

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Museum adalah sebuah lembaga yang bertujuan untuk mengedukasi berbagai aspek kehidupan manusia, alam, budaya dan sejarah di masa lampau. Menurut Direktorat Jendral Sejarah dan Purbakala, museum merupakan sebuah institusi yang bukan hanya memiliki tujuan sebagai tempat rekreasi atau hiburan, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran dan riset (2007, h.2). Museum Siginjei didirikan pada tanggal 18 Februari 1981. Museum ini berlokasi di Kota Jambi yang terletak di Jalan Jenderal Urip Sumoharjo, Sungai Putri, Kecamatan Telanaipura. Area bangunan museum memiliki luas bangunan sebesar 4.000 m².

Museum Siginjei merupakan satu-satunya museum di Kota Jambi yang tidak hanya fokus terhadap satu kategori tertentu, melainkan menawarkan 10 jenis klasifikasi koleksi, yang meliputi berbagai aspek sejarah, budaya, seni, dan ilmu pengetahuan. Keberagaman koleksi ini memberikan peluang bagi masyarakat Jambi untuk memperoleh berbagai pengetahuan maupun pengalaman dalam satu destinasi. Berdasarkan data, museum Siginjei memiliki 3.737 koleksi yang mewakili warisan budaya dan sejarah yang mencakup berbagai kategori seperti peninggalan arkeologi, objek etnografi, karya seni tradisional, fosil, spesimen alam, dan lainnya yang berasal dari wilayah Jambi (Isrowiyah, 2022, h.157). Koleksi – koleksi ini juga merepresentasikan kehidupan asli masyarakat Jambi, yaitu Suku Anak Dalam (Suku Rimbo) sejak 600 tahun lalu. Suku Asli asal Kota Jambi ini memiliki populasi sekitar 3.500-5.000 jiwa yang tersebar di enam kabupaten, termasuk Sarolangun, Merangin, Tebo, Bungo, Batanghari, dan Tanjung Jabung Barat (Setyabudi, 2021, h.150).

Museum Siginjei tidak hanya menampilkan benda-benda bersejarah, tetapi juga memberikan wawasan mendalam mengenai bagaimana lingkungan Jambi mempengaruhi kehidupan masyarakat serta perkembangan tradisi, suku,

seni, dan nilai-nilai yang diwariskan. Museum ini memiliki peran penting dalam menjaga dan melestarikan warisan budaya Jambi, sekaligus menjadi destinasi wisata edukasi bagi generasi muda serta pengunjung yang ingin memahami sejarah daerah Kota Jambi lebih dalam. Meskipun demikian, sejak berdiri 43 tahun yang lalu, Museum Siginjei belum memiliki suatu identitas visual. Ketidakhadirannya identitas visual dapat menyulitkan masyarakat dalam mengenali, mengingat, serta menghargai keunikan dan keberadaan museum. Hal ini berdampak pada rendahnya jumlah pengunjung, yang terlihat pada Januari–Maret 2021 dengan rata-rata pengunjung sebanyak 378 orang, yang terdiri dari 110 siswa SMA/ sederajat dan 150 mahasiswa. Jumlah tersebut mengalami penurunan jika dibandingkan dengan masa sebelum pandemi Covid-19 yang biasanya mencapai 1.000 pengunjung per bulan (jambi.tribunnews.com, 4 April 2021). Padahal, museum ini memiliki daya tarik dalam penyampaian sejarah dan kebudayaan. Wheeler (2017) juga berpendapat bahwa suatu identitas visual yang kuat, dapat memacu perkembangan media promosi, meningkatkan kesadaran masyarakat, serta menarik lebih banyak pengunjung, baik dari dalam maupun luar daerah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, ditemukan beberapa masalah yang dihadapi oleh Museum Siginjei Kota Jambi, seperti :

- 1) Kurangnya kehadiran identitas visual terhadap citra museum menyebabkan terhambatnya perancangan suatu media promosi pada museum.
- 2) Ketidakhadirannya identitas visual dapat menyulitkan masyarakat dalam mengenali, mengingat, serta menghargai keunikan dan keberadaan Museum Siginjei.
- 3) Rendahnya jumlah pengunjung menyebabkan informasi dan pengetahuan yang dimiliki museum hanya diketahui oleh masyarakat lokal, sehingga tidak tersebar luas ke masyarakat domestik maupun internasional.

Berdasarkan permasalahan diatas, rumusan masalah yang diperoleh, yaitu "Bagaimana perancangan identitas visual Museum Siginjei yang dapat

meningkatkan kesadaran masyarakat dan memperkuat citra museum di mata pengunjung lokal dan internasional?"

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditujukan kepada masyarakat yang memiliki minat terhadap pembelajaran mengenai sejarah dan kebudayaan pada daerah di Indonesia, khususnya dengan rentang usia 12-17 tahun di Kota Jambi dan sekitarnya, termasuk wisatawan domestik dari kategori SES B-C. Target audiens dari perancangan didasari dengan pengguna internet di Indonesia yang mencapai 221,5 juta orang yang didominasi oleh Generasi Z yang menyebabkan tersebarnya budaya asing di kalangan Gen Z (Kompas.com, 04 April 2024).

Generasi Z banyak menghadapi kesulitan dalam memahami dan membedakan Identitas Nasional serta kurangnya pemahaman tentang makna identitas itu sendiri. Hal ini berisiko menimbulkan hilangnya pemahaman terhadap sejarah dan nilai-nilai budaya bangsa Indonesia, yang dikenal sebagai "*loss history*" (Permana, 2021, h.162). Berdasarkan adanya permasalahan tersebut, perancangan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran terhadap Museum Siginjei melalui perancangan identitas visual. Ruang lingkup perancangan akan dibatasi pada pembuatan pedoman *Graphic Standard Manual*, yang mencakup desain dan sistem identitas visual serta media kolateral yang menonjolkan citra museum terkait sejarah peradaban di Kota Jambi.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan penulis adalah membuat perancangan identitas visual Museum Siginjei Kota Jambi.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Dalam penulisan Tugas Akhir, terdapat manfaat penelitian yang dibagi menjadi 2 sub bagian, yaitu:

1. Manfaat Teoretis:

Melalui perancangan Tugas Akhir, penulis berupaya meningkatkan kesadaran akan pengetahuan mengenai sejarah dan kebudayaan yang ada di

Museum Siginjei yang belum diketahui sebelumnya. Penelitian ini akan menghasilkan perancangan suatu identitas visual yang menampilkan citra maupun karakteristik dari museum. Oleh karena itu, diharapkan juga penelitian yang berbasis ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin dikembangkan pada media lainnya.

2. Manfaat Praktis:

Perancangan Tugas Akhir ini juga mengharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi dosen atau peneliti lain mengenai pilar identitas dalam ilmu Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam perancangan identitas visual. Selain itu, perancangan ini juga dapat bermanfaat sebagai referensi bagi mahasiswa lain yang tertarik dalam merancang identitas visual pada suatu *brand* atau lembaga yang dipergunakan sebagai acuan penelitian. Terakhir, penelitian ini juga dapat menjadi dokumen arsip bagi Universitas Multimedia Nusantara terkait dengan pelaksanaan Tugas Akhir.

