

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Museum merupakan organisasi nirlaba yang berperan melayani masyarakat melalui upaya berkesinambungan dalam mengumpulkan, melestarikan, dan menyampaikan artefak budaya bernilai historis, sehingga mendukung kebutuhan penelitian, pendidikan, dan rekreasi (Samsul Hilal & Agustini Damayanti, 2024, h.3). Selain itu, museum juga berperan penting dalam pelestarian warisan budaya sebagai penghubung antara kehidupan masa lalu dan masa kini (Chatulistiwa dkk., 2024, h.122). Di DKI Jakarta, terdapat banyak museum yang dapat dijadikan destinasi wisata, salah satunya adalah Museum Tekstil Jakarta, yang berlokasi di Kecamatan Palmerah, Jakarta Barat. (Kementerian Pendidikan, t.t.). Saat ini, Museum Tekstil Jakarta memiliki 1.914 koleksi yang mencakup kain batik, kain tenun, koleksi campuran, serta busana dan tekstil kontemporer, menjadikannya salah satu pusat pelestarian warisan budaya tekstil Indonesia (Oktaviani & Nailufar, 2023).

Museum Tekstil Jakarta memiliki peran sebagai pusat edukasi dan pelestarian mengenai waris tekstil nusantara. Ditunjang dengan koleksi dan fasilitas yang memadai, serta berbagai kegiatan seperti *workshop*, pameran, seminar (Rismantojo & Valenska, 2020,). Namun data kunjungan dari 2017 hingga 2022 menunjukkan tren penurunan signifikan, di mana jumlah pengunjung tertinggi tercatat pada 2017 dengan 50.038 orang dan terus menurun hingga 2019. Penurunan drastis terjadi pada 2020 dengan hanya 8.298 pengunjung dan pada 2021 menjadi 3.670 orang akibat pandemi COVID-19, tetapi pada 2022 jumlah kunjungan mulai meningkat kembali menjadi 24.081 orang (Andany & Puspawati, 2023, h.256).

Selain itu, museum yang terkesan kuno dan kurang menarik sering menjadi alasan wisatawan enggan berkunjung. Strategi pengembangan yang kurang menyesuaikan dengan perkembangan zaman turut berkontribusi terhadap stagnasi

atau penurunan jumlah pengunjung di museum di Indonesia (Saeroji, 2022, h.3072). Hal tersebut juga terjadi di Museum Tekstil Jakarta di mana hanya terdapat pengunjung 50 orang per hari pada tahun 2024 (Izzudin, 2024). Permasalahan pada strategi pengembangan dan penurunan pengunjung berkaitan pada aspek komunikasi dalam mempromosikan Museum Tekstil Jakarta, sehingga pesan promosi yang ingin disampaikan tidak sampai secara efektif kepada audiens (Paramita dkk., 2023, h.116). Dengan kurangnya media promosi membuat kesulitan untuk mempertahankan, serta menciptakan wisatawan untuk berkunjung ke Museum Tekstil Jakarta (Andany dkk., 2023 h.262).

Memperkuat promosi adalah salah satu faktor utama untuk meningkatkan jumlah pengunjung dalam sektor pariwisata (Saeroji, 2022). Strategi promosi yang efektif dalam mempromosikan pariwisata perlu menekankan keunggulan dan kualitas layanan yang ditawarkan, agar memberikan kesan pengalaman pariwisatanya (Pradhana dkk., 2022). Oleh karena itu, diperlukan perancangan promosi interaktif Museum Tekstil untuk meningkatkan jumlah pengunjung Museum Tekstil dan memperkuat peran Museum Tekstil Jakarta sebagai pusat edukasi dan pelestarian budaya tekstil Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dituliskan, penulis mendapatkan beberapa masalah desain, sebagai berikut:

1. Penurunan pengunjung museum secara signifikan, pertahunnya dari tahun 2017 hingga 2022.
2. Stagnasi pengunjung Museum Tekstil Jakarta yang hanya 50 orang per hari pada tahun 2024.
3. Kurangnya media promosi interaktif untuk Museum Tekstil Jakarta.

Maka dari itu pertanyaan penelitian: Bagaimana perancangan promosi interaktif Museum Tekstil Jakarta?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian tetap terarah dan sesuai dengan topik serta permasalahan yang dibahas, penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini mengacu pada perancangan promosi interaktif, maka dari itu seluruh teori dan media berfokus pada perancang media promosi interaktif.
2. Target perancangan berusia 18—24 tahun, yang berdomisili di Jabodetabek, yang merupakan pelajar, mahasiswa dan pekerja, pengguna aktif media digital, dan gemar berwisata.
3. Topik penelitian yang diangkat berupa tempat wisata, yaitu Museum Tekstil Jakarta.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah membuat perancangan promosi interaktif Museum Tekstil Jakarta.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis sebagai berikut.

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan dalam bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam membahas promosi interaktif untuk Museum Tekstil Jakarta.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam bidang desain komunikasi visual, khususnya terkait metode perancangan promosi interaktif, bagi mahasiswa yang ingin meneliti topik serupa.

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