

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Pada proses pengumpulan data untuk perancangan ini, penulis menggunakan metode *mix method* yang terdiri dari metode kualitatif dan kuantitatif, Kedua metode tersebut dipilih agar dapat saling mengisi kelengkapan data yang dibutuhkan. Proses tersebut melibatkan persiapan target narasumber, pengumpulan data umum hingga data khusus dan hasil rangkuman data peneliti yang semuanya telah didokumentasikan baik dalam bentuk rekaman maupun foto.

3.1.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif merupakan metode pencarian data dengan cara melakukan pendekatan dan pemahaman yang bersumber dari individu atau sekelompok orang yang terlibat. Pada metode kualitatif, penulis melakukan pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi lapangan, studi eksisting, dan studi pustaka. Penjelasan proses pengerjaan metode kualitatif adalah sebagai berikut:

3.1.1.1 Wawancara

Untuk melengkapi data yang dibutuhkan, penulis melakukan wawancara dengan beberapa narasumber. Narasumber tersebut terdiri dari kepala satuan pelayanan (kasatpel) Museum Wayang, budayawan seni wayang, pakar buku, pengunjung museum dan masyarakat yang belum pernah mengunjungi museum. Wawancara ini ditujukan agar mengetahui lebih jelas mengenai latar belakang museum, pandangan masyarakat terhadap museum, pemahaman lebih dalam mengenai seni budaya wayang dan cara merancang sebuah buku informasi katalogisasi yang baik.

1) Wawancara dengan Kepala Satuan Pelayanan (Kasatpel) Museum Wayang

Untuk mempelajari identitas dan struktur Museum Wayang secara lebih dalam, penulis melakukan wawancara dengan pengurus museum yaitu Kepala Satuan Pelayanan (Kasatpel) Museum Wayang bernama Sumardi. Wawancara dilakukan secara langsung di ruang *meeting* kantor pengurus di Museum Wayang pada tanggal 29 September 2022 pukul 13.30 WIB. Beliau sudah mengurus Museum Wayang sejak tahun 2012 lalu pindah sebentar menjadi eselon 4 di kepala seksi proyeksi dan perawatan dan kemudian kembali ke Museum Wayang pada tahun 2015 hingga saat ini.



Gambar 3.1 Wawancara dengan Kasatpel Museum Wayang

Beliau menjelaskan bahwa keberadaan Museum Wayang memiliki sejarah yang panjang dan telah resmi berdiri sejak tahun 1975 yang diresmikan oleh Ali Sadikin selaku Gubernur pada masa itu. Sesuai dengan namanya, Museum Wayang merupakan wisata edukasi yang menyimpan berbagai jenis wayang, boneka, gamelan dan berbagai perlengkapan lainnya dari seluruh Indonesia hingga mancanegara. Selain memamerkan koleksi wayang, dari segi wisata interaktif Museum Wayang juga menampilkan pertunjukan wayang seperti wayang kulit, wayang

golek, wayang orang, dan lain-lain yang rutin dilakukan sekali setiap bulannya. Sebagai salah satu perantara pelestarian budaya wayang di Indonesia, Museum Wayang memiliki visi dan misi yang ingin dicapai. Secara garis besar, visinya adalah mendapatkan pengakuan dari dunia mengenai nilai-nilai yang tersimpan pada budaya wayang Indonesia. Sedangkan misinya yaitu menyatukan berbagai macam koleksi wayang di Indonesia yang diwadahi oleh Museum Wayang. Visi misi tersebut bertujuan agar museum dapat menyelenggarakan kegiatan yang edukatif dan interaktif mengenai seni budaya wayang kepada para pengunjung mulai dari anak-anak hingga lanjut usia tanpa terkecuali.

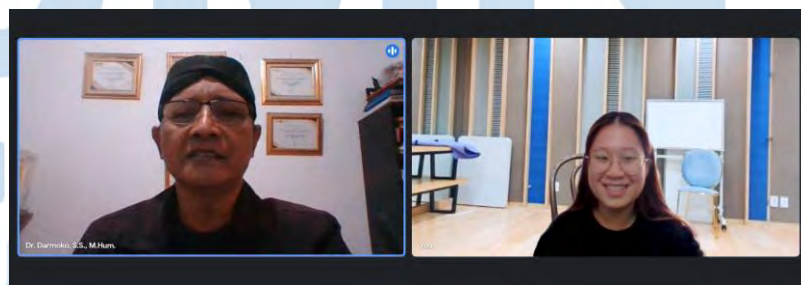
Dalam membantu menyampaikan visi misi tersebut beliau menggunakan beberapa media informasi yaitu media fisik berupa brosur, flyer dan media sosial seperti Instagram, Facebook dan Youtube. Untuk saat ini, beliau cenderung mengandalkan media sosial. Sedangkan kedua media fisik tersebut diterbitkan oleh Unit Pengelola Museum Seni yang bertanggungjawab atas pengelolaan Museum Wayang, Museum Tekstil serta Museum Seni Rupa dan Keramik. Oleh sebab itu, konten kedua media fisik tersebut mengandung informasi umum mengenai masing-masing museum seperti deskripsi singkat, lokasi dan harga tiket.

Walaupun Museum Wayang sedang berfokus memanfaatkan media sosial sebagai media informasi, beliau berpendapat bahwa media sosial belum tentu menjadi media yang efektif dalam menjangkau pengunjung dikarenakan tidak semua pengunjung aktif dan familiar menggunakan media sosial khususnya pada pengunjung kelas menengah kebawah. Maka, beliau mengharapkan adanya media-media informasi fisik lain yang dapat bermanfaat dalam membantu pengunjung memahami informasi lebih detail mengenai Museum Wayang itu sendiri serta

koleksi-koleksi wayang didalamnya seperti buku panduan atau buku katalog. Selain dapat menjadi media informasi yang membantu mengedukasi, buku panduan atau buku katalog tersebut dapat menjadi kebanggaan yang memiliki nilai *prestise*-nya tersendiri bagi Museum Wayang.

2) Wawancara dengan Budayawan Seni Wayang

Proses penelitian untuk perancangan identitas visual Museum Wayang membutuhkan pendapat budayawan seni wayang sebagai narasumber dengan tujuan untuk memperkaya pengetahuan penulis terkait budaya wayang yang merupakan konten museum dan perwakilan visual logo museum. Wawancara diberlangsungkan pada tanggal 17 September 2022 pukul 10.00 WIB secara *online* via Google Meet bersama dengan narasumber Dr. Darmoko, S.S, M.Hum yang berprofesi sebagai budayawan dan dosen Sastra Jawa di Universitas Indonesia. Beliau sudah mengenal dan menyukai wayang sejak kecil karena pengaruh dari keluarga dan lingkungan sekitar tempat beliau berasal yaitu Klaten, Jawa Tengah. Selama berkarir, beliau berkontribusi dalam dunia wayang selama 32 tahun dengan berperan sebagai dalang, juri untuk perlombaan wayang hingga kini di usianya yang menjelang 61 tahun beliau masih aktif sebagai dosen wayang dan kepala program studi Sastra Jawa di Universitas Indonesia.



Gambar 3.2 Wawancara dengan Budayawan Seni Wayang

Beliau menuturkan bahwa secara disiplin ilmiah, wayang sederhananya memiliki arti harafiah bayangan. Pertunjukan

wayang khususnya wayang kulit secara konvensional dimainkan dengan memanfaatkan cahaya dari lampu minyak. Wayang yang terkena pancaran cahaya muncul dalam bentuk bayangan di layar. Bayangan tersebut kemudian dinamakan dengan wayang. Wayang juga dapat merujuk pada objek yang dimainkan ataupun orang yang memainkan lakon pada pertunjukan wayang. Sedangkan pertunjukan wayang adalah pertunjukan yang menyajikan berbagai aspek yang terdiri dari boneka wayang itu sendiri, cerita, musik, dan perlengkapan lainnya seperti gamelan, layar, kotak wayang, lempengan logam dan lain sebagainya yang semuanya bersatu padu saling mendukung satu sama lain sehingga menjadi sebuah pertunjukan.

Ada berbagai macam jenis wayang yang terdapat di Indonesia maupun di luar negeri. Di luar negeri, wayang cenderung lebih memiliki eksistensi di negara-negara Asia Tenggara seperti Thailand, Kamboja, Vietnam dan lain-lain termasuk Indonesia. Wayang Indonesia pun ada bermacam-macam seperti wayang kulit, wayang golek, wayang orang, dan lain sebagainya. Wayang kulit merupakan wayang dua dimensi yang terbuat dari kulit kerbau dan dimainkan dengan memanfaatkan cahaya sehingga terbentuk bayangan. Berbeda dengan wayang kulit, wayang golek adalah wayang yang terbuat dari kayu sehingga bentuknya tiga dimensi. Sedangkan wayang orang adalah wayang yang diperankan oleh orang-orang yang melakoni tokoh-tokoh tertentu sesuai dengan kisah yang dimainkan dan masih ada berbagai jenis wayang lainnya.

Normalnya penamaan sebuah jenis wayang didasarkan pada bahan baku boneka wayang itu sendiri dan asal daerahnya, misalnya wayang golek Betawi yang secara harafiah berarti wayang tiga dimensi yang berasal dari Betawi. Boneka wayang

dapat dimainkan sesuai dengan kisah dan kreatifitas yang diangkat oleh dalang. Walaupun demikian, kisah yang diangkat dalam perwayangan pasti memiliki nilai-nilai luhur yang disampaikan tidak secara harafiah sehingga penonton membutuhkan proses pemaknaan untuk memahami maksud dari kisah tersebut. Ada beberapa kisah yang umum diceritakan pada wayang seperti kisah wayang Purwa yang ceritanya bersumber pada Ramayana dan Mahabrata. Hal tersebut didasarkan pada daerah asal kisah wayang Purwa yaitu India yang kemudian telah melalui proses adaptasi dengan kebudayaan lokal. Maka itu, menjadi hal yang lumrah ketika sebagian besar tokoh dan kisah diceritakan dengan sama namun tetap ada beberapa bagian cerita yang berbeda antara kisah wayang di Indonesia khususnya Jawa dan di India.

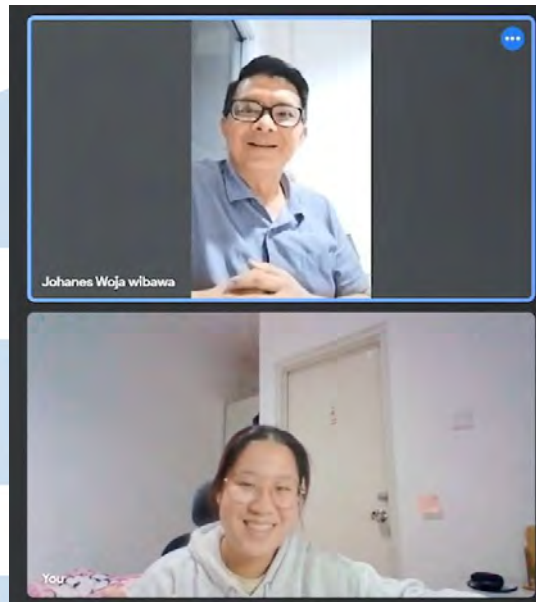
Melihat dari bentuknya, secara umum wayang kulit terdiri dari dua bentuk yaitu wayang tokoh dan wayang kayon atau kerap disebut juga dengan gunung. Wayang tokoh biasanya berbentuk orang untuk menggambarkan tokoh-tokoh dalam perwayangan dan memiliki ciri khasnya masing-masing seperti pada bentuk wajah, bentuk tubuh, aksesoris yang digunakan dan warna yang dipilih. Sedangkan wayang kayon atau gunung berbentuk seperti kerucut atau segitiga yang mengandung elemen-elemen gambar seperti naga, banteng, pura dan lain sebagainya. Fungsi gunung dalam pertunjukan wayang adalah sebagai latar lingkungan atau situasi pada kisah perwayangan misalnya seperti gunung meletus, tsunami dan lain-lain.

Secara visual, elemen-elemen desain yang terdapat pada wayang merupakan hasil kreasi dari sang seniman pencipta namun tetap mengacu pada pedoman ciri khas masing-masing tokoh. Contohnya pada tokoh Rahwana, walaupun seniman yang

membuat tokoh Rahwana berbeda-beda tetapi semua seniman akan tetap memvisualisasikan Rahwana dengan warna wajah yang sama yaitu merah dan ciri khas lainnya yang tidak berubah hanya saja diimplementasikan dengan kekreatifitasan masing-masing. Hal ini dikarenakan setiap elemen pada tokoh-tokoh perwayangan memiliki filosofinya sendiri. Salah satu elemen yang paling berpengaruh adalah warna. Beliau menuturkan warna memiliki peran penting dalam menunjukkan karakter tokoh. Beberapa contoh yang beliau sebutkan adalah warna merah yang biasanya melambangkan tokoh antagonis, warna hijau untuk tokoh protagonis, warna biru untuk tokoh dengan garis keturunan dewa, warna hitam untuk tokoh yang memiliki ilmu spiritual yang tinggi, dan beberapa warna lainnya yang dapat menunjukkan garis keturunan tokoh tersebut.

3) Wawancara dengan Pakar Buku

Untuk mendukung proses perancangan, penulis memutuskan untuk mencari opini dan pengetahuan secara lebih mendalam dari pakar buku sebagai narasumber ahli. Wawancara pakar buku bertujuan untuk mengetahui mulai dari teknis penyusunan konten hingga proses teknis mencetak sebuah buku informasi. Wawancara dilakukan pada tanggal 19 Oktober 2022 pukul 16.00 WIB secara daring via Google Meet. Narasumber tersebut bernama Johanes Woja Wibawa yang sudah berkarir di bidang *printing* atau percetakan selama kurang lebih 20 tahun. Saat ini beliau menjabat sebagai Direktur PT. Woya Jaya Abadi yang berlokasi di Kelapa Gading, Jakarta Utara. Pada PT. Woya Jaya Abadi sendiri beliau sudah bekerja disana selama kurang lebih 8 tahun.



Gambar 3.3 Wawancara dengan Pakar Buku

Penulis memulai wawancara dengan menanyakan definisi buku kepada narasumber. Narasumber beropini bahwa buku adalah media yang digunakan sebagai sarana informasi, belajar dan hiburan. Jika dibandingkan media lain, menurutnya buku memiliki beberapa keunggulan seperti kemudahan untuk disimpan serta lebih nyaman dan sehat untuk dibaca daripada media digital khususnya bagi kalangan orang tua seperti dirinya. Selain itu, baginya membaca buku juga dapat memberikan sensasi fisik tersendiri yang tidak dapat diberikan oleh media elektronik atau media digital lainnya misalnya dalam hal desain dan material buku. Namun beliau juga berpendapat bahwa pada masa kini buku cetak mulai kalah saing dibandingkan buku digital. Hal ini ditunjukkan dari segi produksi, percetakan buku mengalami penurunan yang dipicu oleh perubahan zaman dan generasi muda kini yang mulai berpindah ke media digital.

Tetapi keberadaan buku yang mempunyai nilai lebihnya tersendiri belum dapat tergantikan sepenuhnya oleh media digital. Menurutnya walaupun anak muda masa kini cenderung mulai mengandalkan media digital, tetapi tidak demikian dengan

golongan orang dewasa. Berdasarkan pengalamannya, golongan tersebut khususnya orang tua masih mengandalkan buku sebagai media informasi. Sehingga menurutnya pasar utama buku pada masa kini adalah orang dewasa khususnya orang tua serta orang-orang yang hobi membaca serta mengoleksi buku.

Beliau juga menjelaskan tahapan proses mencetak sebuah buku. Tahapan awal dimulai dari penyusunan konten yang dilanjutkan dengan desain buku. Kemudian tahap selanjutnya dilakukan pemilihan material buku seperti jenis kertas dan jenis jilid yang ingin digunakan beserta permintaan khusus lainnya seperti efek *emboss* atau *deboss* dan lain-lain yang diwujudkan dalam bentuk *dummy*. Proses ini dapat membutuhkan waktu yang lama karena akan melalui berbagai proses revisi secara keseluruhan. Lalu, buku akan memasuki tahap produksi dengan melalui beberapa proses yaitu *layouting*, pembuatan plat untuk mesin cetak *offset*, pembelian material buku, *printing*, *finishing*, penjilidan dan *packaging* hingga buku siap untuk didistribusikan. Secara keseluruhan proses percetakan buku dapat mengonsumsi waktu hingga berbulan-bulan.

Kemudian, beliau memaparkan dalam pembuatan suatu buku ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti jumlah halaman yang digunakan sebaiknya kelipatan 4 agar memudahkan proses jilid, jumlah halaman yang digunakan juga sebaiknya minimal sekitar 40-80 halaman, serta warna *body text* sebaiknya warna hitam 100% tanpa campuran warna lain. Dalam proses cetak juga sangat wajar apabila terjadi perubahan warna antara hasil desain dan hasil percetakan sehingga dibutuhkan proses pengaturan dan penyesuaian warna menggunakan aplikasi-aplikasi digital serta dilakukan pengetesan dengan *dummy*.

Selanjutnya penulis menanyakan pendapat narasumber mengenai ketentuan dalam mencetak buku informasi. Umumnya untuk mencetak buku informasi rata-rata ukuran yang digunakan adalah A5 *potrait* atau yang sedikit lebih besar dari itu sekitar 17x23 cm agar mudah dibawa. Dari segi *layout* dan desain perlu memperhatikan jenis dan ukuran *font* yang digunakan. Secara ukuran sebaiknya *font* tidak terlalu kecil dapat berupa 10-12 pt tetapi jika ditujukan untuk orang tua sebaiknya menggunakan ukuran 11-12 pt agar nyaman dibaca. Sedangkan dari jenis *font* yang digunakan sebaiknya tidak terlalu dekoratif agar tidak menyulitkan para pembaca. Dari segi teknis percetakan, beliau mengatakan dalam mencetak buku informasi standarnya sampul buku menggunakan kertas *art carton* 260 gsm dengan *finishing* laminating dan untuk halaman buku menggunakan *art paper* atau *matte paper* 120 gsm. Namun perlu diperhatikan ketebalan jenis kertas yang digunakan dengan jumlah halaman agar buku tidak terlalu tebal. Untuk jilid buku informasi sebanyak kurang lebih 40-80 halaman beliau menyarankan untuk menggunakan jilid kawat atau *staples* karena lebih efisien secara harga dan lebih tahan lama apabila buku dilipat-lipat oleh pengunjung.

Narasumber selaku orang yang bekerja di bidang percetakan dan mengerti sudut pandang sebagai orang tua mengatakan bahwa dari segi konten buku informasi museum khususnya Museum Wayang disarankan mengandung sejarah & profil museum, koleksi-koleksi wayang beserta cerita atau latar belakangnya, denah museum, harga tiket, dan program-program museum. Beliau juga berpendapat buku ini dapat bermanfaat bagi dirinya sendiri maupun anak-anaknya dalam mengenalkan seni budaya wayang. Jika konten-konten tersebut dapat dikemas dengan baik menurutnya buku tersebut akan menarik minat para pembaca untuk mempelajari wayang lebih lanjut mengingat buku tersebut

dapat dibawa pulang secara gratis. Beliau juga menyampaikan perlu memerhatikan teknis-teknis desain buku seperti konten buku sebaiknya tidak terlalu banyak teks melainkan perlu diperbanyak komposisi visual agar pengunjung lebih fokus pada koleksi-koleksi museum mengingat buku ini difungsikan sebagai panduan Museum Wayang.

Terdapat beberapa faktor penentu harga *budget* mencetak buku diantaranya yaitu ukuran buku, material buku yang digunakan, jumlah halaman, warna buku yang digunakan, teknik *finishing* dan jumlah oplah yang ingin dicetak. Semakin banyak oplah yang dicetak maka semakin murah harga satuan bukunya. Penulis juga menanyakan berdasarkan pengalaman beliau berapa harga cetak satuan *booklet* buku informasi serupa dengan perkiraan ukuran A5 sebanyak kurang lebih 40 halaman. Beliau menyampaikan untuk perhitungan lebih detail beliau harus melakukan perhitungan terlebih dahulu namun setelah perhitungan singkat harga persatuan *booklet* dapat seharga Rp. 20.000,- sehingga menurutnya masih cocok apabila *booklet* ingin dibagikan gratis. Kemudian narasumber menutup wawancara dengan harapan bahwa perancangan buku ini dapat bersifat informatif dan menarik secara desain supaya para pengunjung dapat membaca kembali bukunya di rumah masing-masing serta tidak terbuang sia-sia.

4) Wawancara dengan Pengunjung Museum Wayang

Penulis melakukan wawancara dengan pengunjung Museum Wayang secara acak saat sedang mengunjungi museum. Penulis mendapati lima pengunjung yang bersedia untuk diwawancarai sebagai narasumber Tugas Akhir. Kelima narasumber tersebut sudah menyepakati bahwa penulis diperbolehkan merekam hasil suara wawancara dan mengambil dokumentasi berupa foto

bersama menggunakan telepon genggam. Durasi wawancara dilakukan selama kurang lebih 5 menit pada masing-masing narasumber. Berikut adalah proses wawancaranya:

a. Narasumber pertama



Gambar 3.4 Wawancara dengan Pengunjung Yuni

Penulis mewawancarai narasumber pertama pada tanggal 16 Oktober 2022 pukul 10.30 WIB. Narasumber pertama bernama Yuni berusia 33 tahun asal Bekasi yang merupakan seorang pengajar dan ibu rumah tangga. Yuni mengunjungi Museum Wayang bersama dengan anak-anaknya karena ini mengenalkan tradisi budaya wayang melalui koleksi-koleksi museum yang berasal dari seluruh Indonesia dan mancanegara. Secara umum, keterangan pada koleksi karya museum sudah cukup membantu mengenalkan wayang namun beliau juga mengatakan tidak menutup fakta bahwa ada beberapa koleksi yang sebenarnya ingin beliau cari tahu lebih dalam. Beliau berpendapat jika ada media seperti buku informasi mengenai profil Museum Wayang dan koleksinya akan sangat membantu terutama bagi dirinya

sebagai orang tua yang ingin mengenalkan budaya wayang kepada anak-anaknya. Penulis juga menanyakan buku informasi seperti apa yang diharapkan dari segi konten, ukuran buku serta komposisi visual dan teks. Beliau berharap dari segi ukuran buku lebih baik tidak terlalu kecil dan rumit untuk dibaca seperti buku saku. Penulis memberikan beberapa sampel buku lalu beliau memilih buku dengan ukuran 12x16 cm yang menurutnya akan nyaman untuk dipegang dan dibaca. Kemudian, dari segi konten beliau berharap isi buku memuat gambar-gambar yang menarik dan informasinya disampaikan dengan sederhana agar mudah dimengerti. Secara komposisi, beliau lebih menyukai buku dengan komposisi visual dengan warna menarik yang lebih banyak daripada teks.

b. Narasumber kedua



Gambar 3.5 Wawancara dengan Pengunjung Zerine

Wawancara dengan narasumber kedua berlangsung pada tanggal 16 Oktober 2022 pukul 10.45 WIB. Narasumber kedua bernama Zerine, seorang siswa pelajar asal dari

Jakarta. Zerine mengunjungi Museum Wayang bersama dengan orang tua dan saudaranya sembari mengelilingi Kota Tua. Zerine mengetahui keberadaan Museum Wayang melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok sehingga ia dan keluarganya tertarik berkunjung. Menurutnya, Museum Wayang dapat membantunya dalam mengenal secara langsung jenis-jenis wayang serta mempelajari sejarah kesenian wayang yang sangat beragam. Walaupun menurutnya koleksi-koleksi Museum Wayang sudah disajikan dengan baik, ia berpendapat bahwa jika ada media seperti buku yang menjelaskan tentang profil museum beserta koleksinya akan sangat bermanfaat bagi dirinya dan pelajar lainnya di masa yang akan mendatang karena dapat dijadikan media pembelajaran. Secara preferensi, ia lebih berminat untuk membaca buku yang seimbang antara komposisi visual dan teksnya. Sedangkan dari segi ukuran, menurutnya buku dengan ukuran kecil seperti buku saku akan lebih baik baginya karena mudah dibawa kemana saja.

c. Narasumber ketiga



Gambar 3.6 Wawancara dengan Pengunjung Yati

Penulis kembali melakukan kunjungan ke Museum Wayang pada tanggal 23 Oktober 2022 pukul 11.30 WIB dan melakukan wawancara dengan narasumber ketiga dengan narasumber bernama Yati, seorang ibu rumah tangga berumur 43 tahun asal dari Tangerang. Beliau mengunjungi Museum Wayang bersama dengan teman-teman serta anaknya. Menurutnya penting mengenalkan dan mengedukasi budaya kepada anaknya khususnya pada budaya wayang. Setelah mengunjungi Museum Wayang, beliau mengaku bahwa masih kurang mendapat pengetahuan seputar wayang dan hanya mendapatkan informasi tentang wayang dari teman-temannya secara dari mulut ke mulut. Beliau juga mengatakan bahwa media informasi berupa buku informasi dan katalogisasi tentang Museum Wayang akan sangat membantunya untuk mengedukasi budaya wayang untuk masa depan anaknya sehingga lebih baik jika ada buku informasi dengan ukuran yang mudah dibawa dan secara *layout* didominasi oleh gambar.

d. Narasumber keempat



Gambar 3.7 Wawancara dengan Pengunjung Yuni

Penulis mewawancarai narasumber keempat pada tanggal 23 Oktober 2022 pukul 12.30 WIB. Narasumber bernama Yuni berusia 56 tahun yang berprofesi sebagai konsultan keuangan dan pengusaha batik asal Malang. Beliau mengetahui keberadaan Museum Wayang dari kerabatnya yang kemudian mengajaknya berkunjung ke Museum Wayang dalam rangka berlibur bersama dengan keluarga besar. Menurut beliau, wisata edukasi ke museum seperti ini sangat penting khususnya bagi generasi muda untuk mengenal dan mengetahui kebudayaan Indonesia. Beliau juga menambahkan bahwa beliau berasal dari keluarga pengrajin wayang dan batik di Malang. Beliau juga berpendapat bahwa media-media informasi yang terdapat dalam Museum Wayang seperti label-label karya masih sangat minim informasi dan tulisannya terlalu kecil sehingga tidak menarik minatnya untuk membaca sebagai pengunjung. Menurutnya jika ada media seperti buku informasi yang berisikan tentang Museum Wayang beserta koleksinya, beliau akan sangat berminat membacanya karena dirasa dapat membantunya dalam memahami setiap koleksi yang terdapat di dalam museum. Secara *layout*, beliau lebih berminat membaca buku dengan kombinasi visual dan teks yang seimbang serta ukuran buku yang mudah dibawa berkeliling museum.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

e. Narasumber kelima



Gambar 3.8 Wawancara dengan Pengunjung Yohanes Gunawan

Pengunjung kelima yang bersedia untuk diwawancarai bernama Yohanes Gunawan berusia 40 tahun asal Tangerang yang berprofesi sebagai karyawan swasta di salah satu perusahaan di Jakarta. Wawancara berlangsung pada 23 Oktober 2022 pukul 12.45 WIB. Beliau mengunjungi Museum Wayang bersama dengan keluarga kecilnya yang terdiri dari istri dan dua anak-anaknya ketika sedang berekreasi di Kota Tua. Baginya, mengenalkan dan mengedukasi budaya wayang kepada anak-anaknya merupakan hal yang sangat penting karena budaya merupakan sesuatu yang perlu diwariskan kepada generasi muda berikutnya. Setelah mengunjungi Museum Wayang, beliau berpendapat bahwa informasi dari media informasi museum masih sangat minim dan kurang membantunya dalam memahami budaya wayang. Beliau berpendapat bahwa jika ada media informasi seperti buku yang dapat menjelaskan tentang profil, sejarah Museum Wayang, dan koleksi-koleksinya secara lebih rinci akan sangat bermanfaat dalam membantu mengedukasi anak-

anaknya mengenai seni budaya wayang sembari melihat-lihat koleksi Museum Wayang secara langsung. Sebagai preferensi, beliau cenderung menyukai buku dengan ukuran yang tidak terlalu besar agar mudah dimasukkan ke dalam saku. Sedangkan dari segi *layout*, beliau menyukai komposisi visual dan teks yang seimbang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua narasumber tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengunjung Museum Wayang berpendapat bahwa koleksi-koleksi museum sudah tersajikan dengan baik. Namun walau dari segi koleksi sudah lengkap tetapi pengenalan budaya wayang tersebut belum dapat dikatakan optimal karena keterbatasan penggunaan media informasi Museum Wayang yang berakibat pada kemampuan mereka untuk mengenal dan mempelajari budaya wayang menjadi terhambat. Semua pengunjung yang telah diwawancarai sependapat bahwa media informasi berupa buku yang berisikan informasi mengenai profil dan koleksi museum dapat membantu mereka dalam mengenal, mempelajari dan mengedukasi khususnya anak-anak mereka mengenai tradisi kebudayaan wayang Indonesia dengan lebih maksimal.

5) Wawancara dengan Masyarakat



Gambar 3.9 Wawancara dengan Masyarakat

Selain mewawancarai masyarakat yang pernah mengunjungi Museum Wayang, penulis juga mewawancarai salah satu narasumber yang belum pernah mengunjungi Museum Wayang untuk meneliti tentang tanggapan mengenai identitas visual Museum Wayang. Narasumber bernama Ami yang berprofesi sebagai petugas kebersihan berusia 45 tahun asal dari kota Tangerang. Ami mengakui bahwa beliau mengetahui tentang keberadaan Museum Wayang dari tetangga dan kerabatnya namun belum pernah mengunjunginya. Baginya saat menentukan tempat rekreasi atau hiburan keluarga, ia mengutamakan edukasi anak dan kebahagiaan keluarga. Beliau juga beranggapan bahwa penting bagi suatu museum memiliki *image* yang baik. Selain itu, dalam hal konten museum yang berkualitas juga menjadi faktor penentu yang penting.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa masyarakat yang belum pernah mengunjungi Museum Wayang belum tentu berkeinginan untuk berwisata walaupun sudah mengetahui keberadaan Museum Wayang dari berbagai sumber. Namun

beberapa faktor seperti *image*, koleksi dan kualitas museum menjadi variabel penentu yang besar bagi mereka khususnya bagi para orang tua yang ingin menghibur sekaligus mengedukasi anak-anaknya.

3.1.1.2 Observasi Lapangan Museum Wayang

Syafdinawaty (2020) mengemukakan bahwa observasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan melalui proses pengamatan dan peninjauan secara langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi atau mengecek kebenaran dari proses penelitian yang sedang dilakukan. Oleh sebab itu, penulis melakukan observasi langsung dengan cara mengunjungi Museum Wayang sebagai pengunjung. Tujuannya agar penulis dapat mengenal dan memahami secara langsung suasana, situasi dan kondisi dari Museum Wayang itu sendiri.

a. Proses Observasi

Selama proses penelitian untuk Tugas Akhir ini, penulis melakukan observasi dengan mengunjungi Museum Wayang sebagai pengunjung biasa. Observasi ini bertujuan untuk mengenal dan menganalisa suasana dan kondisi Museum Wayang saat sedang beroperasi sehari-hari secara langsung. Museum Wayang berlokasi di Kawasan Kota Tua Jakarta tepatnya di Jalan Pintu Besar Utama No. 27, RT.07/RW.07, Pinangsia, Tamansari, DKI Jakarta. Peneliti melakukan observasi pada hari Minggu tanggal 11 September 2022 pukul 11.30 WIB sebagai pengunjung Museum Wayang.



Gambar 3.10 Suasana Luar Museum Wayang

Berlokasi di kawasan wisata Kota Tua, tampak Museum Wayang dari luar cenderung cukup ramai dikerubungi oleh turis lokal maupun turis mancanegara. Selain itu, dari tampak luar sisi bangunan museum terlihat seperti gedung tua klasik dengan *signage* Museum Wayang berwarna biru dan silver. Ketika memasuki pintu masuk, terdapat loket penjualan tiket masuk museum. Pengunjung harus membeli tiket masuk terlebih dahulu dengan harga mulai dari harga Rp. 2.000,- untuk pelajar, Rp. 3.000,- untuk mahasiswa dan Rp. 5.000,- untuk orang dewasa.



Gambar 3.11 Suasana Interior Museum Wayang

Bagian dalam museum menyajikan koleksi-koleksi Wayang, boneka, dan peralatan memainkan wayang lainnya dari berbagai daerah di Indonesia dan di luar negeri di dalam gedung tua yang terdiri dari dua lantai. Koleksi-koleksi Wayang tersebut diletakan dengan baik dibalik *display* rak kaca.

Untuk mendukung *ambience* dan *mood*, koleksi-koleksi tersebut diberikan pencahayaan dari *lighting* yang mendukung serta ditempatkan pada ruang-ruang sesuai fungsinya. Hal tersebut tidak jarang memikat pengunjung yang datang untuk mengambil foto bersama dengan koleksi-koleksi museum. Berdasarkan hasil pengamatan penulis, pengunjung Museum Wayang mayoritas merupakan keluarga yang sedang berekreasi sembari mengedukasi anaknya tentang budaya wayang. Sedangkan, pengunjung lainnya merupakan remaja atau pelajar untuk sekedar berkunjung untuk hiburan semata maupun untuk kepentingan tugas pendidikan.



Gambar 3.12 Pengunjung Museum Wayang

Selain mengobservasi pengunjung, penulis juga memerhatikan media informasi cetak yang digunakan oleh Museum Wayang. Media-media tersebut terdiri dari brosur dan label karya. Berikut adalah beberapa dokumentasinya:



Gambar 3.13 Brosur Unit Pengelola Museum Wayang

Brosur Unit Pengelola Museum Seni (UPMS) dapat ditemukan di meja loket museum. Brosur ini dirilis oleh UPMS dengan mengandung informasi dasar mengenai semua museum seni dibawah naungan mereka yaitu Museum Tekstil, Museum Seni Rupa dan Keramik dan Museum Wayang. Informasi yang disampaikan berupa profil singkat, harga tiket, alamat serta kontak masing-masing museum seni. Namun, pada bulan Oktober 2022 brosur ini sudah tidak dicetak.



Gambar 3.14 Flier Museum Wayang

Selain itu, terdapat *flier* Museum Wayang yang juga dirilis oleh UPMS selaku pengelola museum. *Flier* ini dapat ditemukan di meja loket bersebelahan dengan brosur UPMS. Informasi yang terdapat

didalamnya yaitu profil singkat, harga tiket, kontak serta denah lokasi Museum Wayang.



Gambar 3.15 Label Karya Museum Wayang

Untuk mengenalkan koleksinya, tentu Museum Wayang menggunakan media informasi label karya. Informasi didalamnya berupa nama koleksi dan deskripsi singkat berupa 1-3 kalimat mengenai karya tersebut.

b. Hasil Observasi

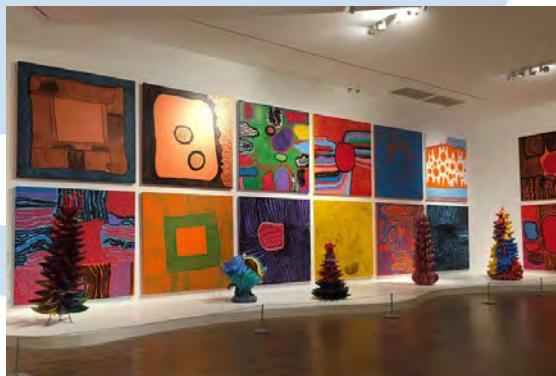
Berdasarkan pengamatan tersebut selama mengunjungi Museum Wayang, penulis menyimpulkan bahwa Museum Wayang merupakan museum yang menyajikan konten *display* dan kualitas wayang yang terjaga dengan baik. Mayoritas pengunjung museum didominasi oleh pengunjung yang sudah berkeluarga yang terdiri dari orang tua dan anak. Sebagai tempat wisata edukasi, media informasi yang digunakan oleh Museum Wayang hanya mengandung informasi dasar yang kurang menjelaskan lebih lanjut mengenai profil museum dan koleksi-koleksinya. Media-media cetak berupa brosur, *flyer* dan label karya tersebut berpotensi

berdampak pada pengetahuan para pengunjung terhadap nilai-nilai, makna dan filosofi kebudayaan wayang yang tidak dapat tersampaikan dengan maksimal.

3.1.1.3 Studi Eksisting

Sebagai salah satu acuan penelitian, penulis juga membandingkan permasalahan serupa dengan cara melakukan studi eksisting. Maka, penulis memilih beberapa buku informasi yaitu sebagai berikut:

1. *Xu Bing: Thought and Method* oleh Museum MACAN



Gambar 3.16 Museum MACAN

Sumber:

<https://asset.kompas.com/crops/IPSqxzken02NPYAEM7oZPGGNqnI=/0x11:1000x678/750x500/data/photo/2018/05/09/800338891.JPG>

Museum of Modern and Contemporary Art in Nusantara atau disebut dengan Museum MACAN adalah museum yang menampilkan pameran koleksi-koleksi seni kontemporer dari berbagai seniman di dunia. Harga tiket masuk Museum MACAN mulai dari Rp. 80.000,- untuk pelajar dan Rp. 100.000,- untuk umum sesuai dengan target marketnya yaitu masyarakat menengah ke atas. Museum yang berlokasi di Kebun Jeruk, Jakarta Barat ini, memberikan pameran dengan beragam tema dan gaya seni yang berganti-ganti setiap beberapa periode. Salah

satu seniman yang berkesempatan dipamerkan karya-karyanya yaitu Xu Bing seorang seniman asal Tiongkok yang telah berkontribusi dalam sejarah perkembangan seni kontemporer. Maka dalam rangka mendukung para pengunjung dan para pembaca *online*, Museum Macan merilis buku sumber materi pendidikan mengenai profil Xu Bing dan karya-karyanya dalam bentuk *file pdf E-book* yang dirilis melalui platform situs resmi Museum MACAN. Secara *layout*, buku ini ditampilkan dengan grid *single-column*, *double-column*, dan *multiple-column*. Komposisi elemen desain berupa warna, gambar dan teks juga ditampilkan secara minimalis menyesuaikan dengan gaya visual sang sehingga secara keseluruhan buku dikemas dengan sederhana menggunakan warna *beige*, hitam dan putih.



Gambar 3.17 Sampul Buku dan Halaman Buku Xu Bing: *Thought and Method*

Sumber:

<https://assets.museummacan.org/2020/05/05/ERK%20Xu%20Bing%20Final.pdf>

Tabel 3.1 Spesifikasi Buku *Xu Bing: Thought and Method*

Judul Buku	<i>Xu Bing: Thought and Method</i>
Penulis	Museum MACAN
Penerbit	Museum MACAN
Tahun Terbit	2019
Bahasa	Indonesia dan Inggris
Ukuran	1654 x 2339 px
Jumlah Halaman	33 halaman
ISBN	-

Tabel 3.2 Analisis SWOT Buku *Xu Bing: Thought and Method*

<i>Strength</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi museum strategis sehingga mudah dijangkau. 2. <i>E-book</i> dibagikan secara gratis. 3. <i>E-book</i> mudah diakses oleh siapa saja dan kapan saja melalui situs resmi museum. 4. Menggunakan dua bahasa yaitu Indonesia dan Inggris sehingga dapat dipahami oleh turis lokal maupun asing. 5. Elemen visual dijadikan elemen <i>emphasis</i>. 6. <i>Layout</i> dan konsep buku menyesuaikan dengan gaya visual seniman.
-----------------	---

<i>Weakness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga tiket masuk cukup mahal. 2. Tidak ada versi buku cetak. 3. Kontennya hanya mengandung tentang satu seniman saja.
<i>Opportunity</i>	Buku kompetitor tidak memiliki keunikan konsep yang dapat mewakili identitas <i>brand</i> .
<i>Threat</i>	Buku kompetitor memuat konten informasi yang lebih lengkap dan detail dalam hal fitur dan fasilitas tempat wisata.

2. *Destinasi Wisata Jogja*

Destinasi Wisata Jogja adalah buku digital atau *E-book* yang diterbitkan oleh Dinas Pariwisata DIY (Daerah Istimewa Yogyakarta) yang berisikan informasi mengenai destinasi wisata yang terdapat di provinsi DIY dengan penjelasan mengenai deskripsi, jam buka, alamat dan nomor telepon masing-masing. Selain itu, buku ini juga menginformasikan para pembaca tentang nomor telepon darurat, akses transportasi umum dan aktivitas wisata lainnya. *E-book* ini memiliki beberapa versi bahasa seperti bahasa Indonesia, Inggris, Jepang dan Korea yang dapat diunduh melalui situs resmi Dinas Pariwisata DIY. Dari segi *layout*, halaman buku didominasi dengan *grid single-column* namun ada beberapa halaman yang menggunakan *double-column*. Warna yang digunakan pada setiap halamannya juga berwarna-warni seperti halaman pertama menggunakan

warna merah, halaman kedua warna biru muda, halaman ketiga menggunakan warna hijau tua, dan seterusnya. Untuk memudahkan turis dalam mengakses lokasi destinasi wisata, setiap penjelasan tempat juga disertakan *QR-code* Google Maps.



Gambar 3.18 Sampul Buku dan Halaman Buku *Destinasi Wisata Jogja*

Sumber: https://drive.google.com/file/d/1S1ivqMjS_wm-fvcYlkJQ0ocAr7W5sTzw/view

Tabel 3.3 Spesifikasi Buku *Destinasi Wisata Jogja*

Judul Buku	<i>Destinasi Wisata Jogja</i>
Penulis	Dinas Pariwisata DIY
Penerbit	Dinas Pariwisata DIY
Tahun Terbit	2021
Bahasa	Indonesia
Ukuran	867 x 1654 px
Jumlah Halaman	28 halaman
ISBN	-

Tabel 3.4 Analisis SWOT Buku *Destinasi Wisata Jogja*

<p><i>Strength</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi-lokasi destinasi wisata mudah diakses menggunakan transportasi umum. 2. <i>E-book</i> yang mudah diakses dan gratis. 3. Terdapat beberapa versi bahasa sehingga memudahkan pembaca turis lokal dan asing. 4. Harga tiket masuk tempat wisata terjangkau. 5. Informasi yang disajikan lengkap mulai dari destinasi wisata, cara akses hingga kontak darurat. 6. Setiap informasi destinasi diberikan <i>QR-code</i> untuk cek lokasi via Google Maps. 7. <i>Layout</i> komposisi antara visual dan teks seimbang.
<p><i>Weakness</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas foto yang digunakan kurang tajam. 2. Beberapa <i>QR-code</i> tidak dapat diakses. 3. Tidak terdapat nomor halaman. 4. Konsep dan warna yang digunakan belum konsisten.

<i>Opportunity</i>	Buku kompetitor menyajikan konten informasi yang tidak memiliki fitur <i>QR-code</i> dalam menunjukkan lokasi.
<i>Threat</i>	Buku kompetitor menyajikan visualisasi foto maupun gambar lebih tajam dan baik kualitasnya.

3.1.1.4 Studi Referensi

Untuk mempermudah proses perancangan visual yang akan dilakukan, penulis juga melakukan studi referensi visual lainnya. Studi referensi yang digunakan yaitu buku-buku yang dapat dijadikan referensi dari segi elemen-elemen desain maupun gaya visualnya seperti *layout*, *typeface*, warna, komposisi dan lain sebagainya. Beberapa referensi yang penulis pilih adalah sebagai berikut:

1. *Batik Garutan: Koleksi Hartono Sumarsono*

Buku ini berisikan informasi mengenai kain-kain batik “Garutan” milik koleksi Hartono Sumarsono yang merupakan seorang kolektor batik terkemuka. Batik Garutan adalah istilah penyebutan kain batik khas daerah Garut di Jawa Barat yang memiliki keunikannya tersendiri. Buku ini menggunakan kertas *art paper* berkualitas dan *hard cover* yang disatukan dengan *perfect binding* karena memiliki halaman yang cukup tebal mengingat buku ini mengandung informasi yang lengkap mengenai ragam pola dan warna batik Garutan. Cara penyajian informasi pun sederhana serta menggunakan *layout multiple-column* dengan *emphasis* pada bagian visual foto-foto ragam motif batik. Selain itu, warna yang digunakan juga sederhana yaitu biru tua

untuk sampul, merah tua untuk nomor halaman dan nomor koleksi, serta warna hitam sebagai warna teks yang semuanya dituliskan di atas kertas berwarna putih sehingga nyaman dibaca oleh semua kalangan.



Gambar 3.19 Sampul dan Halaman Buku *Batik Garutan: Koleksi Hartono Sumarsono*

Tabel 3.5 Spesifikasi Buku *Batik Garutan: Koleksi Hartono Sumarsono*

Judul Buku	<i>Batik Garutan: Koleksi Hartono Sumarsono</i>
Penulis	Hartono Sumarsono Helen Ishwara Supriyapto Yahya, L.R. Xenia Moeis
Penerbit	KPG (Kepustakaan Populer Gramedia)
Tahun Terbit	2016
Bahasa	Indonesia
Ukuran	29 x 29 cm
Jumlah Halaman	263 halaman
ISBN	978-602-6208-09-5

Tabel 3.6 Analisis SWOT Buku *Batik Garutan: Koleksi Hartono Sumarsono*

<i>Strength</i>	1. Ditulis oleh kolektor batik terkemuka sehingga buku
-----------------	--

	<p>lebih mudah untuk dipromosikan.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Konten informasi yang disajikan sangat lengkap dan mudah dipahami. 3. <i>Layout</i> buku tertata rapi dan nyaman dibaca oleh semua kalangan. 4. Visual yang digunakan sangat tajam. 5. Elemen visual dijadikan elemen <i>emphasis</i>. 6. Kertas dan jilid yang digunakan berkualitas sehingga buku lebih awet untuk jangka panjang.
<i>Weakness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran buku besar sehingga berat dan dibawa kemana-mana. 2. Harga buku mahal yaitu Rp. 500.000,-
<i>Opportunity</i>	Tidak ada buku kompetitor serupa yang menyajikan konten selengkap koleksi Batik Garutan milik sang penulis yaitu Hartono Sumarsono.
<i>Threat</i>	Buku kompetitor serupa memiliki harga yang lebih murah.

2. *Javanese Antique a Furniture and Folk Art*

Buku *Javanese Antique a Furniture and Folk Art* adalah buku yang berisikan informasi lengkap mengenai perabotan antik dan kesenian rakyat khas Jawa yang dituliskan dalam bahasa Inggris yang dituliskan oleh Bruce W. Carpenter, Charles Backup dan Ida Bagus Putra Adnyana. Buku ini secara fisik menggunakan *hard cover* dan *perfect binding* karena jumlah halamannya yang mencapai ratusan halaman. Secara *layout*, buku ini menggunakan macam-macam variasi *column* mulai dari *single-column*, *double-column*, dan *multiple-column* dengan *emphasis* pada bagian visual foto yang secara hirarki visual lebih menonjol daripada teks.

Sedangkan dari segi warna, warna yang digunakan secara keseluruhan yaitu warna coklat dan coklat kemerahan untuk sampul buku dan halaman bab. Untuk isi buku hanya menggunakan warna hitam untuk teks yang dipadukan dengan foto-foto terkait yang tertulis diatas kertas berwarna putih. Tipografi pada buku ini juga menggunakan *font serif* yang memiliki kesan klasik dan *vintage* untuk judul maupun isi konten buku.

U M M N

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.20 Sampul Buku *Javanese Antique Furniture and Folk Art*

Tabel 3.7 Spesifikasi Buku *Javanese Antique Furniture and Folk Art*

Judul Buku	<i>Javanese Antique Furniture and Folk Art</i>
Penulis	Bruce W. Carpenter Ida Bagus Putra Adnyana Charles Backus
Penerbit	EDM (Editions Didier Millet)
Tahun Terbit	2009
Bahasa	Inggris
Ukuran	28 x 28 cm
Jumlah Halaman	312 halaman
ISBN	978-981-4217-76-7

Tabel 3.8 Analisis SWOT Buku *Javanese Antique Furniture and Folk Art*

<p><i>Strength</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konten informasi yang disajikan sangat lengkap dan mudah dipahami. 2. <i>Layout</i> buku tertata rapi dan nyaman dibaca oleh semua kalangan. 3. Visual yang digunakan sangat tajam. 4. Elemen visual dijadikan elemen <i>emphasis</i>. 5. Komposisi visual lebih banyak daripada teks sehingga tidak membosankan. 6. Kertas dan jilid yang digunakan berkualitas sehingga buku lebih awet untuk jangka panjang.
<p><i>Weakness</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran buku besar dan tebal sehingga sulit dibawa kemana-mana. 2. Hanya menggunakan bahasa Inggris, tidak ada versi bahasa Indonesia. 3. Harga buku mahal mencapai jutaan rupiah.
<p><i>Opportunity</i></p>	<p>Tidak ada buku kompetitor serupa yang menyajikan konten selengkap buku ini dalam bahasa Inggris.</p>

<i>Threat</i>	Buku kompetitor serupa memiliki harga yang lebih murah dan ukuran buku yang lebih <i>compact</i> .
---------------	--

4. *Pesona Solo*

Buku hasil karya Anita Chairul Tanjung ini tersusun atas dasar rasa apresiasi beliau terhadap kota Solo. Konten buku ini berisikan tempat-tempat destinasi wisata serta keindahan alam dan aktivitas harian masyarakat Solo yang semuanya dideskripsikan dengan baik oleh beliau. Informasi yang lengkap didalamnya mengenai kota Solo membuat buku ini memiliki jumlah halaman yang cukup banyak yaitu hampir 200 halaman. Oleh karena itu, buku ini dicetak menggunakan kertas *art paper*, dengan sampul *hard cover* yang dijilid dengan *perfect binding* serta dicetak menggunakan warna utama coklat ke-emasan dan kuning muda. Secara *layout, grid* yang digunakan cukup variatif seperti *single-column*, *double-column*, dan *multiple-column*. Bagian visual foto juga diberikan efek *emphasis* dengan komposisinya yang lebih besar daripada teks.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.21 Sampul Buku *Pesona Solo*

Tabel 3.9 Spesifikasi Buku *Pesona Solo*

Judul Buku	<i>Pesona Solo</i>
Penulis	Anita Chairul Tanjung
Penerbit	Gramedia Pustaka Utama
Tahun Terbit	2013
Bahasa	Indonesia
Ukuran	28 x 28 cm
Jumlah Halaman	198 halaman
ISBN	978-602-03-0001-6

Tabel 3.10 Analisis SWOT Buku *Pesona Solo*

<i>Strength</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ditulis oleh tokoh masyarakat terkemuka sehingga buku lebih mudah untuk dipromosikan. 2. Dituliskan dengan menuangkan perasaan dan sudut pandang penulis.
-----------------	---

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Konten informasi yang disajikan sangat lengkap dan mudah dipahami. 4. <i>Layout</i> buku tertata rapi dan nyaman dibaca oleh semua kalangan. 5. Visual yang digunakan sangat tajam. 6. Elemen visual dijadikan elemen <i>emphasis</i>. 7. Kertas dan jilid yang digunakan berkualitas sehingga buku lebih awet untuk jangka panjang.
<i>Weakness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran buku besar dan tebal sehingga sulit dibawa kemana-mana. 2. Harga buku mahal yaitu mencapai Rp. 300.000,-
<i>Opportunity</i>	Buku kompetitor serupa tidak menuliskan sudut pandang penulis terhadap konten-konten yang disajikan sehingga tidak memberikan perasaan nostalgia bagi para pembaca.
<i>Threat</i>	Buku kompetitor serupa memiliki harga yang lebih murah dan ukuran buku yang lebih <i>compact</i> .

3.1.1.5 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian metode kualitatif yang sudah penulis paparkan sebelumnya, penulis menyimpulkan bahwa Museum Wayang memiliki hambatan dalam menggapai visi misinya yaitu mengenalkan dan mendapatkan pengakuan mengenai seni budaya wayang Indonesia kepada dunia. Hal ini diperkuat dari hasil wawancara bersama dengan para narasumber yang terdiri pengunjung Museum, masyarakat yang belum pernah mengunjungi museum dan pakar buku yang berpendapat bahwa sebuah buku informasi dan katalogisasi mengenai Museum Wayang akan menjadi media yang sangat bermanfaat untuk membantu mereka mengenal dan mendalami nilai-nilai tradisi seni budaya wayang secara lebih maksimal.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Selain menggunakan metode kualitatif, penulis juga melakukan pencarian data menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan variabel-variabel untuk mengukur permasalahan yang sedang diteliti. Hasil akhirnya berupa angka yang dapat diukur dan dinilai urgensinya. Untuk mendapatkan data tersebut, peneliti memanfaatkan kuesioner *online*.

3.1.2.1 Kuesioner

Kuesioner dilakukan secara *online* dengan menggunakan Google Form sebagai alat pengumpulan data kuantitatif. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui pandangan masyarakat terhadap media informasi Museum Wayang. Proses pengumpulan data kuesioner juga didukung dengan rumus Slovin. Mardiasuti (2022) menyatakan bahwa rumus Slovin adalah salah satu formula yang paling populer dalam membantu menghitung penelitian kuantitatif. Rumus Slovin dan perhitungannya dijabarkan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{27,878,305}{1+(27,878,305 (0.1^2))}$$

$$n = \frac{27,878,305}{1+(27,878,305 (0.01))}$$

$$n = \frac{27,878,305}{1+278,783.05}$$

$$n = \frac{27,878,305}{278,784.05}$$

$$n = 99.99964129942154 = 100$$

n= jumlah sampel
 N = jumlah populasi = 27,878,305 (Populasi yang diambil)
 e = margin of error / error tolerance = 10% (0,1)

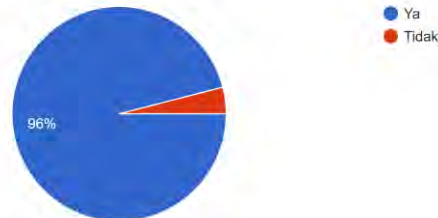
Gambar 3.22 Perhitungan Rumus Slovin

Rumus tersebut membantu penulis untuk mengambil *random sampling* sebanyak 100 responden yang secara primer berusia kurang lebih 30-40 tahun yang berdomisili di Jabodetabek. Pemilihan usia primer tersebut dipilih karena termasuk dalam usia produktif yang sebagian besar sudah berkeluarga dan menjalankan perannya sebagai orang tua apabila telah memiliki anak.

3.1.2.2 Hasil Kuesioner

Penulis menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden orang tua yang telah berkeluarga dan memiliki anak dengan rentang usia antara 30 hingga 40 tahun yang berdomisili di Jabodetabek. Pada bagian awal pertanyaan, penulis ingin menggali terlebih dahulu preferensi responden terhadap wisata keluarga dan edukasi anak. Sebanyak 96% responden menjawab bahwa wisata edukasi untuk anak merupakan hal yang penting.

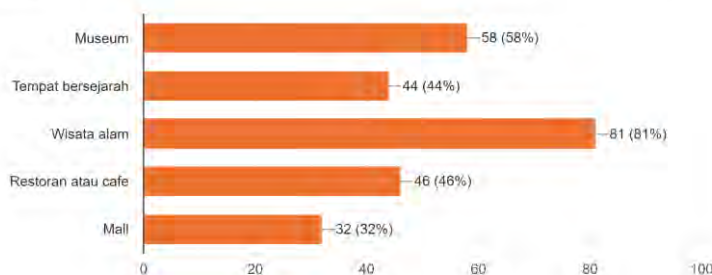
Jika sudah memiliki anak, menurut Anda pentingkah wisata edukasi untuk anak?
100 responses



Gambar 3.23 Data Pentingnya Wisata Edukasi untuk Anak

Agar mendapatkan gambaran mengenai preferensi destinasi responden, penulis memberikan beberapa pilihan contoh kategori destinasi wisata. Penulis meminta responden untuk memilih 3 destinasi wisata yang bermanfaat bagi keluarga mereka. Hasilnya didapat bahwa ada 3 destinasi wisata dengan jumlah pemilihan tertinggi yaitu wisata alam menduduki posisi pertama dengan jumlah suara sebanyak 81%, posisi kedua yaitu museum dengan jumlah suara sebanyak 58% dan posisi ketiga yaitu restoran atau kafe dengan jumlah suara sebanyak 46%.

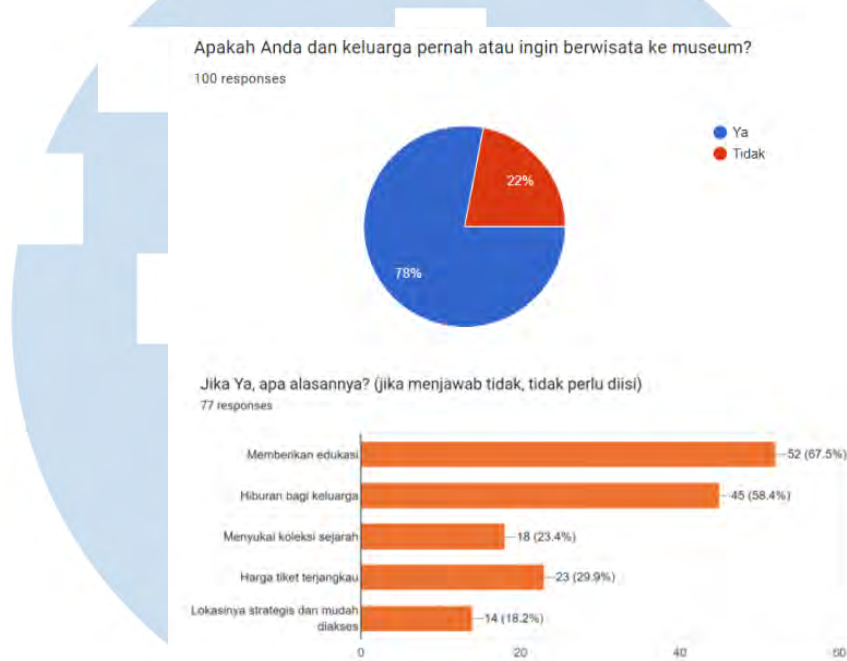
Jika diminta untuk memilih 3 contoh destinasi wisata yang bermanfaat untuk keluarga Anda, manakah yang akan Anda pilih?
100 responses



Gambar 3.24 Data Preferensi Destina Wisata

Selanjutnya, penulis menanyakan seputar tanggapan responden terhadap museum. Sebanyak 78% responden menjawab “Ya”, sudah pernah atau memiliki keinginan untuk berwisata ke museum bersama dengan keluarga. Responden yang menjawab “Ya” diminta untuk menjawab alasannya 3 alasan dari beberapa pilihan.

Alasan yang menduduki jawaban terbanyak adalah untuk memberikan edukasi sebanyak 67,5%, hiburan bagi keluarga sebanyak 58,4% dan harga tiket terjangkau sebanyak 29,9%.



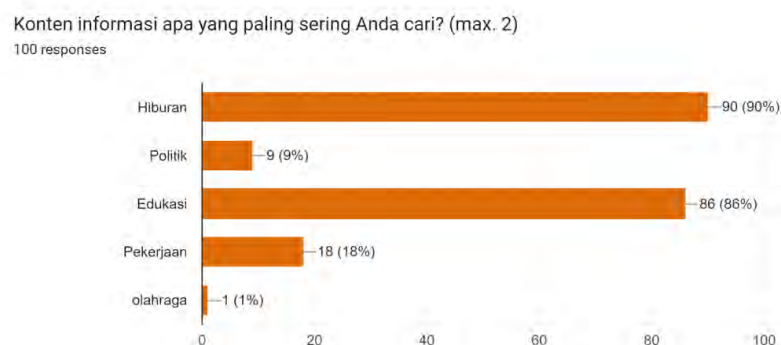
Gambar 3.25 Data Mengenai Wisata Museum

Ada beberapa jenis kategori museum berdasarkan konten yang disajikan. Penulis meminta responden untuk memilih 3 jenis museum yang paling diminati oleh keluarga mereka. Jawaban terbanyak terdapat pada museum seni sebanyak 77%, museum sejarah sebanyak 58% dan museum IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi) sebanyak 39%.



Gambar 3.26 Data Preferensi Jenis Museum

Kemudian penulis juga menanyakan kategori konten informasi apa yang paling sering responden cari. Responden dapat memilih maksimal 2 kategori dari 4 pilihan yaitu hiburan, politik, edukasi, dan pekerjaan. Namun penulis juga membebaskan apabila responden ingin membuat opsi kategori lain sehingga terdapat responden yang menambahkan kategori olahraga. Secara keseluruhan, jumlah jawaban terbanyak terdapat pada kategori hiburan dan edukasi dengan jumlah suara masing-masing 90% dan 86%. Sedangkan jumlah jawaban pada kategori pekerjaan sebanyak 18%, kategori politik sebanyak 9% dan kategori olahraga sebanyak 1%.

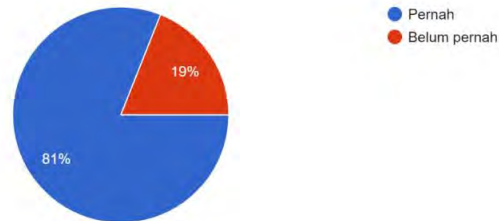


Gambar 3.27 Data Konten Informasi

Berdasarkan kategori konten informasi yang sebelumnya sudah ditanyakan, penulis mengajukan pertanyaan kepada responden mengenai pencarian informasi tentang suatu museum. Mayoritas responden menjawab sudah pernah mencari informasi tentang suatu museum. Hal ini dapat dilihat berdasarkan grafik jawaban “Pernah” meraih jawaban terbanyak dengan jumlah suara 81%.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

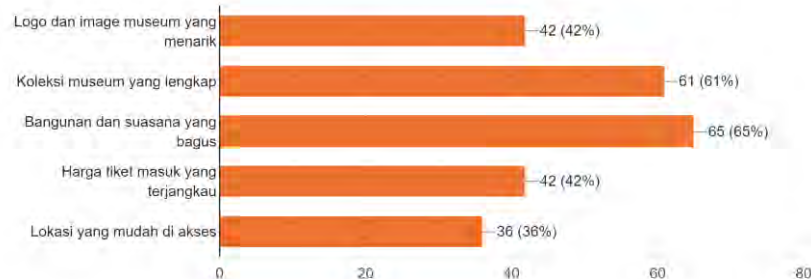
Pernahkah Anda mencari informasi tentang suatu museum?
100 responses



Gambar 3.28 Data Pencarian Informasi Museum

Saat mengunjungi suatu museum terdapat beberapa faktor yang akan menjadi bahan pertimbangan orang tua untuk mengajak anak atau anggota keluarga lainnya. Penulis ingin mencari tahu beberapa faktor tersebut dengan memberikan beberapa variabel pilihan dan meminta responden untuk memilih 3 hal yang paling memengaruhi pertimbangan mereka. Sebagian besar responden menjawab bahwa bangunan dan suasana yang bagus menjadi pertimbangan pertama dengan jumlah suara sebanyak 65%, kemudian kedua variabel pertimbangan terbanyak terdapat pada koleksi museum yang lengkap dengan jumlah suara sebanyak 61%, dan pada posisi ketiga terdapat 2 variabel yaitu logo dan *image* museum yang menarik serta harga tiket masuk yang terjangkau dengan jumlah suara yang sama banyak yaitu 42%.

Apa saja pertimbangan Anda dan keluarga saat ingin mengunjungi suatu museum?
100 responses



Gambar 3.29 Data Pertimbangan Wisata Museum

Berdasarkan faktor-faktor pertimbangan yang sudah dijawab oleh responden sebelumnya, penulis ingin mengetahui apakah para responden sudah pernah mengunjungi suatu museum. Sebagian besar responden menjawab “Ya” dengan jumlah suara sebanyak 76%. Artinya, mayoritas responden sudah pernah dan memiliki pengalaman berkunjung ke suatu museum sebelumnya.



Gambar 3.30 Data Mengunjungi Museum

Selanjutnya, penulis menanyakan pengalaman para responden terhadap media informasi yang terdapat pada museum yang pernah dikunjungi tersebut. Sebanyak 79% responden menjawab bahwa media informasi yang mereka temui belum baik dari segi kelengkapan dan kejelasan informasinya.

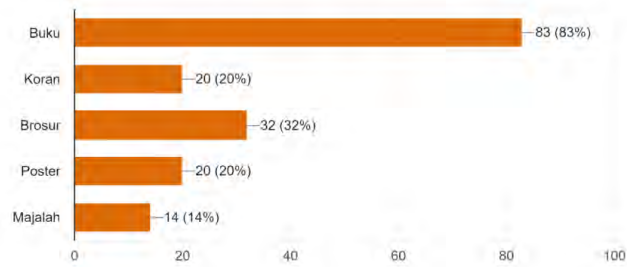


Gambar 3.31 Data Media Informasi Museum

Penulis menampilkan beberapa opsi pilihan media cetak yang umumnya dipakai untuk mencari informasi. Responden dapat memilih maksimal tiga pilihan media cetak yang diminati. Jawaban

terbanyak yaitu buku sebanyak 83% dan jawaban kedua terbanyak terdapat pada brosur sebanyak 32%.

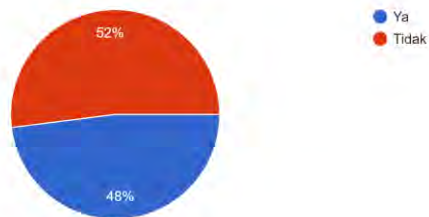
Untuk mencari informasi, media cetak apa yang Anda minat gunakan? (max. 3)
100 responses



Gambar 3.32 Data Mengenai Minat Media Cetak

Penulis ingin mengetahui apakah responden yang berdomisili di area Jabodetabek mengetahui tentang Museum Wayang. Lebih dari setengah responden tepatnya sejumlah 52% menjawab bahwa mereka tidak mengetahui Museum Wayang. Hasilnya ditampilkan sebagai berikut:

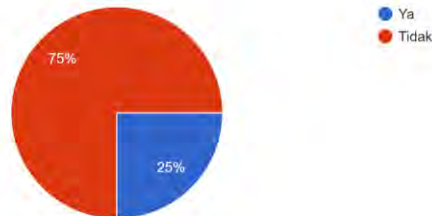
Apakah Anda mengetahui Museum Wayang di Jakarta?
100 responses



Gambar 3.33 Data Eksistensi Museum Wayang

Mayoritas responden belum pernah mengunjungi Museum Wayang. Jawaban tersebut didasarkan pada hasil grafik sebanyak 75% menjawab “Tidak” pernah mengunjungi museum.

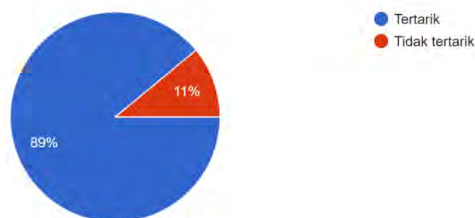
Apakah Anda pernah mengunjungi Museum Wayang?
100 responses



Gambar 3.34 Data Pengalaman Berwisata ke Museum Wayang

Agar para responden mendapatkan gambaran mengenai suasana dan koleksi Museum Wayang, penulis menampilkan beberapa dokumentasi Museum Wayang berupa suasana luar gedung dan dalam gedung serta deskripsi singkat mengenai Museum Wayang. Setelah melihat dokumentasi tersebut, sebanyak 89% responden mengaku tertarik untuk berkunjung.

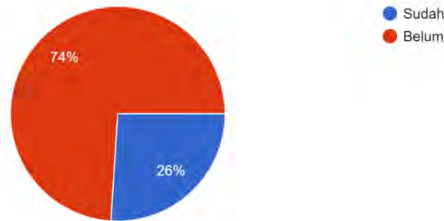
Setelah melihat dokumentasi tersebut, apakah Anda tertarik untuk mengunjungi Museum Wayang?
100 responses



Gambar 3.35 Data Mengenai Suasana Museum Wayang

Selain suasana Museum Wayang secara keseluruhan, penulis juga melampirkan dokumentasi media informasi Museum Wayang yang berlaku berupa *flyer*. Penulis juga memberikan penjelasan terkait konten informasi apa saja yang terdapat pada *flyer* tersebut. Jawaban responden didominasi dengan “Belum” yang artinya *flyer* tersebut belum cukup membuat para responden memahami Museum Wayang dengan baik.

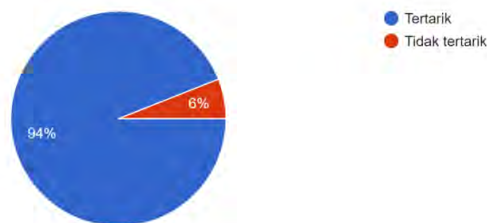
Apakah info dari flyer tsb sudah cukup membuat Anda memahami Museum Wayang dengan baik?
100 responses



Gambar 3.36 Data Pemahaman Informasi *Flyer* Museum Wayang

Penulis juga memberikan pertanyaan terkait ketertarikan para responden apabila ada media yang dapat membantu mereka untuk memahami profil dan koleksi Museum Wayang secara lebih detail. Hampir seluruh responden setuju bahwa mereka tertarik akan ide tersebut dengan jumlah suara sebanyak 94%.

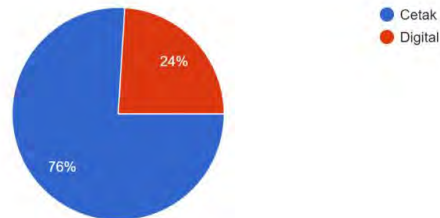
Jika ada media yang dapat membantu Anda untuk memahami profil dan koleksi Museum Wayang secara lebih detail, apakah Anda tertarik?
100 responses



Gambar 3.37 Data Ketertarikan Para Responden terhadap Media Informasi

Penulis kemudian menanyakan jenis media apa yang cocok untuk digunakan saat sedang mengunjungi Museum Wayang. Penulis memberikan dua opsi pilihan yaitu media cetak atau media digital. Jawaban yang paling banyak dipilih oleh responden adalah media cetak dengan jumlah suara 76%.

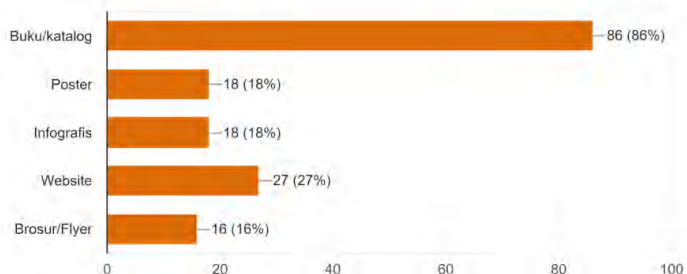
Jenis media yang cocok untuk dibaca saat mengunjungi Museum Wayang?
100 responses



Gambar 3.38 Data Jenis Media

Selain itu, penulis kemudian menanyakan preferensi para responden terhadap jenis media informasi yang akan cocok untuk mendeskripsikan Museum Wayang secara lebih detail. Penulis memberikan beberapa opsi pilihan yang dapat dipilih maksimal tiga jawaban. Jawaban terbanyak diraih oleh “Buku/katalog” sebagai media yang paling diharapkan oleh para responden.

Menurut Anda, jenis media informasi apa yang cocok untuk mendeskripsikan secara detail mengenai Museum Wayang? (max. 3)
100 responses

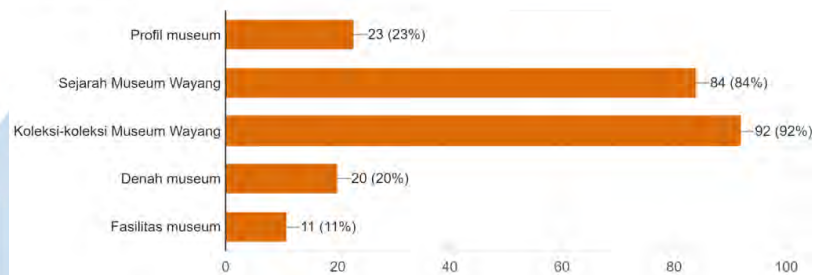


Gambar 3.39 Data Jenis Media Informasi

Penulis menanyakan konten apa saja yang akan membantu para responden jika menjadi pengunjung Museum Wayang. Jawaban terbanyak pertama yang dipilih oleh responden adalah koleksi museum dengan jumlah suara 92%. Jawaban terbanyak kedua adalah sejarah Museum Wayang sebanyak 84% dan jawaban terbanyak ketiga adalah profil museum sebanyak 23%.

Jika ada buku yang bisa Anda dapatkan secara gratis di museum, konten apa saja yang menurut Anda akan paling membantu? (max.3)

100 responses

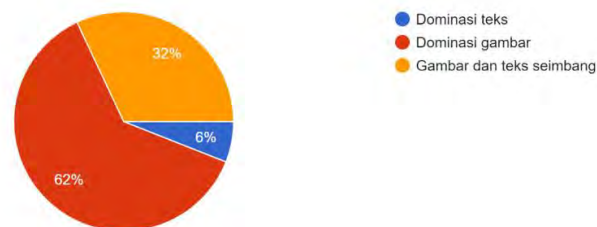


Gambar 3.40 Data Konten Media Informasi

Untuk mengakhiri kuesioner, penulis memaparkan tiga pilihan opsi *layout* buku dan meminta para responden untuk memilih yang mereka minati. Berdasarkan ketiga pilihan tersebut, mayoritas responden memilih *layout* buku yang didominasi dengan gambar sebanyak 62%.

Buku seperti apa yang Anda sukai?

100 responses



Gambar 3.41 Data Preferensi *Layout* Buku

3.1.2.3 Kesimpulan Kuesioner

Berdasarkan jawaban kuesioner yang telah melibatkan partisipasi 100 responden tersebut, penulis menyimpulkan bahwa responden merupakan orang tua yang mengutamakan kebahagiaan keluarga dan edukasi anak dalam mempertimbangkan tempat wisata bersama keluarga. Salah satu tempat rekreasi sekaligus edukasi yang cocok untuk dikunjungi bersama keluarga adalah museum. Maka, penting bagi suatu museum tidak hanya memiliki bangunan dan

suasana yang bagus tetapi koleksi yang lengkap juga. Namun sayangnya, sebagian besar responden mengakui bahwa mereka tidak mengetahui dan tidak pernah mengunjungi Museum Wayang. Tetapi setelah melihat dokumentasi suasana museum, hampir seluruh responden setuju bahwa mereka tertarik untuk mengunjungi Museum Wayang.

Para responden juga berpendapat bahwa media informasi cetak yang dimiliki Museum Wayang berupa *flyer* belum cukup memberikan informasi yang lengkap untuk memahami Museum Wayang. Maka para responden mendukung jika ada media cetak yang dapat membantu mereka lebih memahami sejarah eksistensi Museum Wayang dan masing-masing koleksi museum secara lebih detail. Jenis media yang ideal untuk membantu mereka sebagai pengunjung Museum Wayang adalah buku cetak yang konten utamanya berisikan mengenai profil, sejarah, serta koleksi Museum Wayang. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa adanya buku informasi Museum Wayang dapat menjadi media yang bermanfaat bagi mereka untuk mengenal dan memahami Museum Wayang itu sendiri maupun seni budaya wayang secara lebih optimal.

3.2 Metodologi Perancangan

Untuk mendukung proses perancangan buku informasi yang baik dibutuhkan metode perancangan yang baik pula. Maka itu, penulis memilih metode milik Robin Landa (2014) dari bukunya *Graphic Design Solution*. Langkah-langkah perancangan tersebut terdiri dari:

1) Orientation

Tahap pertama dimulai dari *orientation*. Pada tahap ini penulis telah menghimpun data dengan menggunakan wawancara, kuesioner, studi eksisting dan studi referensi. Penulis menyebarkan kuesioner *online* via Google Form kepada 100 responden yang merupakan keluarga dengan usia primer 30-40 tahun yang berdomisili di Jabodetabek. Untuk

mendapatkan wawasan yang lebih mendalam, penulis juga melakukan wawancara dengan beberapa narasumber mengenai Museum Wayang itu sendiri hingga proses perancangan sebuah buku. Selain itu, penulis juga melakukan analisis SWOT terhadap buku dengan topik serupa untuk studi eksisting serta mencari referensi-referensi visual dari buku sejenis sebagai studi referensi.

2) *Analysis*

Tahap kedua dalam metode perancangan ini adalah *analysis*. Penulis menganalisa dan menyimpulkan data-data yang telah didapat pada tahap orientasi. Hasil analisa tersebut dapat membantu penulis memahami informasi dan gaya visual yang sesuai dengan target audiens. Kemudian penulis akan menentukan strategi kreatif untuk masuk ke tahap berikutnya berupa *creative brief* untuk buku informasi.

3) *Conception*

Tahap selanjutnya adalah *conception*. Proses ini melibatkan proses *brainstorming*, *mindmapping* dan merancang *moodboard*. Setelah melalui tahap-tahap tersebut, penulis memulai proses perancangan gaya visual untuk buku sesuai dengan strategi yang telah ditentukan sebelumnya. Proses perancangan tersebut juga termasuk melakukan eksplorasi terhadap referensi desain, warna, *layout*, *typeface* dan sebagainya yang akan digunakan agar didapat desain yang sesuai dengan kebutuhan.

4) *Design*

Pada tahap *design*, penulis memulai merancang visualisasi desain sesuai dengan *conception* yang telah ditentukan sebelumnya. Proses *design* dimulai dengan melakukan sketsa dan penyusunan komposisi buku yang kemudian dilanjutkan dengan penataan *layout*, konten informasi, visual dan elemen-elemen pendukung lainnya. Hasil desain dirancang sedemikian rupa agar dapat menjangkau target audiens yang dituju.

5) *Implementation*

Tahap yang terakhir yaitu *implementation*. Hasil desain yang telah dirancang akan diimplementasikan secara nyata dengan cara dicetak menggunakan media yang telah ditentukan dalam rupa buku. Tidak hanya itu, visualisasi desain tersebut juga akan diaplikasikan pada media-media sekunder lainnya agar mendukung penerbitan buku dalam mencapai target audiens. Proses ini ditutup dengan melakukan evaluasi terhadap desain tersebut agar didapat *feedback* yang membantu perbaikan buku yang telah dirancang.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA