

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejarah merupakan salah satu disiplin ilmu yang memiliki peran fundamental dalam memahami perkembangan peradaban manusia. Museum Mandiri adalah museum perbankan bersejarah yang terletak di kawasan Kota Tua Jakarta. Gedung ini awalnya dibangun pada tahun 1929 dan berfungsi sebagai kantor pusat perusahaan dagang Belanda bernama *Nederlandsch-Indische Handelsbank* (NIHB) (Dhira & Ritonga, 2025). Museum adalah lembaga yang bertugas melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan menyampaikan informasi. Dalam beberapa tahun terakhir (BPK, 2015), peran Desain Komunikasi Visual semakin berkembang dan menjadi semakin dibutuhkan di saat banyaknya promosi di Indonesia, pada museum ini masih kurang promosi sehingga pengunjung sepi. Oleh karena itu peran Desain Komunikasi Visual menjadi sangat penting dalam membangun citra promosi dalam museum ini sehingga lebih dikenal antara berbagai museum yang ada di Indonesia, Museum Mandiri adalah sumber informasi bagi masyarakat umum.

Selain itu, museum-museum tua dan kurang menarik seringkali membuat wisatawan enggan untuk mengunjungi. Strategi pengembangan yang tidak mengikuti perkembangan zaman turut berkontribusi pada stagnasi atau penurunan jumlah pengunjung museum di Indonesia (Saeroji, 2022). Per Februari 2025, jumlah total pengunjung Museum Mandiri mencapai 11.229, dengan mayoritas terdiri dari siswa dan mahasiswa, baik pengunjung reguler maupun yang mengikuti tur Pendidikan (Dhira & Roozana, 2025). Masalah yang terjadi dikarenakan tidak ketertarikan Gen Z dengan Museum adalah bahwa hasil wawancara yang dilakukan terhadap sekelompok Gen Z menunjukkan bahwa museum dianggap kurang menarik, dan bahkan ada sebagian yang belum mengetahui keberadaan museum. Minimnya ketertarikan Gen Z untuk mengunjungi museum disebabkan oleh kurangnya promosi yang memperkenalkan museum kepada masyarakat, tidak

adanya aktivitas menarik yang bisa dilakukan di museum, serta bangunan museum yang sudah tua (Vinnieta & Vishnuvardhana, 2023). Pada saat melakukan wawancara Bersama Ibu Wilma dan Pak Marsad saat saya melakukan wawancara langsung di Museum Mandiri, bahwa Gen Z yang datang ke Museum Mandiri terhitung sedikit, dan dari Pak Bahar mengatakan bahwa rata – rata yang di dapatkan dalam pengunjung di Museum Mandiri 200-500 pengunjung setiap harinya. Museum Mandiri juga tidak mempunyai *website* resmi yang digunakan dalam media promosi yang digunakan.

Museum Mandiri mempunyai hanya satu media promosi yang digunakan yaitu sosial media maka masalah yang terjadi dikarenakan Museum Mandiri mempunyai satu media saja, Jika Museum hanya mempunyai satu media saja maka Museum tidak memiliki peran strategis sebagai penjaga memori kolektif bangsa sekaligus sarana pembentukan karakter masyarakat. Lebih dari sekadar tempat penyimpanan artefak, museum kini menjadi pusat pembelajaran yang mendorong kreativitas, inovasi, dan pengembangan ekonomi kreatif (Vivian, 2025).

Jika media promosi yang ada di Museum Mandiri berkurang dan tidak efektif, maka mengalami Risiko akibat sepiunya museum tidak hanya terbatas pada kerugian finansial atau pengurangan pemahaman budaya. Yang lebih memprihatinkan adalah hilangnya ingatan bersama bangsa. Apabila generasi muda tidak lagi berminat untuk mendalami sejarah, secara perlahan kita akan kehilangan pemahaman tentang identitas kita, asal usul kita, dan nilai-nilai apa yang ingin kita wariskan ke masa depan. Museum merupakan tempat di mana kenangan tersebut dipelihara. Jika dibiarkan mati, yang hilang bukan sekadar struktur fisik, melainkan juga pemahaman tentang Sejarah (Ines, 2025). Oleh karena itu, peningkatan promosi merupakan faktor kunci dalam meningkatkan jumlah pengunjung di industri pariwisata, sehingga dapat diakses oleh wisatawan lokal maupun internasional. Promosi pariwisata memainkan peran penting dengan mendorong orang untuk membeli layanan pariwisata dan meningkatkan penjualan secara cepat. Hal ini juga membantu bisnis menarik pelanggan baru yang mungkin belum pernah mempertimbangkan penawaran mereka sebelumnya (Heru, 2023)

Maka dari itu, diperlukan media promosi interaktif untuk Museum Mandiri dengan menggunakan media digital dan media cetak untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Museum Mandiri Jakarta sebagai pusat pembelajaran dan informasi tentang Sejarah Bank Mandiri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang tertulis sebelumnya, peneliti merumuskan masalah dari perancangan ini adalah

1. Terjadinya penurunan pengunjung yang ada di Museum Mandiri ,dan Gen Z kurang tertarik mengunjungi Museum Mandiri
2. Tidak adanya *website* resmi untuk menjadi profil yang lengkap dalam Museum Mandiri

Oleh karena itu, pertanyaan penelitian dari perancangan ini adalah bagaimana perancangan *website* interaktif Museum Mandiri ?

1.3 Batasan Masalah

Target dari perancangan ini adalah masa remaja akhir 17 - 25 Tahun dengan pendapatan Rp. 0 – Rp. 5.000.000 dari 94 responden, terdapat 50 responden mempunyai pendapatan Rp. 0 – Rp. 1.000.000, dan 44 responden mempunyai pendapatan Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000, serta pengeluaran Rp. 0 – Rp. 5.000.000 dengan 99 responden, terdapat 51 responden mempunyai pengeluaran Rp. 0 – Rp. 1.000.000, dan 48 responden mempunyai pengeluaran Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000 (Rico, 2024), dengan psikografis yang memiliki ketertarikan dengan cerita bersejarah. Media yang akan di rancang oleh peneliti adalah berupa *website* yang membahas tentang informasi Museum Mandiri, dan menarik perhatian kepada masyarakat, berasal dari Indonesia yang mempunyai minat terhadap sejarah.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan Tugas Akhir ini adalah untuk melakukan perancangan *website* interaktif Museum Mandiri.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan tugas akhir ini memiliki beberapa manfaat. Manfaat tersebut terbagi menjadi manfaat teoretis dan praktis.

1. Manfaat Teoretis:

Keuntungan dari penelitian ini adalah memahami cerita sejarah yang ada di *website* Museum Mandiri, dan mengetahui isi yang ada di Museum Mandiri, serta manfaat yang didapatkan dari Museum Mandiri

2. Manfaat Praktis:

Melalui penelitian yang ditulis oleh peneliti, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk media pembelajaran bagi para peneliti dan mahasiswa lain yang memiliki minat di bidang yang relevan, yaitu sejarah.

