang kuat. Kemudian untuk warna dari logo PT Timah yaitu biru dongker hal itu dikarenakan Museum Timah Indonesia merupakan intitas juga dari PT Timah.

Untuk penggunaan logo, narasumber menyatakan bahwa logo tersebut digunakan sejak berdirinya Museum Timah Indonesia Muntok pada tahun 2014 dan narasumber menyatakan bahwa narasumber tidak pernah melihat ataupun mengakses Twitter dari Museum Timah Indonesia Pangkalpinang. Narasumber memiliki dua kata untuk menggambarkan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang yaitu wisata bersejarah.

3.1.2.3. Kesimpulan Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Museum Timah Indonesia Pangkalpinang tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa Museum Timah Indonesia Pangkalpinang memiliki sejarah yang panjang dalam Indonesia maupun pertimahan. Museum Timah Indonesia Pangkalpinang memiliki

daya tarik yaitu teknologi pertambangan, jenis batu geologi serta *Pownis city tour*.

Museum Timah Indonesia Pangkalpinang memiliki bangunan dengan arsitektur Belanda dan Tionghoa, yang kemudian direnovasi dan disesuaikan dengan kebudayaan setempat. Pengunjung yang mengunjungi Museum Timah Indonesia Pangkalpinang memiliki *range* usia yang cukup variatif mulai dari 10 hingga 55 tahun dengan latar pekerjaan, latar geografis dan kelas ekonomi yang beragam.

Penggunaan dari logo yang tidak konsisten terutama pada beberapa media sosial ternyata belum diketahui oleh kepala Museum Timah Indonesia Pangkalpinang. Museum Timah Indonesia Pangkalpinang terkadang tidak dikunjungi oleh masyarakat setempat karena adanya persepsi bahwa tempat ini eksklusif bagi kalangan tertentu sehingga menimbulkan kesan segan.

3.1.3. Wawancara dengan Ahli Desain

3.1.3.1. Proses Wawancara

Proses wawancara dilakukan dua hari dengan dua narasumber yang berbeda. Narasumber tersebut antara lain Caroline Sunarko dan Calvin Hadiarja. Wawancara dilakukan secara tatap muka bersama Caroline Sunarko dan daring bersama Calvin Hadiarja.

Wawancara tersebut memiliki agenda untuk mengetahui lebih dalam mengenai kampanye promosi serta cara-cara agar kampanye promosi dapat mendapatkan ketertarikan dari audiens. Wawancara tersebut dilakukan bersama-sama dengan anggota kelompok bimbingan.



Gambar 3. 3. Wawancara dengan Caroline Sunarko

Wawancara tersebut dilakukan berkelompok karena adanya kesamaan perancangan yang dibuat oleh beberapa anggota kelompok. Hal itu bertujuan agar kelompok mendapatkan *insight* bagi perancangan masing-masing.



Gambar 3. 4. Wawancara dengan Calvin Hadiarja

3.1.3.2. Hasil Wawancara

Hasil wawancara memiliki kesimpulan bahwa untuk membuat sebuah kampanye promosi yang dapat berhasil memberikan *awareness* kepada masyarakat, tentunya desainer harus

bisa menentukan media yang dapat menyentuh target audiens tersebut. Dari target audiens kita dapat menentukan cara penyampaian pesannya hingga penentuan *call to action* dari kampanye promosi kita.

Dalam sebuah kampanye promosi, yang diinginkan oleh *brand* adalah sebuah *perfect loop* dari hasil *call to action* kampanye tersebut. *Perfect loop* dapat terjadi dimana audiens melakukan *action* secara terus menerus terhadap *brand* tersebut.

Dalam menciptakan sebuah kampanye promosi, desainer juga harus melakukan riset mendalam ke target audiens agar dapat mengetahui media apa saja yang digunakan dan populer di daerah tersebut. Dengan adanya riset tersebut, maka desainer dapat lebih mendapatkan gambaran media apa yang dapat menyentuh audiens.

Selain meriset media yang digunakan audiens, desainer juga harus meriset ketertarikan dan *awareness* mereka terkait museum tersebut. Dalam beberapa kasus mungkin yang membuat masyarakat tidak tertarik dengan museum tersebut adalah memang ketertarikan audiens terhadap museum secara umum.

Dari wawancara tersebut, narasumber juga menyarankan agar pemilihan media dari kampanye promosi tersebut harus dapat merebut atensi dan relevansi dari target audiens dengan cara *ride the trend*.

3.1.4. Focus Group Discussion

Agar mendapatkan pendapat serta pandangan langsung dari target perancangan yaitu masyarakat yang belum pernah mengunjungi Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, penulis melakukan *focus group discussion* dengan mahasiswa yang berasal dari Pangkalpinang sebanyak 10 partisipan.

focus group discussion dilakukan pada tanggal 12 September 2022 pukul 19:30 WIB via daring melalui aplikasi Google Meet.

Tujuan dilakukannya *focus group discussion* ini adalah agar penulis mendapatkan pandangan langsung dari target perancangan serta pandangan berbeda yang mewakili setiap individu dan jenis masyarakat.



Gambar 3. 5. *Focus Group Discussion*

3.1.4.1. Hasil Focus Group Discussion

Partisipan diberikan pertanyaan pertama yaitu terkait alasan mengapa mereka belum pernah mengunjungi Museum Timah Indonesia Pangkalpinang 6 dari 7 peserta *focus group discussion* menyatakan bahwa kunjungan ke museum terutama museum sejarah tidak menarik, karena didalamnya membahas terlalu banyak tentang hal di masa lalu, serta tidak adanya promosi serta *event* menarik yang dapat membantu mereka untuk pergi ke museum.

Serta 1 dari 7 peserta menyatakan bahwa lokasi dari Museum Timah Indonesia Pangkalpinang yang tergolong cukup jauh dari lokasi tempat tinggal. Partisipan yang hadir dalam *focus group discussion* memiliki pengetahuan mengenai dimana Museum Timah Indonesia Pangkalpinang berada dan gambaran singkat melalui nama Museum Timah Indonesia Pangkalpinang terkait koleksi yang ada di dalam sana.

Dari pernyataan partisipan bahwa Museum Timah Indonesia Pangkalpinang tidak menarik untuk dikunjungi, penulis menanyakan apa yang membuat Museum Timah Indonesia Pangkalpinang tidak menarik maupun tidak populer di kalangan masyarakat lokal. Dari pertanyaan tersebut, 6 dari 7 peserta menyatakan pernyataan yang sama yaitu karena di Pulau Bangka yang paling terkenal dan diminati oleh masyarakat lokal dan wisatawan luar pulau adalah keindahan alamnya.

Menurut salah satu partisipan pun cara penyampaian museum yang ada untuk memberikan edukasi sejarah cenderung masih kuno dan tidak *update*. Salah satu peserta menyatakan bahwa visual bangunan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang kurang menarik, karena dari bagian depan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang terkesan seperti bukan museum.

Salah satu peserta juga menambahkan bahwa timah bukanlah sebuah hal yang menarik untuk dibahas dan diceritahu sehingga tidak ada orang yang akan jauh-jauh ke Pulau Bangka dan pergi ke Museum Timah Indonesia Pangkalpinang.

Setelah mendengar pendapat serta pernyataan dari partisipan, penulis menampilkan beberapa foto bagian dalam serta koleksi dari Museum Timah Indonesia Pangkalpinang. Kemudian penulis memberikan pertanyaan untuk mengetahui pendapat mereka setelah melihat isi dalam dari Museum Timah Indonesia Pangkalpinang.

5 dari 7 peserta *focus group discussion* bahwa koleksi dari Museum Timah Indonesia Pangkalpinang cukup menarik, bersejarah, serta informatif. 5 dari 7 peserta tersebut juga menyatakan bahwa miniatur yang terdapat di dalam Museum Timah Indonesia Pangkalpinang cukup bagus dan keren.

Salah satu dari 2 peserta yang tersisa mengemukakan bahwa isi dari Museum Timah Indonesia Pangkalpinang terkesan monoton dan tidak ada inovasi baru dibandingkan museum lain. Peserta lainnya mengemukakan bahwa koleksi-koleksi yang terdapat di dalam Museum Timah Indonesia Pangkalpinang kurang menarik, pencahayaan yang buruk serta tata letaknya tidak rapi sehingga mengurangi kemenarikan dari benda-benda yang ada.

Setelah mengetahui impresi pertama mereka terhadap koleksi dari Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, penulis memberikan pertanyaan untuk mengetahui apakah ada sebuah cara yang dapat dilakukan oleh Museum Timah Indonesia Pangkalpinang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat lokal sekarang.

Terdapat 3 dari 7 peserta yang menyatakan bahwa Museum Timah Indonesia Pangkalpinang dapat memasang promosi dan iklan melalui reklame atau baliho. Salah satu dari tiga peserta menyatakan bahwa promosi dan reklame dapat dipasang di tempat wisata lainnya.

Sedangkan, dua peserta sisanya mengemukakan bahwa promosi dapat dilakukan melalui media sosial dan orang berpengaruh di Pangkalpinang. 2 dari 4 peserta sisanya mengemukakan bahwa dapat menambahkan teknologi yang canggih dalam *displaynya*, seperti *tablet* elektronik yang menunjukkan definisi dari koleksi tersebut, serta dapat melakukan perubahan tata letak.

Satu dari 2 peserta tersebut menyatakan bahwa Museum Timah Indonesia Pangkalpinang dapat melakukan kolaborasi dengan merek lain seperti Honda untuk melakukan kompetisi berhadiah yang berkaitan dengan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang.

Salah satu peserta dari 2 peserta yang tersisa mengemukakan bahwa sekolah-sekolah dapat lebih menggalakkan kunjungan edukasi ke Museum Timah Indonesia, mengadakan promosi sesuai dengan hari besar, seperti apabila Hari Raya Idul Fitri terdapat *banner* promosi bertemakan Idul Fitri.

Peserta yang terakhir menyatakan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang bisa menambahkan media interaktif baru seperti kapal yang dibuat animasi berputar, atau animasi saat proses pengerukan sehingga pengunjung tidak hanya melihat miniatur mati tetapi sebuah pengalaman baru melihat kapal keruk beraksi secara *real time*.

Peserta juga menyatakan bahwa akan lebih baik apabila Kapal Keruk tersebut dibuat *life size set* yang dapat digunakan oleh pengunjung untuk berfoto seakan-akan mereka berada di dalam sebuah kapal keruk sungguhan.

Setelah mendengar pendapat serta masukan dari peserta *focus group discussion*, penulis menampilkan serta menjelaskan penggunaan dari logo Museum Timah Indonesia dan melemparkan pertanyaan untuk mengetahui apakah menurut peserta logo tersebut berhasil melambungkan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang.

7 dari 7 peserta merasa logo tersebut tidak mampu melambungkan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, menurut peserta logo tersebut terlihat seperti museum biasa, pondok di kebun, gazebo dan gedung pemerintahan.

2 dari 7 peserta mengemukakan bahwa akan lebih baik apabila logo tersebut mengandung elemen visual yang lebih menciri khaskan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, yaitu menggunakan lokomotif yang berada di bagian depan museum,

bentuk mangkok keruk timah, dan bentuk kapal timah. 1 dari 7 peserta lainnya mengemukakan bahwa logo tersebut terlalu *outdated* dan sudah tidak relevan dengan budaya masyarakat milenial yang terkadang menyukai logo yang simpel dengan piktogram dari merek.

Menurut salah satu peserta singkatan MTI yang terdapat pada logo pun dapat menimbulkan ambiguitas dimana MTI merupakan singkatan untuk sebuah kalimat tidak sopan pada budaya gen z. Salah satu peserta menyatakan bahwa warna dari logo tidak melambangkan warna timah yang berwarna keabuan.

Salah satu peserta lainnya juga menyatakan bahwa logo baru dapat dibuat dengan tetap mengambil sedikit elemen visual yang sudah terdapat di logo sebelumnya agar tetap memberikan kesan familiar bagi pengunjung yang mengetahui logo tersebut.

3.1.4.2. Kesimpulan Focus Group Discussion

Berdasarkan *focus group discussion* tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa sebagian besar peserta mengemukakan ketertarikan mereka terhadap koleksi yang ada di Museum Timah Indonesia Pangkalpinang. Namun ada beberapa peserta yang menyatakan bahwa Museum Timah Indonesia Pangkalpinang memiliki tata letak serta pencahayaan ruangan yang kurang baik.

Sebagian besar peserta menyatakan alasan dari ketidakpopuleran Museum Timah Indonesia Pangkalpinang di kalangan masyarakat lokal dan wisatawan luar adalah karena kalah dengan wisata alam Pulau Bangka yang lebih menarik.

Kekurangan media interaktif yang inovatif dan menarik serta media promosi yang buruk juga menjadi salah satu alasan mengapa Museum Timah Indonesia tidak populer di kalangan masyarakat lokal dan wisatawan luar.

Logo dari Museum Timah Indonesia menurut para peserta belum mampu menggambarkan sebuah museum pertimahan dan mengarahkan peserta ke bentuk lain yang bukan museum pertimahan. Sebagian besar peserta menyarankan adanya penambahan media interaktif yang berteknologi tinggi untuk menunjang kemenarikan koleksi yang terdapat di dalam Museum Timah Indonesia Pangkalpinang.

3.1.5. Kuesioner

Metode pengambilan data melalui kuesioner dilakukan menggunakan *Google Form*. Penulis memiliki target untuk mencapai 100 responden demi mendapatkan hasil kuesioner yang baik. Responden yang diinginkan oleh penulis memiliki kriteria usia 17—23 tahun.

Alasan pemilihan kriteria responden dengan usia tersebut adalah dikarenakan pada saat observasi yang dilakukan pada tanggal 3 dan 4 September 2022, penulis mendapati celah dimana jumlah remaja dengan jangka usia tersebut yang mengunjungi Museum Timah Indonesia Pangkalpinang lebih sedikit dibandingkan pengunjung dengan jangka usia anak-anak dan orang dewasa diatas usia 30 tahun.

Kuesioner ini memiliki tujuan untuk mengetahui minat remaja dalam mengunjungi museum, museum seperti apa yang mereka sukai, dan media sosial apakah yang sering mereka gunakan dalam kesehariannya untuk membantu penulis menentukan strategi media yang tepat.

3.1.5.1. Hasil Kuesioner

Penulis mendapatkan 105 responden dari 100 target responden yang diinginkan oleh penulis. Dari 100 responden terdapat 93,3% responden atau sebanyak 98 responden menyatakan bahwa mereka tertarik untuk mengunjungi museum, baik museum seni maupun museum sejarah.



Dari hasil tersebut, penulis berkesimpulan bahwa remaja memiliki minat yang cukup tinggi untuk mengunjungi museum baik museum seni maupun museum sejarah. Penulis memberikan pertanyaan untuk mengetahui museum manakah yang lebih dipilih oleh responden untuk dikunjungi



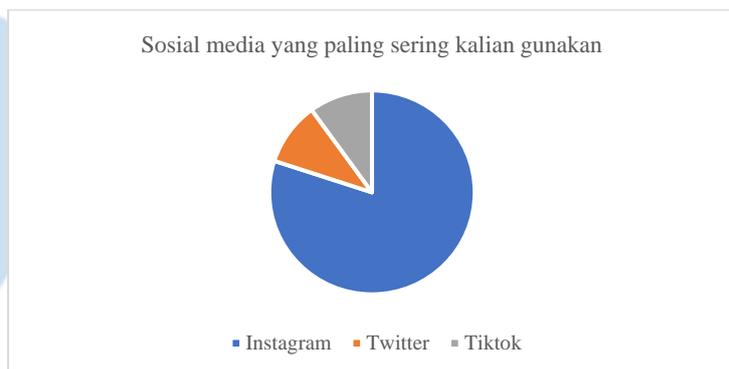
Dari pertanyaan tersebut didapatlah hasil bahwa 76,2% dari total responden atau sebanyak 80 orang menyatakan bahwa responden lebih memilih untuk mengunjungi museum seni. Sedangkan sisa responden menyatakan bahwa mereka lebih memilih museum sejarah untuk dikunjungi.

Dari kuesioner tersebut pula, penulis mendapatkan data bahwa remaja berpendapat bahwa museum merupakan salah satu objek wisata yang menarik dan eksistensinya penting bagi generasi muda.

Dari 105 responden survei didapat data bahwa 72,4% responden atau sekitar 76 orang merasa bahwa koleksi yang dimiliki dan dipajang oleh museum sejarah kurang relevan dengan remaja. Hal tersebut dapat dijadikan alasan mengapa remaja lebih memilih untuk pergi ke museum seni ketimbang museum sejarah.



Dengan adanya pernyataan tersebut, 92,4% responden atau 97 responden dari 105 responden kuesioner berpendapat bahwa museum sejarah harus bisa memanfaatkan *trend* yang ada di kalangan remaja sebagai media promosi agar dapat meningkatkan minat serta *awareness* remaja terhadap museum tersebut.



Dari 105 responden sebanyak 83 responden menyatakan bahwa responden paling sering menggunakan media sosial Instagram. 11 responden menggunakan media sosial twitter dan 11

responden lainnya menggunakan media sosial tiktok dalam keseharian mereka.

3.1.5.2. Kesimpulan Kuesioner

Berdasarkan kuesioner tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja memiliki minat yang cukup tinggi untuk mengunjungi museum. Namun dari minat yang cukup tinggi tersebut, remaja lebih memilih untuk mengunjungi museum seni ketimbang mengunjungi museum sejarah.

Hal tersebut disebabkan oleh adanya pendapat bahwa museum sejarah memiliki koleksi yang dirasa kurang relevan bagi remaja. Responden berpendapat bahwa untuk dapat meningkatkan minat dan *awareness* remaja terhadap museum sejarah, museum sejarah dapat memanfaatkan *trend* dengan baik agar dapat berusaha berbaur dengan *behaviour* dan *lifestyle* remaja.

Dari kuesioner tersebut didapatkan hasil bahwa media yang paling tepat untuk dijadikan media primer dalam sebuah kampanye promosi untuk remaja adalah media sosial. Dan dari kuesioner tersebut dapat disimpulkan bahwa Instagram merupakan media sosial paling tepat karena merupakan media sosial yang paling sering digunakan oleh remaja.

3.1.6. Observasi Lapangan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang

Widoyoko (2014: 46) menuturkan bahwa observasi merupakan sebuah proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala dalam objek penelitian.

Menurut Sugiyono (2017) terdapat dua jenis observasi yang dapat dilakukan oleh penulis, yaitu *participant observation* dimana penulis menjadi bagian dari kegiatan yang berlangsung di dalam suatu objek

penelitian dan *non participant observation* dimana penulis hanya mengamati kegiatan yang terjadi dalam objek penelitian dan tidak menjadi bagian dari kegiatan tersebut.

3.1.6.1. Proses Observasi

Penulis melakukan observasi lapangan ke Museum Timah Indonesia Pangkalpinang selama dua hari yang dilakukan pada tanggal 3 dan 4 September 2022 pukul 08.00 hingga 10.00 WIB. Observasi yang dilakukan oleh penulis menerapkan dua teknik observasi yaitu *participant observation* dan *non participant observation*.

Observasi ini bertujuan untuk mengetahui informasi apa saja yang ditampilkan di dalam museum, bentuk arsitektur dari museum, arah penunjuk jalan, *flow* perjalanan koleksi serta cara pembawaan materi oleh pemandu yang ada di Museum Timah Indonesia Pangkalpinang.

3.1.6.2. Hasil Observasi

Observasi hari pertama dilakukan dengan menerapkan teknik observasi *non participant observation*, pertama kali penulis sampai di lokasi Museum Timah Indonesia Pangkalpinang terlihat pemandu dari museum sedang duduk menunggu di bagian depan museum menandakan tidak adanya pengunjung yang hadir.



Gambar 3.6. Bagian Depan Bangunan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang

Pada bagian depan museum terdapat sebuah lokomotif pembangkit listrik yang digunakan pada jaman penggalian mesin dan mangkuk yang digunakan kapal keruk untuk mengeruk timah di laut. Protokol kesehatan di Museum Timah Indonesia Pangkalpinang tergolong cukup ketat.

Selama melakukan kunjungan pengunjung harus melakukan *scan* Peduli Lindungi, cek suhu tubuh dan tidak diperbolehkan melepas masker. Terlihat juga pada beberapa sudut ruangan terdapat *hand sanitizer*, namun jumlah yang ada tidak terlalu banyak.



Gambar 3.7. Bagian Depan Bangunan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang

Pengunjung yang mendatangi Museum Timah Indonesia Pangkalpinang wajib buku tamu yang terletak di *frontdesk*. Setelah mengisi buku tamu, pengunjung langsung disambut oleh Sintha selaku pemandu museum, pengunjung dapat memilih apakah ingin melakukan eksplorasi museum secara mandiri ataupun ditemani oleh Sintha.



Gambar 3.8. Beberapa *Display* Bebatuan Geologi di Bagian Depan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang

Pada bagian awal koleksi museum terlihat beberapa contoh bebatuan geologi, prasasti batu kapur dan peta yang menunjukkan bahwa Pulau Bangka merupakan salah satu daerah di Indonesia yang berada di daerah Sabuk Timah Asia Tenggara selain Kepulauan Riau.



Gambar 3.9. Prasasti Batu Kapur di Museum Timah Indonesia Pangkalpinang

Selain terdapat bebatuan geologi, peta daerah serta Prasasti Batu Kapur, pada bagian depan museum terdapat sebuah pilar yang memiliki poster infografis sejarah dari bangunan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang. Setelah pengunjung melihat

koleksi pada bagian depan museum, pengunjung akan melanjutkan perjalanan melalui sebuah sekat kecil untuk melihat sejarah peralatan yang digunakan untuk melakukan penggalian timah.



Gambar 3.10. Alat Penggalian Timah Masa Awal di Museum Timah Indonesia Pangkalpinang

Pada bagian ini terdapat *display* miniatur 1:1 dari peralatan penggalian Timah mulai dari jaman batu hingga jaman penggunaan besi. Pada bagian ini juga terdapat infografis mulai dari sejarah pengeboran hingga sejarah penggalian timah di Pulau Bangka.



Gambar 3.11. Alat Penggalian Timah Masa Awal dan Infografis Sejarah Penggalian Timah

Setelah melewati *display* miniatur alat penggalian timah masa awal, pengunjung diajak untuk melihat beberapa *display* dari miniatur alat penggalian timah yang sudah menggunakan besi sebagai materialnya. Pada bagian ini pula terdapat sebuah infografis besar yang memuat tentang penggalian modern, penggalian awal penggunaan mesin dan penggalian masa awal.



Gambar 3.12. Alat dan Infografis Penggalian Timah

Setelah melewati *display* miniatur alat penggalian timah masa besi dan infografis tersebut, pengunjung diajak untuk mulai mengenal cara penggalian yang lebih modern dimana penggalian tersebut sudah menggunakan sistem *pit* besar dan Kapal Keruk. Penggalian sistem *pit* banyak mengalami evolusi sejak pertama kali digunakan.



Gambar 3.13. Kaleidoskop 100 Tahun Kapal Keruk PT Timah

Menurut penuturan Sintha pada hari kedua observasi, pada awalnya penggalian timah dilakukan menggunakan sebuah tambang tertutup yang berbentuk seperti sumur, namun penggalian timah dengan cara seperti ini berisiko dan pernah memakan korban jiwa karena struktur tanah yang kurang baik.

Dengan memikirkan unsur keselamatan tersebut, maka sekarang penggalian Timah beralih menggunakan tambang yang dibuat seperti waduk besar dan terbuka untuk meminimalisir risiko tertimbun oleh tanah.



Gambar 3.14. Beberapa *Display* Sistem Penambangan Darat

Pada bagian museum ini, memajang *display* dari kapal keruk yang dimiliki oleh PT Timah untuk melakukan pertambangan laut serta evolusi dari pertambangan darat. Selain *display* dari kapal keruk tersebut, terdapat sebuah *display* situasi laut saat terjadinya pengerukan dimana terdapat pelampung kecil sebagai penanda batas agar tidak ada kapal kecil yang menerobos karena pengerukan timah yang menyebabkan ombak yang besar.



Gambar 3.15. Beberapa *Display* Kapal Keruk Penambangan Laut

Setelah melewati *display* serta penjelasan sejarah penambangan laut dan darat, pengunjung diarahkan untuk melihat sejarah timah dan Indonesia yang tercatat secara jelas di dinding infografis. Pada bagian ini juga terdapat peta tiga dimensi topologi daerah yang dirasa memiliki timah oleh peneliti. Pada bagian ini pula terdapat media interaktif topologi 3D untuk anak-anak, namun pada waktu kunjungan peneliti alat tersebut rusak sehingga tidak bisa digunakan untuk sementara waktu.



Gambar 3.16. Beberapa *Display* Pada Bagian Sejarah Indonesia dan Topologi

Setelah melalui bagian sejarah Indonesia dan penjelasan topologi, pengunjung diarahkan untuk menuju ke bagian kecil yang menunjukkan kekayaan alam lain dari Pulau Bangka selain timah

yaitu lada putih dan kerajinan kain. Pada bagian ini terdapat *display* lada asli mulai dari hasil jadi hingga beberapa hasil lada dalam prosesnya. Pada bagian ini terdapat miniatur kecil perkebunan lada dan miniatur tanaman lada.

Sedangkan untuk kerajinan kain terdapat tiga model kain berbeda warna yang ditampilkan oleh Museum Timah Indonesia. Selain sampel lada, miniatur tanaman, miniatur kebun, dan kerajinan kain, bagian ini juga menampilkan beberapa alat yang digunakan untuk memetik lada, salah satunya adalah *Suyak* yang merupakan sebuah keranjang untuk menempatkan lada yang telah dipetik. *Suyak* merupakan salah satu inspirasi dari lirik lagu daerah Bangka Belitung yaitu *Yok Miak*.



Gambar 3.17. Beberapa *Display* pada Bagian Lada

Bagian yang menjadi daya tarik dari Museum ini menurut Sintha dan Taufik dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis adalah bagian bebatuan geologi yang terletak setelah bagian lada. Pada bagian ini memajang banyak miniatur kapal operasional, peralatan untuk melakukan penelitian kandungan timah di sebuah lahan, contoh bebatuan geologi yang mengandung timah, serta edukasi mengenai kandungan yang terdapat di dalam bebatuan geologi.

Pada bagian ini juga dijelaskan oleh pemandu bagaimana cara melihat apakah sebuah batu memiliki kandungan timah atau

tidak melalui uratnya serta terdapat sebuah miniatur bor timah yang dikenal dengan nama Banka Drill. Selain memuat miniatur, terdapat beberapa infografis mengenai evolusi penggalian timah serta beberapa poster data geologis dari daerah Bangka Belitung terkait timahnya.



Gambar 3.18. Beberapa *Display* Pada Bagian Bebatuan Geologi

Setelah melihat di bagian bebatuan dan alat monitor penelitian timah, pengunjung akan diarahkan menuju ke bagian akhir dari museum. Perjalanan menuju bagian akhir dari museum memutar melalui bagian lada, topologi dan kapal keruk karena posisinya yang berada di dekat bagian masuk museum.

Pada bagian akhir dari museum terdapat beberapa contoh timah yang telah dileburkan, sejarah peleburan, beberapa kerajinan timah yang disebut smelter, dan sebuah dinding besar yang memiliki lukisan kondisi pertambangan timah pada masa penjajahan Belanda dan sebuah infografis mengenai cara melestarikan alam paska penambangan. Pada awalnya peneliti sempat salah dengan melihat bagian terakhir dari museum terlebih dahulu setelah masuk karena

alurnya yang tidak didefinisikan dengan baik menggunakan penunjuk arah.



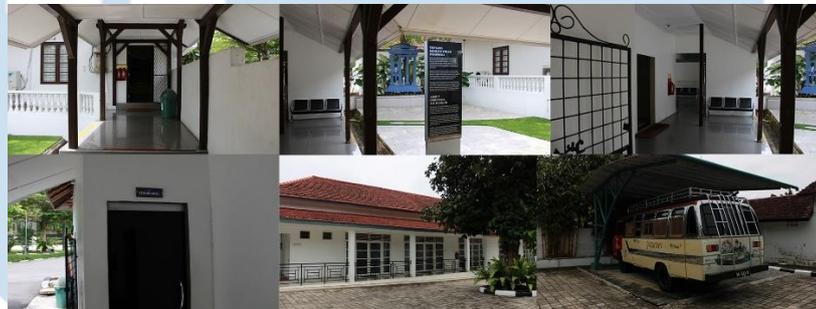
Gambar 3.19. Bagian Penutup Museum Timah Indonesia Pangkalpinang

Setelah selesai melakukan perjalanan di Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, peneliti keluar dari Museum Timah Indonesia Pangkalpinang melalui pintu depan karena melihat pengunjung lain yang juga melakukan hal yang sama.

Pada hari kedua observasi, peneliti terkejut ternyata pada bagian ujung museum tersebut terdapat sebuah pintu keluar kecil dan di bagian keluar tersebut terdapat logo Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, sebuah plakat tentang Museum Timah Indonesia, sebuah taman kecil dan kamar kecil. Pada bagian belakang museum juga terdapat sebuah studio mini.

Menurut penuturan Taufik, studio mini tersebut digunakan oleh Museum Timah Indonesia Pangkalpinang untuk membagi regu pengunjung yang memiliki jumlah diatas 40 orang, dimana regu 1 akan masuk sementara regu 2 akan menonton film pendek mengenai pertimahan di dalam studio mini sampai giliran mereka untuk masuk tiba.

Pada bagian belakang museum terdapat juga kantor operasional dari Taufik, perpustakaan serta kendaraan Pownis yang digunakan untuk melakukan *city tour*. Perpustakaan yang ada di Museum Timah Indonesia terlihat tertutup sehingga peneliti tidak melakukan observasi di dalam perpustakaan tersebut. Pada bagian kamar kecil yang terdapat di belakang museum tidak terdapat penunjuk yang jelas sehingga menyulitkan pengunjung untuk membedakan kamar kecil pria dan wanita.



Gambar 3.20. Bagian Belakang Museum Timah Indonesia Pangkalpinang

3.1.6.3. Kesimpulan Observasi

Melalui observasi tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa Museum Timah Indonesia Pangkalpinang memiliki banyak koleksi yang informatif dan unik terkait pertambangan timah. Namun, Museum Timah Indonesia Pangkalpinang memiliki logo yang penempatannya cukup tersembunyi dan kurang dapat menarik perhatian dari pengunjung.

Museum Timah Indonesia Pangkalpinang pun tidak memiliki *signage* penunjuk jalan yang baik baik dari penunjuk urutan koleksi hingga pintu keluar. Hal itu menyebabkan banyaknya pengunjung yang keluar dari pintu depan dan melihat koleksi yang tidak sesuai urutannya. Museum Timah Indonesia juga memiliki *ambience* yang cukup gelap sehingga banyak koleksi yang sulit terlihat.

Dibalik kekurangan yang ada, Museum Timah Indonesia Pangkalpinang memiliki suasana bagian luar yang asri karena banyaknya tumbuhan dan pohon yang dirawat dengan baik. Museum Timah Indonesia Pangkalpinang juga memiliki bangunan yang terawat dan bersih sehingga dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung.

3.1.7. Studi Literatur

Timah merupakan sebuah mineral yang memiliki karakteristik warna sedikit abu. Menurut wawancara dengan pemandu Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, warna keabuan timah tidak dapat dicat karena apabila timah dicat maka warnanya akan terkelupas dengan cepat. Menurut Eisemann (2017: 43) warna abu merepresentasikan keseriusan, kekuatan, kekekalan, kebijaksanaan, pengalaman, serta kecerdasan.

Museum Timah Indonesia Pangkalpinang merupakan sebuah museum yang terletak di Kota Pangkalpinang. Museum Timah Indonesia merupakan sebuah tempat bersejarah yang menjadi saksi sejarah pertambangan timah di Pulau Bangka. Museum Timah Indonesia Pangkalpinang menampilkan informasi sejarah dan teknologi pertambangan timah mulai dari awal pertama kali timah ditambang di pangkalpinang hingga saat ini.

Museum Timah Indonesia Pangkalpinang juga memberikan edukasi terkait batu geologi yang mengandung timah, peralatan penelitian timah, serta sumber daya alam lain yang ada di Pangkalpinang seperti lada putih.

Museum Timah Indonesia Pangkalpinang saat ini menempati bangunan yang dulunya digunakan sebagai residen oleh Bangka Tin Winning, sebuah perusahaan timah yang didirikan oleh Belanda. Bangunan ini pernah mencatat sejarah besar Indonesia karena pernah dijadikan tempat paska perundingan Roem Royem pada tahun 1948 hingga 1949.

Pada tahun 1959 museum ini didirikan dengan nama Museum Wisma Budaya dengan menampilkan koleksi terkait budaya yang ada di Bangka Belitung seperti puing-puing bersejarah, pakaian adat, keris dan sedikit alat pertimahan. Mengingat Pulau Bangka yang sangat kental dengan pertambangan timahnya, Museum Wisma Budaya pun digantikan menjadi Museum Timah Indonesia Pangkalpinang pada tahun 1997.

Museum Timah Indonesia Pangkalpinang pernah dipugar pada tahun 2010, pemugaran tersebut membuat arsitektur dari Museum Timah Indonesia Pangkalpinang sedikit berubah. Gaya arsitektur Museum Timah Indonesia Pangkalpinang sebelum dipugar dipengaruhi oleh dua kebudayaan yaitu kebudayaan dari Belanda dan Tionghoa.

Kebudayaan Belanda pada arsitekturnya terlihat dari konstruksi jendela yang banyak dengan fungsi untuk melancarkan sirkulasi udara dan memberikan penghuni lebih banyak cahaya matahari. Kebudayaan Tionghoa pada Museum Timah Indonesia Pangkalpinang terlihat dari keberadaan sebuah Kelenteng pada bagian depan museum. Namun, pada pemugaran yang dilakukan pada tahun 2010, bagian tersebut dihilangkan dan arsitekturnya disesuaikan dengan kebudayaan setempat.

Museum Timah Indonesia Pangkalpinang memiliki banyak perubahan koleksi sejak pertama kali diresmikan pada 2 Agustus 1997. Koleksi di dalam Museum Timah Indonesia Pangkalpinang menampilkan sejarah awal pertambangan timah, sejarah alat pertimahan, informasi topologi daratan, informasi bebatuan geologis, informasi alat monitor penelitian timah, kerajinan berbahan dasar timah serta informasi cara revitalisasi lingkungan paska penambangan timah.

Museum Timah Indonesia Pangkalpinang merupakan sebuah persembahan dari PT Timah yang bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang pertambangan timah dan sejarahnya. Museum Timah Indonesia Pangkalpinang juga menyediakan media wisata dan interaktif seperti

Pownis *City Tour*. Museum Timah Indonesia Pangkalpinang pada tanggal 20 September 2018 pernah meraih rekor MURI sebagai museum pertama dan satu-satunya di Asia yang membahas pertambangan timah.

3.1.8. Studi Eksisting

Metode penelitian ini dilakukan peneliti dengan tujuan untuk menemukan nilai yang ada di dalam identitas visual lama Museum Timah Indonesia Pangkalpinang. Metode penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisa identitas visual serta melakukan analisis elemen visual yang terdapat pada media yang digunakan oleh Museum Timah Indonesia Pangkalpinang dalam menerapkan identitas visual Museum Timah Indonesia Pangkalpinang.

3.1.8.1. Media Promosi Museum Timah Indonesia Pangkalpinang

Media promosi yang digunakan oleh Museum Timah Indonesia Pangkalpinang adalah media sosial instagram. Media sosial instagram tersebut digabungkan dengan Museum Timah Indonesia Muntok dengan nama instagram Museum Timah Indonesia.



Gambar 3. 21. Instagram Museum Timah Indonesia

Namun, instagram Museum Timah Indonesia lebih banyak menampilkan *postingan* dan foto Museum Timah Indonesia

Muntok ketimbang Museum Timah Indonesia Pangkalpinang. Hal itu disebabkan karena lebih banyak kegiatan seperti *event* dan kunjungan yang diadakan di Museum Timah Indonesia Muntok.



Gambar 3. 22. Postingan Instagram Museum Timah Indonesia

3.1.8.2. Analisa SWOT

Menurut Freddy (2013), Analisa SWOT merupakan sebuah pengelompokan berbagai aspek dalam perusahaan secara terstruktur dengan tujuan untuk membantu perusahaan merumuskan strategi perusahaan. Analisa SWOT didasarkan dari aspek kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), dasar kekuatan dan peluang diharapkan dapat menekan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) dari sebuah perusahaan. Berikut merupakan Analisa SWOT terhadap Museum Timah Indonesia Pangkalpinang yang telah dirancang ke dalam sebuah tabel.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 3. 1. Tabel Analisis SWOT Museum Timah Indonesia Pangkalpinang

MUSEUM TIMAH INDONESIA PANGKALPINANG	
STRENGTHS	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki bangunan yang baru dipugar sehingga cenderung lebih nyaman. • Memiliki staff yang ramah dan tiket masuk gratis. • Memiliki koleksi pencatatan sejarah yang lengkap. • Memiliki miniatur yang menarik dan lengkap.
WEAKNESS	<ul style="list-style-type: none"> • Logo yang ada belum mampu menggambarkan nilai Museum Timah Indonesia Pangkalpinang. • Memiliki pencahayaan yang kurang baik di beberapa sisi ruangan. • Memiliki media interaktif yang rusak dan tidak kunjung diperbaiki. • Tidak memiliki penunjuk arah yang baik sehingga memungkinkan pengunjung untuk tersesat dan berputar-putar di area museum.
OPPORTUNITIES	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki banyak aktivitas seru dan edukasi informatif yang dapat disajikan dan dinikmati oleh semua kalangan masyarakat dan semua range usia masyarakat • Fasilitas Pownis City Tour yang mampu menarik wisatawan dari luar kota untuk mengenal lebih cagar budaya lain di daerah Pangkalpinang.
THREATS	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat yang sepi membuat pengunjung segan berkunjung. • Ketidakadaan media promosi membuat Museum Timah Indonesia kurang mampu menggaet masyarakat terutama usia remaja. • Kecendrungan masyarakat untuk pergi ke tempat wisata alam yang memang lebih terkenal di Pulau Bangka ketimbang wisata sejarah

3.1.9. Studi Referensi

Untuk mendapatkan serta memperdalam gambaran maupun pemahaman mengenai gaya yang akan digunakan untuk mempresentasikan Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, penulis melakukan studi referensi. Studi referensi yang dilakukan oleh penulis akan mengambil gaya seni dari seorang seniman Indonesia yaitu I Nyoman Nuarta serta seniman Jepang bernama Hajime Sorayama.

Pemilihan gaya seni sebagai sebuah referensi memiliki alasan karena I Nyoman Nuarta sering menggunakan tekstur serta bahan metal dalam penciptaan karya-karyanya. Pemilihan referensi seniman Hajime Sorayama adalah karena Hajime Sorayama juga menggunakan warna serta tekstur metalik yang dapat ditemui dalam bahan timah.

3.1.9.1. I Nyoman Nuarta

I Nyoman Nuarta merupakan seorang seniman patung di Indonesia. Beliau telah membuat banyak patung yang dibanggakan oleh Indonesia hingga saat ini.

Beberapa karya patung I Nyoman Nuarta yang terkenal adalah patung Garuda Wisnu Kencana Bali, Monumen Ku Yakin Sampai di Sana Museum Nasional, dan proyek baru beliau yang sedang dalam proses penggarapan yaitu Istana Garuda di Ibukota Indonesia yang baru. Selain merupakan seorang seniman, I Nyoman Nuarta merupakan pemilik dari Studio Nyoman Nuarta dan NuArt Sculpture Park di Bandung.



Gambar 3.23. Patung Garuda Wisnu Kencana Bali
(Sumber: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3608704/108nyoman-nuarta-ungkap-haru-pasca-patung-garuda-wisnu-kencana-rampung>)

Ciri khas I Nyoman Nuarta dalam pembuatan patungnya adalah berdasarkan material yang digunakan. Material yang digunakan dalam sebagian besar patungnya adalah tembaga dan logam. Penggunaan material tersebut mampu membuat warna dari patung dapat menjadi semakin hidup sesuai dengan usia patung tersebut. Warna tembaga yang kecoklatan akan perlahan-lahan memudar dan berubah menjadi warna hijau muda setelah mengalami oksidasi.



Gambar 3.24. Patung Armageddon
(Sumber: <https://kumparan.com/kumparantravel/menilik-makna-di-balik-7-patung-karya-maestro-nyoman-nuarta-di-bandung-1sJlUfJuCel/2>)

Selain memiliki penggunaan material yang konsisten dan unik, karya I Nyoman Nuarta juga memiliki ciri khas yang selalu melekat yaitu memiliki sisi dinamis dan realis. Sisi realis dari patung ini terlihat dari bentuk patungnya yang mengikuti bentuk asli dari objeknya.

Sisi realisme ini telah dipertahankan oleh I Nyoman Nuarta sejak beliau menginjak usia kuliah hingga saat ini. Dalam patungnya selalu terlihat pergerakan dari objek tersebut, pergerakan dari objek diciptakan I Nyoman Nuarta dengan visualisasi efek angin dan objek yang dibuat berkali-kali seakan menunjukkan pergerakan objek dari titik yang satu ke titik lainnya.

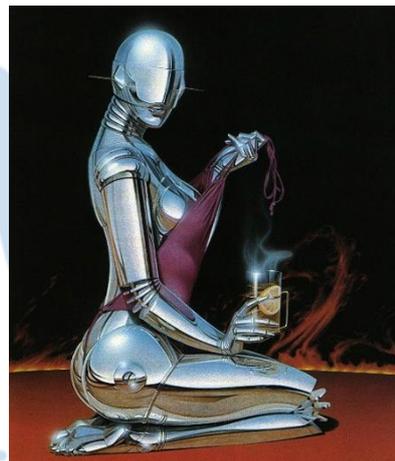
Dalam membuat patung, I Nyoman Nuarta pun sering kali menekankan penggunaan tekstur. Dengan adanya penggunaan tekstur, efek pergerakan, dan warna dari oksidasi tembaga, patung I Nyoman Nuarta terasa lebih hidup.



Gambar 3.25. Patung Pesepeda Karya I Nyoman Nuarta
(Sumber: <https://bluepackerid.com/jalan-jalan-ke-museum-seni-unik-nuart-sculpture-park-bandung/>)

Penulis tertarik mempelajari bagaimana proses menciptakan sebuah identitas visual yang hidup dan dinamis serta dapat menyampaikan pesan merek dengan nilai estetik yang tinggi melalui pengamatan dan pembelajaran penulis dalam karya I Nyoman Nuarta yang kemudian dijadikan sebagai referensi perancangan ulang identitas visual Museum Timah Indonesia.

3.1.9.2. Hajime Sorayama



Gambar 3. 26. Salah Satu Karya Hajime Sorayama
(Sumber: <https://webringjustice.wordpress.com/2009/11/28/hajime-sorayama-she-robot-art/>)

Hajime Sorayama merupakan seorang seniman Jepang dengan aliran modern dan kontemporer. Hajime Sorayama

terkenal dengan lukisan *airbrush* serta ilustrasinya yang bergaya *hyperrealism*. Objek dari lukisan Hajime Sorayama membuatnya menjadi pelopor genre *erotic sci-fi*.

Dalam karyanya, Hajime Sorayama menggabungkan unsur *fetishism*, *bondage* dan manipulasi genetik yang kemudian dibungkus dengan niat untuk memprovokasi. Sebagian besar gambar Hajime Sorayama menggambarkan sosok ideal wanita yang berasal dari satu ide besar yaitu kecantikan feminin tertinggi.

Alasan Hajime Sorayama menggunakan objek wanita ke dalam hampir seluruh karyanya adalah karena Hajime memiliki idealisme bahwa di masa depan wanita akan terbebas dari konsep patriarki dan dapat dianggap sebagai dewi atau yang tertinggi.

Penggunaan material metalik dalam setiap karya Hajime Sorayama memiliki alasan untuk mengkombinasikan bentuk organik seperti manusia dengan revolusi dari masa depan. Dimana pada masa depan manusia akan banyak menggunakan material besi yang warnanya metalik.

3.2. Metode Perancangan

Agar penulis dapat menghasilkan perancangan yang memiliki konsep yang baik, wujud yang artistik serta mampu menyampaikan pesan dengan baik, penulis menggunakan metode perancangan yang terdapat di dalam buku *Advertising by Design* karya Robin Landa (2010). Di dalam buku tersebut, Landa menyatakan bahwa terdapat enam fase yang harus dilewati oleh perancang dalam proses perancangan kampanye promosi. Enam fase tersebut antara lain sebagai berikut.

1) *Overview*

Pada tahap ini, perancang melakukan pencarian data yang dapat membantu perancangan kampanye promosi dengan topik terkait. Dalam fase ini perancang melakukan metode pengumpulan data *mixed method* yang merupakan gabungan dari metode pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif.

Penulis melakukan wawancara terhadap kepala serta pemandu Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, melakukan *focus group discussion*, penulis melakukan observasi ke Museum Timah Indonesia Pangkalpinang, studi literatur, studi eksisting, studi referensi, dan kuesioner.

2) *Strategy*

Pada tahap ini, perancang mengumpulkan serta mempelajari lebih lanjut hasil penelitian yang sudah dikumpulkan pada fase sebelumnya. Pada fase ini pembelajaran dari hasil penelitian dapat menghasilkan analisa terkait nilai dari merek yang kemudian dapat menghasilkan *creative brief*. *Creative brief* berisi rencana perancang mulai dari *moodboard*, *tone and manner*, strategi pesan, taktik pesan, penyampaian pesan, dan metode.

3) *Ideas*

Pada tahap ini *creative brief* kemudian dikembangkan menjadi *mindmap*, *moodboard*, *big idea*, *concept*, dan *keywords*. Pada tahap ini, penulis berusaha untuk menciptakan sebuah kesan melalui sebuah desain. *Moodboard*, *big idea*, *concept*, dan *keywords* yang ada didapat melalui proses pemikiran yang tepat dan imajinatif.

4) *Design*

Tahap ini penulis mengembangkan ide dan konsep yang ada menjadi sebuah rancangan desain. Dimulai dengan pengumpulan referensi, sketsa, pewarnaan, pemilihan tipografi, penyusunan elemen dan pencocokan desain ke berbagai format.

5) *Production*

Pada tahap ini penulis melakukan proses penerapan desain yang telah dirasa mampu membawakan pesan kampanye yang baik ke dalam media *online* dan *offline*. Media yang digunakan dalam tahap ini merupakan media-media yang telah dipilih sebelumnya berdasarkan hasil *media planning* pada tahap *strategy*.

6) *Implementation*

Pada tahap terakhir dari perancangan, penulis akan memeriksa kembali hasil desain media yang ada, melihat tingkat efektivitas media tersebut menyampaikan pesan dan mempengaruhi audiens sesuai target penulis, dan menilai keberhasilan dari media-media tersebut. Pada tahap ini, penulis dapat melakukan revisi apabila desain dan media yang ada dirasa masih kurang mampu mencapai tujuan dari kampanye promosi ini.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA