

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Ditengah pengerjaan tugas akhir penulis, penulis tentu saja akan membutuhkan data agar dapat menjawab semua dari rumusan masalah yang diberikan kepada penulis. Untuk mendapatkan data tersebut penulis akan melakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif, lalu penulis juga akan menerapkan metode tambahan seperti observasi untuk lebih mengenal luar dan dalam museum, serta metode eksisting berguna untuk melakukan analisis dan menggali ide terkait.

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 11) di deskripsikan bahwa metode ini merupakan metode pengumpulan data yang sudah lama dilakukan artinya berarti merupakan metode tradisional serta bersifat obhektif, terukur, sistematis, dan ilmiah. Metode yang dilakukan ini juga dapat disebut sebagai *confirmative methode* atau metode konfirmatif, karena metode ini digunakan sebagai untuk pembuktian dari suatu data yang berbentuk hipotesis atau masih dugaan sementara, biasanya berbentuk statistic balok atau angka. Biasanya metode kuantitatif dilakukan dengan mengambil *sample* secara acak (*random*). Lalu selanjutnya adalah metode kualitatif yang biasanya digunakan pada *sample* atau objek yang yang memiliki sifat alamiah seperti manusia agar data yang akan didapat akan lebih mengandung makna yang mendalam (2014, hlm.12). Metode ini juga (Kualitatif) memiliki sifat karakteristik tersendiri yaitu seperti, data yang telah dimiliki melalui metode ini yang dilakukan dengan mendapatkannya secara langsung dari sumber data hasilnya akan menjadi benrbentuk kata-kata serta gambar dan akan menjadi suatu data yang bersifat deskriptif. Lalu hasil yang telah berhasil didapatkan lewat metode-metode tersebut akan mulai dianalisis dengan cara induktif (hlm. 15-16).

3.1.1 Observasi

Sugiyono (2014, hlm. 196) berpendapat observasi adalah teknik yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data tetapi untuk target objeknya tidak hanya manusia melainkan dapat dilakukan dengan objek lainnya yang tidak terbatas. Kegiatan yang dilakukan melalui observasi seperti penelitian, pengamatan secara langsung proses kerja, pengamatan fasilitas, serta pengamatan keseharian objek yang diteliti, dan lain-lain. Jenis observasi yang akan dilakukan peneliti adalah nonpartisipan, yang dimaksud nonpartisipan disini adalah peneliti tidak akan melakukan kontak/terlibat secara langsung dengan orang yang sedang atau akan diamati melainkan peneliti hanya akan bertindak sebagai pengamat yang hanya bertugas mengamati. Saat ini penulis telah selesai melakukan pengamatan yang berlokasi di “Museum Asmat Taman Mini Indonesia Indah” serta mendapatkan data yang penulis harap dapat berguna untuk penulisan, yaitu:

1. Profile dari museum



Gambar: 3.1 Penulis bersama Ibu Penny dan Ibu Garnia selaku pihak management Taman Mini Indonesia Indah

Alamat : RW.2, Ceger, Kec. Cipayung, Kota Jakarta Timur,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13820

E-mail : museum.asmat57@gmail.com

No.tlp : 0218409213

Hari buka : Setiap hari

Jam buka : 09:00 pagi – 17:00 sore

Tiket masuk : Rp.15,000

2. Sejarah museum

Museum asmat pertama kali berdiri merupakan gagasan dari Ibu Tien Soeharto, yang memiliki tujuan awal untuk berniat melestarikan hasil karya dari anak negeri agar lebih dikenal oleh masyarakatnya sendiri dan sampai dikenal keluar negeri.

Ibu Tien Soeharto memiliki ketertarikan kepada suku asmat, khususnya untuk seni ukiran dari suku asmat yang tidak hanya dikenal di dalam negeri bahkan sampai luar negeri.

Museum ini dirancang oleh orang bernama Ir.Franky Devule. Dalam pembangunannya museum asmat menghabiskan waktu selama 51 hari kerja, lalu pada tanggal 20 April 1986 museum ini akan diresmikan oleh bapak Presiden Soeharto.

3. Visi dan misi

Visi

Mempunyai sesuatu yang akan menjadi lebih baik lagi dan lebih baik lagi untuk pengembangan kedepan

Misi

Membuat orang yang tidak tahu menjadi tahu

4. Keunikan bangunan museum



Gambar: 3.2 Bangunan Museum Asmat

Bangunan pada museum mengambil tema seperti menyerupai bangunan kariwari, yaitu adalah bangunan yang digunakan untuk tempat pemujaan bagi bagi suku tobatu enggros, mereka adalah salah satu penduduk asli dari tepi danau sentani yang berada di papua.

Kemudian bangunan museum asmat ini dikembangkan kembali menjadi bangunan yang lebih modern tetapi tidak menghilangkan model inspirasi awal yang menyerupai bangunan kariwari. Bangunan museum asmat dibangun dengan tiga bangunan utama dan 2 bangunan penghubung yang menghubungkan ketiga, bentuk bangunan utama berbentuk segi delapan, atapnya yang berbentuk kerucut, serta ditambah dengan bagian bawah pondasinya yang sengaja dibuat seperti rumah panggung.

Untuk hiasan atau pernak perniknya pada bagian tembok bangunan diberikan berbagai macam hiasan khas suku asmat, dan pada bagian atap yang berbentuk kerucut serta memiliki tinggi 25 meter di tempeli/dibuat seperti memiliki atau seakan dibangun menggunakan daun rumbia.

Pada bangunan pertama (bangunan yang berada di paling kiri) akan mengenalkan pengunjung kepada lingkungan hidup suku asmat, pakaian adat, rumah adat.



Gambar: 3.3 pakaian suku asmat & alat berburu (panah)

Bangunan kedua (bangunan yang berada di tengah) di dalam bangunan ini akan yang mengambil tema manusia dan kebudayaan akan mengenalkan tentang alat-alat yang dipakai suku asmat untuk berburu, benda budaya untuk upacara adat, alat music khas asmat seperti Fu, kapak batu, serta peralatan untuk membuat mengolah sagu.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar: 3.4 Alat Penokok Sagu

Bangunan ketiga (bangunan yang berada di paling kanan) di dalam bangunan ini akan mengambil tema manusia dan kreatifitas, yang akan memamerkan seni kontemporer dari suku asmat, pada bangunan ini tidak hanya memamerkan karya seni dari suku asmat lama (tradisional) tetapi juga memamerkan karya seni suku asmat modern yang berasal dari pengembangan pola rancangan yang tradisional, benda yang di pameran disini adalah seni modern suku asmat yang berpacu dengan permintaan buatan pasar tetapi masih memegang teguh ke tradisionalnya



Gambar: 3.5 Tifa

5. Koleksi museum

Museum memiliki berbagai macam barang khas suku asmat seperti relik, ukiran, alat perang, serta baju adat, dan lain-lain, benda yang dipamerkan di museum asmat memiliki arti tersendiri yang memiliki makna nilai keperkasaan serta mencerminkan pandangan hidup orang asmat yang selalu terikat dengan nenek moyang mereka. Berikut adalah sedikit penjabarannya:

- Rumah suku asmat



Gambar: 3.6 Miniatur rumah suku asmat

Rumah ini digunakan suku asmat untuk yang terletak dan tinggal di pedalaman (hutan), tingginya dapat mencapai lima sampai duapuluh lima meter di atas permukaan tanah, selain untuk tempat berlindung rumah ini juga dijadikan sebagai mercusuar untuk tempat memantau susuh.

- Kapak batu



Gambar: 3.7 Kapak batu

Di daerah suku asmat batu merupakan hal yang langka atau mungkin tidak ada dikarenakan kondisi geografinya yang berupa rawa-rawa. Untuk mendapatkan batu yang nantinya akan dijadikan kapak orang suku asmat harus berjalan berpuluh-puluh kilometer jauhnya hanya untuk sampai ke desa dekat pegunungan. Dan batu didapat dengan cara tradisional yaitu dengan berter.

- Esse



Gambar: 3.8 Esse (tas)

Esse bisa juga disebut tas suku asmat yang terbuat dari serat akar pohon pandan lalu dijadikan tali. Berdasarkan kegunaannya esse memiliki dua kegunaan yaitu, yang pertama dipakai untuk menyimpan atau membawa sesuatu, kemudian yang kedua adalah sebagai lambang yang berarti kebesaran bagi suku asmat. Biasanya tas ini digunakan pada saat pesta adat oleh pemimpin adat.

- Perahu arwah (wuramon)



Gambar: 3.9 Perahu Arwah

Para penduduk suku asmat mempercayai bahwa pada saat orang meninggal maka arwahnya akan menuju ke negeri safan. Wukamon atau disebut juga perahu arwah akan menjadi kendaraan mereka untuk menuju tempat tinggal nenek moyang mereka. Perahu ini berbentuk seperti layaknya perahu, namun tidak memiliki dasar atau berlubang di tengahnya, hal ini bermaksud untuk agar arwah dapat mengembara selamanya.

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

- Perapian



Gambar: 3.10 Perapian

Perapian ini biasanya terletak di dalam rumah tysem. Biasanya perapian ini digunakan untuk mengolah atau membuat sagu. Dan masing-masing kepala keluarga di tysem harus memiliki perapian mereka masing-masing. Jumlah serta lebarnya perapian biasanya tergantung dari berapa banyak orang yg tinggal di tysem.

6. Fasilitas

A. Mencoba pakaian adat dan senjata

Museum asmat memiliki fasilitas yang berbeda dengan museum lainnya yaitu, pengunjung dapat mencoba pakaian adat papua serta mencoba senjata khas nya secara langsung, pihak museum memberikan fasilitas ini agar para pengunjung mendapatkan pengalaman setelah berkunjung ke museum yaitu dengan mencoba pakaian adatnya secara langsung.

B. Rumah khas suku asmat

Jika dilihat pada bagian luar museum ada sebuah rumah pohon yang terletak di bagian taman museum asmat, rumah pohon tersebut bukanlah rumah pohon biasa, karena rumah pohon tersebut adalah

rumah dari suku asmat karena suku asmat tinggal di daerah yang memiliki geografis kebanyakan adalah rawa. Rumah pohon tersebut boleh dimasuki pengunjung agar pengunjung memiliki gambaran seperti apa bentuk dari rumah suku asmat.

3.1.2 Wawancara

Sugiyono (2016), berpendapat bahwa wawancara adalah teknik yang dipakai untuk melakukan pengumpulan data yang berguna untuk mencari akar dari permasalahan dan untuk menemukan pemecahan dari suatu masalah yang hendak diteliti serta diselesaikan. Penting bagi penulis untuk mengetahui permasalahan secara mendalam, untuk itu penulis akan melaksanakan kegiatan wawancara kepada pengelola serta pimpinan dari Museum asmat secara *online*, dikarenakan keadaan yang kurang mendukung penulis untuk bertemu beliau secara langsung. Untuk narasumber utama dalam menjalani kegiatan wawancara tersebut adalah “Ibu Sunarti, S.Pd” selaku pengelola serta pimpinan dari Museum Asmat Taman Mini Indonesia Indah.

3.1.2.1 Wawancara Pengelola Museum Asmat

Penulis saat ini telah melakukan wawancara secara *online* bersama dengan ibu sunarti, selaku pihak dari museum asmat yang menjabat sebagai pengelola museum tersebut, wawancara dilakukan pada tanggal 18 September 2022, pada hari minggu. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk meng validasi kembali data yang telah penulis dapat melalui *internet*, serta untuk menanyakan perihal keadaan dari Museum asmat yang saat ini sedang dilakukan renovasi besar-besaran yang berada di dalam Taman Mini, lalu membicarakan tentang promosi dari Museum Asmat itu sendiri guna untuk mendukung perancangan dari penulis.

Pertanyaan pertama penulis bertanya tentang apa yang membedakan museum asmat dengan museum lainnya di Jakarta?.

Beliau langsung menjawab bahwa sesungguhnya keunikan yang membedakan museum itu bermacam-macam berdasarkan temanya sendiri-sendiri, contohnya museum asmat, disini kita memiliki keunikan yaitu membahas tentang kondisi hidup dari suku asmat yang serba sulit, yang menceritakan bagaimana mereka bertahan, di samping itu kami juga mengedukasi masyarakat dengan menampilkan kebudayaan-kebudayaannya yang jarang dilihat orang, itulah yang membedakan asmat dengan museum lain.

Pertanyaan kedua penulis bertanya tentang bagaimana pandangan ibu tentang minat masyarakat serta wisatawan tentang wisata budaya mengunjungi museum. Beliau menjawab kalau kita berangkat dari bangsa dan negara kita sendiri memang tidak dalam kategori bahwa bangsanya itu mengenal banyak tentang museum, serta arti dan sebagainya, jika dibandingkan dengan masyarakat luar pada saat datang ke museum, masyarakat kita kurang meminati wisata budaya ke museum jika belum di edukasi tentang apa yang harus dan di pelajari dari wisata budaya ke museum, mereka setidaknya harus mengenal dulu tentang budaya tersebut baru mereka tertarik untuk mengunjungi museum.

Pertanyaan ketiga penulis bertanya tentang apakah museum asmat mengalami penurunan pengunjung dari tahun 2019 sampai sekarang. Beliau menjawab kalau dari tahun tersebut sudah pasti mengalami penurunan dikarenakan melonjaknya *virus* yang membuat museum harus tutup sementara, tidak hanya tutup bahkan mengubah museum dikarenakan pergantian kepemimpinan dari Taman Mini sendiri.

Pertanyaan keempat penulis bertanya tentang frekuensi dari pengunjung museum asmat, kebanyakan termasuk dari golongan apa saja pada saat datang ke museum seperti, perseorangan, keluarga, atau rombongan. Beliau menjawab untuk saat itu pada saat museum masih

dibuka kebanyakan yang datang adalah anak-anak dari rombongan sekolah bersama guru dan orang tua nya.

Pertanyaan kelima penulis bertanya tentang apakah museum asmat memiliki target sasaran golongan pengunjung. Beliau menjawab tidak ada, kami sama-sekali tidak menetapkan target disebut dikarenakan sudah tugas kami untuk mengedukasi dan memberi pengetahuan kepada masyarakat tentang kebudayaan asmat tersebut.

Pertanyaan keenam penulis bertanya tentang apa yang membuat museum asmat memiliki lebih sedikit pengunjung jika dibandingkan dengan museum lain di Jakarta. Beliau menjawab alasan pertama itu karena lokasinya yang kurang mendukung, dikarenakan museum asmat itu mengiduk kepada museum legenda karena hal itu promosinya menjadi terbatas yang kedua yaitu jika dibandingkan dengan museum lain seperti museum wayang yang ada di kota tua itu memiliki daya Tarik wisata lain tidak hanya untuk mengunjungi museum tetapi untuk jalan-jalan, yang ketiga itu mungkin kurang nya promosi serta tidak mempunyai pintunya sendiri tidak seperti museum-museum lain di taman mini, yang keempat masih banyak dari masyarakat kita berfikir sempit tentang budaya asmat serta tidak memiliki pengetahuan dasar sebelum akan merasa mengunjungi museum asmat akan kurang menarik bagi mereka.

Pertanyaan ketujuh penulis bertanya tentang apa saja yang telah dilakukan museum asmat dalam untuk meningkatkan serta menarik minat pengunjung untuk mengunjungi museum. Beliau menjawab untuk selama ini belum ada, dan hanya mengikuti hasil promosi dari museum legenda saja dikarenakan museum asmat berada di dalam area museum legenda, itu pun jarang orang tertarik dan hanya beberapa saja yang masuk.

Pertanyaan kedelapan penulis bertanya tentang dari pertama berdiri promosi apa yang telah dilakukan museum untuk mengenalkan museum kepada masyarakat. Beliau menjawab nah itu jawabannya sama seperti tadi untuk promosi masih mengikuti dari museum legenda, serta belum memiliki promosi sendiri kecuali dari taman mini sendiri seperti pengenalan tentang museum yang ada pada web.

Pertanyaan kesembilan penulis bertanya menurut ibu minat apa yang dapat menarik pengunjung untuk mengunjungi museum. Beliau menjawab mungkin untuk murid-murid sekolah adalah untuk edukasi dan juga kita juga sudah ada kerjasama dengan kementerian pendidikan perihal kerjasama untuk edukasi murid untuk berkunjung ke museum.

Pertanyaan kesepuluh penulis bertanya adakah kendala selama ini dalam mempromosikan museum. Beliau menjawab kendalanya nya itu kurangnya pegawai untuk membuat promosi, Instagram hanya digunakan untuk media memberi pengetahuan tentang budaya asmat dan belum memiliki promosi yang tetap karena kekurangan itu.

3.1.2.2 Kesimpulan Wawancara Dengan Ibu Sunarti

Berdasarkan wawancara yang telah penulis lakukan kepada Ibu Sunarti, penulis menyimpulkan bahwa Museum Asmat jika kita lihat dari permasalahan yang sedang dialami, museum ini perlu melakukan perbaikan dalam sisi promosi karena museum asmat selama ini belum memiliki promosinya sendiri dan hanya mengikuti promosi yang dibuat oleh museum legenda. Setelah penulis selidiki kembali museum asmat memiliki web, facebook page tetapi kedua media ini sudah tidak di *update* lagi dan Instagram nya pun hanya membagikan perihal selamat kepada event-event tertentu serta tidak

mempromosikan museum asmat samasekali hanya sekedar berbagi info tentang kebudayaan serta menjelaskannya. Museum asmat saat ini kurang memanfaatkan fitur *Instagram* sebagai promosi seperti *Instagram ads*, museum ini hanya diketahui dari mulut ke mulut saja dan mungkin hanya murid yang sedang mengadakan wisata sekolah ke Taman Mini saja yang mengunjungi Museum asmat itu pun bahkan belum tentu akan mengunjungi museum ini.



Gambar: 3.11 bukti wawancara via WA bersama Ibu Sunarti



Gambar: 3.12 wawancara via WA bersama Sunarti

3.1.2.3 Wawancara Dengan Pengunjung

Wawancara yang tahap kedua dilakukan dengan pengunjung bernama Bapak Mardih yang pernah berkunjung ke Museum asmat sebelum virus menyerang, wawancara dilakukan pada tanggal 16 September 2022, pada hari jum'at.

Pertanyaan pertama penulis menanyakan apa alasan bapak mengunjungi museum asmat. Beliau menjawab sebenarnya tidak ada alasan khusus untuk saya berkunjung ke museum tersebut, pada awal saya kesini hanya sekedar tertarik karena bangunannya yang unik, lalu karena saya mengajak keluarga jadi sekalian saja saya ajak mereka untuk main-main di dalam sambil mengenal museum.

Pertanyaan kedua penulis menanyakan darimana bapak mengetahui tentang museum asmat. Beliau menjawab ketika saya mengunjungi museum air tawar bersama keluarga saya melihat museum asmat ini memiliki bangunan yang unik berbentuk seperti segitiga jadi saya tertarik untuk melihat-lihat ada apa disana, sebelumnya saya tidak mengetahui kalau itu adalah museum asmat.

Pertanyaan ketiga penulis menanyakan sudah berapa kali bapak berkunjung ke museum asmat. Beliau menjawab saya sudah kesini kira-kira dua kali.

Pertanyaan keempat penulis menanyakan jika seandainya ada yang akan membuatkan promosi untuk museum, menurut bapak promosi apa yang cocok untuk museum asmat. Klo promosi untuk saat ini menurut saya adalah promosi yang secara online agar banyak dilihat orang, atau mungkin banner untuk dipasang di jalan agar orang melihat pada saat lewat.

3.1.2.4 Kesimpulan Wawancara Dengan Bapak Mardih

Berdasarkan wawancara yang telah penulis lakukan kepada bapak mardih, penulis menyimpulkan bahwa kemungkinan museum asmat memiliki ketertarikan sendiri untuk menarik pengunjung lewat arsitektur bangunannya yang unik disamping promosinya yang tidak terlihat, hal ini dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan media promosinya agar orang lebih *aware* dan masyarakat menyadari bahwa museum ini ada.



Gambar: 3.13 Wawancara Bersama Mardih

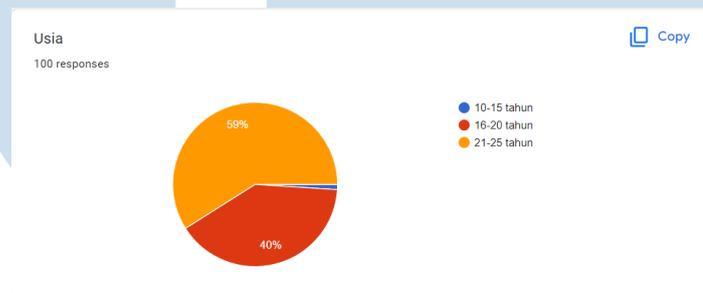
3.2 Kuesioner

Sangadji dan Sopiah (2010), menyatakan kuesioner merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan cara survei, caranya adalah dengan menyebarkan kertas berisi pertanyaan yang harus dibagikan dan diisi oleh responden. Penulis telah melakukan penyebaran kuesioner untuk diisi responden secara *online* dan telah disusun sedemikian rupa agar mendapatkan hasil yang diharapkan demi dapat mendukung perancangan yang dilakukan penulis untuk Museum Asmat. Tujuan membagikan kuesioner ini adalah untuk mengetahui pandangan dari Museum Asmat dari sudut pandang responden yang mengisi survei, khususnya

adalah mencari tahu pandangan mereka tentang promosi dari Museum Asmat saat ini.

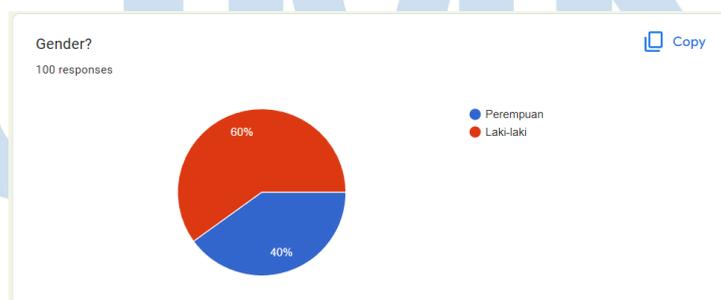
Dalam melakukan pencarian sample yang diperlukan untuk penelitian, peneliti menggunakan rumus slovin dengna margin error sebesar 10% yang dihasilkan dari 100 sample yang telah terkumpul sebelumnya.

1. Melalui data yang berada di bawah ini akan terlihat bahwa kebanyakan yang mengisi kuesioner berada pada usia 21-25+tahun, sebesar 59%, kemudian 16-20 tahun, sebsar 40%, lalu 10-15 tahun, dengan 1%.



Gambar: 3.14 Pertanyaan 1

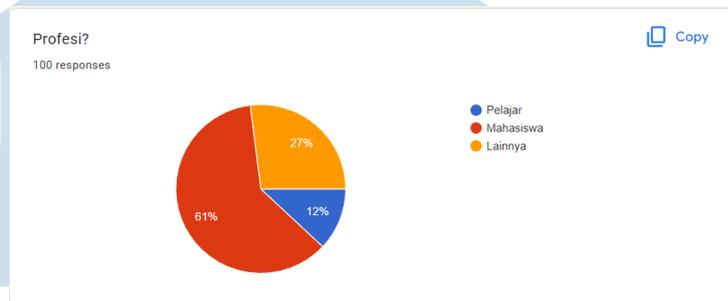
2. Kemudian data dibawah yang menunjukkan gender dari responder kuesioner, yang paling banyak adalah laki-laki, sebesar 60%, kemudian perempuan, sebesar 40%.



Gambar: 3.15 Pertanyaan 2

3. Data dibawah menunjukkan profesi dari responder kuesioner, untuk yang paling banyak adalah mahasiswa, sebesar 61%, selanjutnya

adalah Lainnya, sebesar 27%, lalu yang terakhir adalah pelajar, sebesar 12%.



Gambar: 3.16 Pertanyaan 3

4. Data dibawah menunjukkan tentang *top of mind* dari responder yang menyatakan, jika mendengar kata papua apa yang akan muncul di benak para responden, data yang paling banyak adalah wisata alam, sebesar 66%, selanjutnya wisata budaya, sebesar 30%, wisata kuliner, sebesar 4%, dan yang terakhir wisata belanja, sebesar 0%.



Gambar: 3.17 Pertanyaan 4

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

5. Data dibawah ini menunjukkan tentang pengetahuan responden tentang suku apa saja yang mereka ketahui di papua, data yang paling banyak adalah suku asmat, sebesar 70%, suku dani, sebesar 13%, tidak tahu sama sekali, sebesar 12%, suku amungme, sebesar 3%, dan yang terakhir suku korowai, sebesar 2%.



Gambar: 3.18 Pertanyaan 5

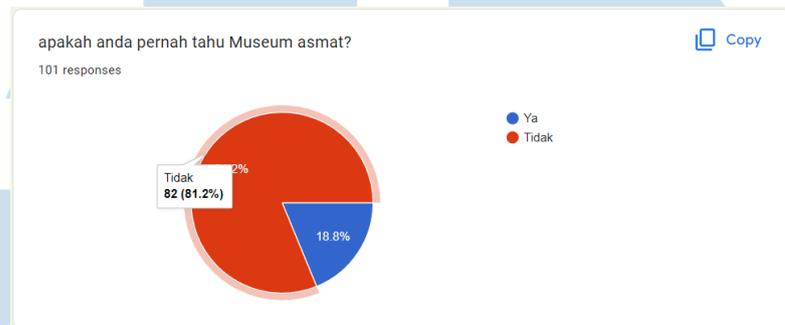
6. Data dibawah ini menunjukkan tentang pengetahuan responden tentang budaya dari suku yang telah mereka pilih sebelumnya, data yang paling banyak adalah menyatakan tidak, sebesar 74%, selanjutnya menyatakan mungkin dengan, sebesar 21%, dan yang terakhir menyatakan ya, sebesar 5%.



Gambar: 3.19 Pertanyaan 6

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

7. Data dibawah ini menunjukkan tentang apakah responden pernah mengetahui atau setidaknya mendengar tentang museum asmat, data yang paling banyak menyatakan Ya, sebesar 81,2%, selanjutnya menyatakan tidak, sebesar 18,8%.



Gambar: 3.20 pertanyaan 7

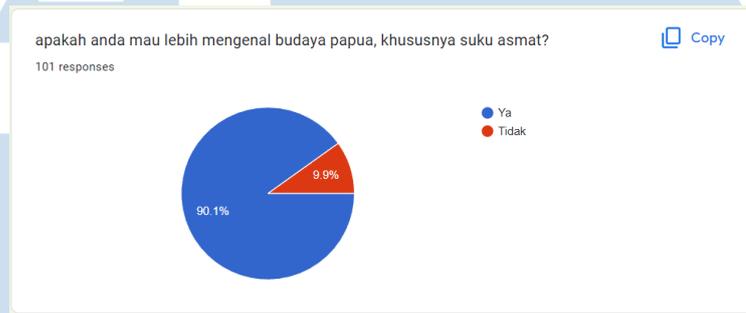
8. Data dibawah ini menunjukkan jika ditanya soal faktor yang mempengaruhi responden untuk berkunjung mereka sebagian besar menjawab, faktor visual dari museum, sebesar 61,4%, faktor koleksi, sebesar 32,7%, faktor fasilitas, sebesar 5,9%, dan yang terakhir adalah faktor gedung, sebesar 0%.



Gambar: 3.21 Pertanyaan 8

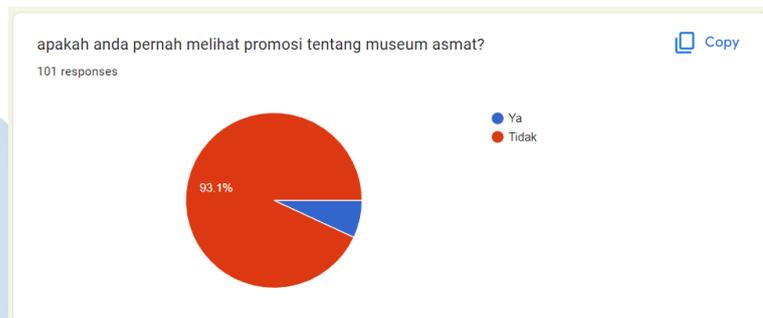
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

9. Data dibawah menunjukkan ketika responden ditanya mengenai kesedian apakah ingin lebi mengenal budaya suku asmat sebagian besar menjawab, Ya, sebesar 90,1%, dan sisanya menjawab, Tidak, Sebesar 9,9%.



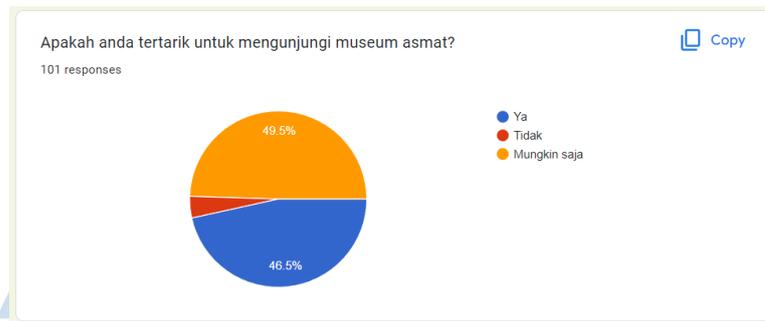
Gambar: 3.22 Pertanyaan 9

10.Data dibawah menunjukkan ketika responden ditanyai mengenai apakah mereka sebelumnya pernah melihat atau menjumpai promosi dari museum asmat sebagian besar menjawab, Tidak, sebesar 93,1%, dan sisanya menjawab, Ya, sebesar 6,9%.



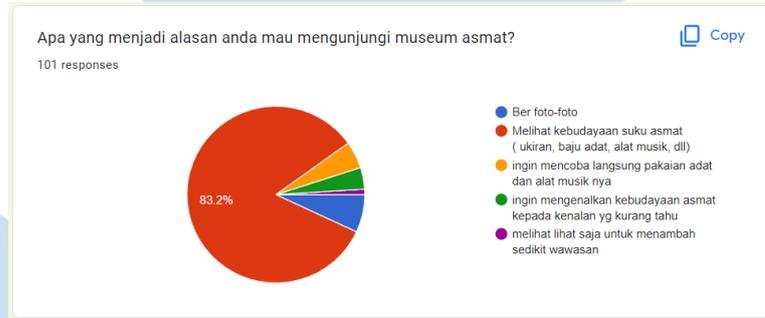
Gambar: 3.23 Pertanyaan 10

11.Data dibawah menunjukkan ketika responden ditanyai mengenai ketertarikan mereka mengenai berkunjung ke museum asmat sebagian besar menjawab, mungkin saja, sebesar 49,5%, lalu menjawab ya, sebesar 46,5%, dan yang terakhir menjawab tidak, sebesar 4%.



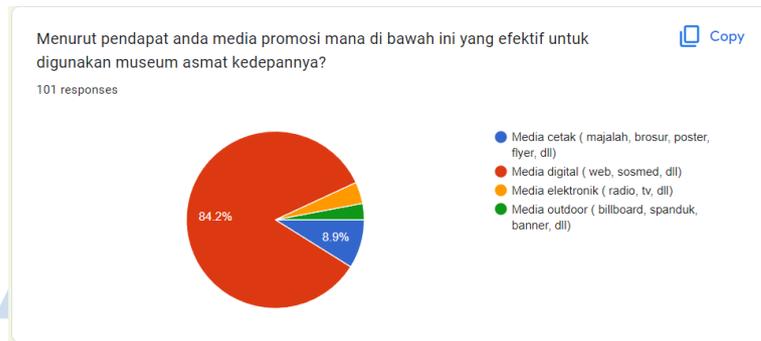
Gambar: 3.24 Pertanyaan 11

12. Data dibawah menunjukkan ketika responden ditanyai alasan yang membuat mereka tertarik untuk mengunjungi museum asmat, sebagian besar menjawab ingin melihat kebudayaan suku asmat, sebesar 83,2%, untuk berfoto-foto, sebesar 6,9%, ingin mencoba langsung pakaian adat serta alat musik nya, sebesar 5%, ingin mengenalkan kebudayaan asmat kepada kenalan yang kurang tahu, sebesar 4% , dan yang terakhir untuk melihat-lihat saja 1%.



Gambar: 3.25 Pertanyaan 12

13. Data yang terakhir menunjukkan ketika responden dimintai pendapat oleh penulis tentang promosi apa yang menurut mereka efektif untuk diterapkan di museum asmat, kebanyakan menjawab media *digital*, sebesar 84,2%, media cetak, sebesar 8,9%, media elektronik, sebesar 4%, dan yang terakhir media *outdoor*, sebesar 3%.



Gambar: 3.26 Pertanyaan 13

3.2.1 Studi Eksisting

Studi eksisting merupakan sebuah metode dalam penelitian yang digunakan untuk membandingkan sesuatu media karya dengan media karya lainnya. Studi eksisting ini dilakukan agar dapat meneliti sebuah media berdasarkan kekurangan atau kelebihan medianya, agar peneliti mendapatkan ide tentang perancangan sehingga tidak membuat kesalahan dengan media yang diteliti.

1. Website Museum Negeri Sonobudoyo

Museum ini bertempat di Yogyakarta, museum ini juga adalah Unit Pelaksanaan Teknis Daerah di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, yang memiliki fungsi sebagai tempat pengelolaan suatu benda yang memiliki nilai budaya. Tugas dari museum ini adalah untuk merawat, mengumpulkan, pengawetan benda, serta melakukan bimbingan secara edukatif kepada masyarakat.

Museum ini memiliki promosi yang lebih lengkap dari museum sebelumnya, kebanyakan kegiatan promosi museum ini dilakukan lewat media sosial seperti, *website, youtube, twitter, Instagram, serta tiktok*. Didalam media tersebut biasanya museum ini tidak hanya melakukan promosi, tetapi juga pengenalan museum, *workshop, pengadaan lomba, berbagai event* lainnya.



Gambar: 3.27 Website Museum Sonobudoyo

Sumber: C.sonobudoyo.com/id/#

Strenght	Oppportunity
<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki banyak white space • Animasi website bagus 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak hanya memberitahukan info tentang koleksi museum tetapi juga event dari museum.
weakness	Threat
<ul style="list-style-type: none"> • Kurang enak dibaca karena pemilihan dari warna background 	<ul style="list-style-type: none"> • Kurang detail menjelaskan tentang koleksi, hanya terdapat paragraph pendek yg menjelaskan

Tabel: 3.1 Tabel swot museum

2. Poster promosi Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta

Benteng Vredeburg memiliki arti yaitu benteng perdamaian, didalam museum koleksinya dibagi menjadi 6 bagian yaitu, bangunan, diorama, peristiwa bersejarah, lukisan, maket, peta, miniature, dan lain-lain.

Poster ini dikutip melalui situs vredeburg.id di konten poster ini mempromosikan tentang pameran keliling dari Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta.



Gambar: 3.28 poster promosi Museum Benteng Vredeburg

Sumber : <https://vredeburg.id>

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Strenght	Opportunity
<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki visual ilustrasi yang bagus • Memiliki pemilihan warna yg tepat sehingga enak dilihat 	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan informasi yg jelas terkait yang dipromosikan
weakness	Threat
<ul style="list-style-type: none"> • Posisi serta size font tanggal dan tahun terlalu besar dan kesamping, semestara untuk penunjuk jam berukuran kecil, berkesan seperti tidak konsisten. 	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan ilustrasi manusia dan aksesoris bajunya sudah sering digunakan sehingga terkesan kurang unik.

Tabel 3.2 Tabel swot poster promosi

3.3 Metode Perancangan

Menurut Moriarty (2015, hlm, 38) metode perancangan promosi terbagi menjadi empat tahapan, yaitu:

1. Strategi

Yang dilakukan disini adalah mengumpulkan data terkait suatu produk yang ingin dipromosikan seperti, positioning dari produk, keunggulan dari produk, serta tujuan dari produk, salah satu contohnya adalah *creative brief*

2. Message

Data dari hasil observasi serta penelitian yang telah dilakukan dan memiliki bentuk sebagai informasi yang nantinya akan dibentuk menjadi sebuah ide dan konsep untuk perancangan visual.

3. Media

Menentukan media menjadi penting karena media dapat berguna sebagai jembatan penghubung antara pesan yang ingin disampaikan (*message*) dengan audiens, agar pesan yang disampaikan dapat lebih efisien dan efektif maka pemilihan media haruslah tepat.

4. Evaluation

Evaluasi digunakan untuk mengukur efektifitas serta strategi dari suatu promosi, sebelum promosi tersebut muncul ke media untuk disebarkan.

3.4 Analisis S.W.O.T

Analisis ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui secara lebih mendalam tentang kelebihan dan kekurangan, serta daya Tarik dari Museum Asmat.

Strength

- 1) Mengandung nilai-nilai seni dan kebudayaan dari suku asmat mulai dari karya seni seperti ukiran yang mereka buat hingga keseharian mereka yang unik
- 2) Museum ini terletak di tengah ibu kota sehingga dapat diakses dengan mudah.
- 3) Terdapat alat musik daerah dan baju adat yang dapat pengunjung coba.
- 4) Memiliki bangunan yang unik serta dapat menarik perhatian orang.
- 5) Memiliki koleksi yang berasal langsung dari suku asmat.

1. *Weakness*

- Kondisi geografis Museum terletak di dalam kawasan museum legenda sehingga membuatnya kurang terlihat
- Belum memiliki promosi cetak, seperti banner, brosur, dan lain-lain.
- Museum asmat belum memiliki promosi sendiri, dan hanya menggandakan promosi dari museum legenda saja.

2. *Oportunity*

- Bangunan yang unik, memiliki kesan seperti memasuki rumah adat tetapi dengan sentuhan modern
- Karena berada di kawasan taman legenda, berarti terdapat berbagai macam fasilitas di luar museum untuk memancing pengunjung seperti arena bermain anak, dan lain-lain.
- Memiliki fasilitas seperti mencoba pakaian adat secara langsung serta alat musik nya, akan membuat pengunjung tertarik.
- Berada di dalam kawasan taman mini.

3. *Threat*

- Tidak mempunyai promosi yang jelas
- Kekurangan staff pengurus
- Banyak museum yang memiliki promosi yang lebih lengkap.