

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Museum Bekasi—sebelumnya dikenal sebagai Gedung Juang 45—didirikan pada tahun 1960 oleh tuan tanah Tionghoa bernama Khouw Tjeng Kie. Gedung Juang 45 pernah dikuasai Belanda sebagai markas tentara dan oleh Jepang sebagai dapur umum bagi tentaranya di Bekasi. Setelah terbengkalai cukup lama, Gedung Juang 45 kini telah diubah menjadi Museum Digital oleh pihak Kabupaten Bekasi (Rahmawati & Sabardilla, 2023 h.77). Museum Gedung Juang 45 Bekasi menawarkan berbagai wahana interaktif *immersive* bagi pengunjungnya yang mayoritas Generasi Z.

Museum pertama di Bekasi ini memiliki umur yang terbilang muda dibanding museum Jabodetabek lain sejak pembukaan resminya pada 20 Maret 2021 lalu (Lestari, 2021). Museum Bekasi sempat beberapa kali mengadakan pameran dan atraksi wisata untuk menarik perhatian pengunjung. Namun, Nawangwulan (2022) menyatakan berbagai pameran tersebut dinilai masih kurang efektif dalam menjangkau masyarakat Kabupaten Bekasi. Salah satu pengaruhnya dikarenakan faktor penurunan minat kunjungan Generasi Z ke museum. Patricia & Soeprapto (2023, h.9305), menyatakan rendahnya minat Generasi Z untuk mengunjungi museum disebabkan kurangnya promosi yang memperkenalkan museum pada publik, minimnya aktivitas menarik di museum, dan kondisi bangunan museum yang tua dan terbengkalai.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Putra dkk. (2022, h.146), museum masih dalam tahap pengembangan yang kegiatan komunikasinya belum dilakukan secara rinci dan. Pihak dari dinas sekedar mengelola pada ranah birokrasi dan kesekretariatan. Beliau menyatakan sempat terjadi fenomena di mana ada akun Instagram yang mengatasnamakan Museum Bekasi untuk alasan tertentu. Disebutkan bahwa akun tersebut kini telah dihapus oleh pihak museum, namun masih sampai sekarang dapat ditemukan beberapa akun serupa. Penggunaan sosial

media Instagram masih belum efektif untuk menjangkau target audiensi museum berdasarkan observasi yang dilakukan penulis.

Penulis melakukan observasi digital terhadap dua akun Instagram @museumgedungjuang dan @museumbekasiofficial. Akun dari @museumbekasiofficial memulai unggahan pertamanya pada 6 April 2021 dan ditutup dengan unggahan terakhirnya pada 8 Desember 2023. Museum Bekasi kemudian melanjutkan penyebaran informasi di media sosial dengan akun terbaru @museumgedungjuang lewat unggahan pertamanya pada 5 Maret 2024. Namun akun museum tersebut juga berhenti dengan unggahan terbarunya pada 28 Agustus 2024 lalu. Kedua akun tersebut belum pernah membuat unggahan yang memperkenalkan jenis wahana *Augmented Reality* yang paling digemari oleh pengunjung museum. Fenomena tersebut disayangkan Eka Supria Atmaja, selaku Bupati Bekasi periode 2019 – 2021. Beliau ketika meresmikan Museum Gedung Juang tersebut, berharap bangunan ini dapat menjadi ikon Kabupaten Bekasi dan pusat pengetahuan masyarakat dalam mengenal dan memahami sejarah Bekasi (Lestari, 2021).

Istina (2022, h.102) menyatakan hubungan Generasi Z dengan internet dan sosial media memiliki peran besar dalam membentuk karakteristiknya. Meskipun kebanyakan menggunakan media digital atau media *online* sebagai sumber informasi, ternyata mereka cukup selektif dalam memilih media yang dapat dipercaya. Generasi Z cenderung masih memilih media arus utama sebagai sumber informasi dalam kasus penggunaan Instagram (Kusumalestari dkk., 2021, h.162). Media sosial merupakan tahap pertama Gen Z dalam mengakses informasi, namun media arus utama diperuntukkan dalam verifikasi informasi yang diperoleh (Permatasari, 2024, h.6). Berdasarkan masalah dan fenomena tersebut, dibutuhkan media informasi yang lebih ter verifikasi sebagai jembatan komunikasi antara museum dengan masyarakat Generasi Z di sekitar Kabupaten Bekasi. *Website mobile* dipilih berdasarkan sudut pandang desain sebagai bentuk perancangan media informasi. Fungsi *website mobile* museum digunakan sebagai media arus utama yang ter verifikasi dan interaktif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dituliskan, penulis merumuskan beberapa masalah berupa:

1. Kurangnya pemahaman masyarakat Generasi Z di kawasan Bekasi dan sekitarnya terhadap Museum Gedung Juang 45 Bekasi. Golongan Generasi Z di Bekasi merupakan target audiensi dari Museum Gedung Juang 45 dalam praktiknya sebagai objek wisata edukasi digital interaktif.
2. Karakteristik Generasi Z yang cenderung memilih penggunaan media *mainstream* seperti *website* untuk informasi kunjungan yang terverifikasi.
3. Penggunaan media sosial *Instagram* dari Museum Gedung Juang 45 kurang efektif karena disebabkan oleh perilaku Generasi Z dalam mencari informasi kunjungan museum dan tempat wisata.

Berdasarkan latar belakang, dapat dirumuskan sebuah pertanyaan penelitian sebagai berikut :

Bagaimana perancangan *mobile website* mengenai Museum Gedung Juang 45 Bekasi bagi Generasi Z di daerah Bekasi dan sekitarnya?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditujukan kepada masyarakat Generasi Z berusia 15 sampai dengan 23 tahun, SES B, berdomisili di daerah Bekasi dan Jabodetabek, memiliki ketertarikan terhadap museum dan akses terhadap media digital dan internet. Ruang lingkup dari perancangan akan dibatasi pada desain *mobile website* Museum Gedung Juang 45 Bekasi berisi informasi kunjungan, fasilitas gedung, dan daftar wahana digital interaktif.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tugas akhir ini bertujuan untuk membuat perancangan *mobile website* mengenai Museum Gedung Juang 45 bagi Generasi Z di kawasan Bekasi dan sekitarnya.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Tugas Akhir ini menghasilkan beberapa manfaat selama proses perancangan. Beberapa manfaat tersebut adalah:

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan menjadi khazanah ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual, khususnya membahas materi perancangan media informasi interaktif untuk museum dan tempat bersejarah sejenisnya. Penelitian diharapkan dapat menyediakan informasi mengenai Museum Gedung Juang 45 dan hubungan perannya sebagai wahana digital bagi Generasi Z di kawasan Bekasi. penelitian diharapkan dapat menyediakan informasi mendalam mengenai fungsi, daftar wahana, dan potensi dari Museum Gedung Juang 45. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai perilaku Generasi Z di Bekasi terhadap media informasi interaktif berfokus museum dan tempat sejarah lainnya.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat dalam praktik Museum Gedung Juang 45 sebagai wahana digital bagi Generasi Z di Bekasi. penelitian diharapkan dapat memberikan ide solusi terkait perilaku Generasi Z terhadap media informasi digital museum dan wahana sejarah sejenisnya. Penelitian juga dapat menjadi dokumen arsip Universitas Multimedia Nusantara terkait pelaksanaan Tugas Akhir.