
BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Museum merupakan tempat untuk menyimpan benda-benda bersejarah yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan pembelajaran dan sebagai potensi wisata bersejarah. Menurut KBBI Museum adalah gedung yang di gunakan sebagai tempat pameran tetap benda-benda yang patut mendapatkan perhatian umum, seperti peninggalan sejarah, seni, dan ilmu, dan juga tempat menyimpan barang kuno [1]. Peran museum dalam keseharian masyarakat Indonesia dirasa masih sangat minim. Dilihat dari perspektif pemasaran, dapat dikatakan museum Indonesia belum memanfaatkan konsep pemasaran dalam upaya promosinya. Salah satu hal yang menyebabkan kurang terkenalnya museum di Indonesia adalah kurangnya promosi. Program komunikasi pemasaran yang terencana akan sangat bermanfaat bagi inisiasi reposisi museum yang di rencanakan pemerintah. Program komunikasi yang baik sedikitnya akan dapat membangkitkan motivasi masyarakat untuk mengunjungi museum [2].

Berdasarkan data yang didapat dari hasil observasi kunjungan ke desa Dermaji, Kecamatan Lumir, Banyumas di sana terdapat sebuah Museum yang bernama Museum Naladipa. Museum Naladipa menjadi cara masyarakat desa Dermaji mengabadikan sejarah perkembangan masyarakat setempat. Di dalam museum ini tersimpan benda-benda bersejarah yang dulunya biasa digunakan oleh masyarakat sekitar dalam kehidupan sehari-hari diantaranya seperti peralatan rumah tangga, alat komunikasi permainan tradisional, serta tokoh pewayangan yang sudah jarang di temukan saat ini atau bahkan tidak banyak orang yang mengetahui benda-benda tersebut. Tentunya sangat diinginkan apabila semua orang dari semua kalangan dapat melihat dan mengenal benda-benda peninggalan masalalu dengan mengunjungi Museum yang terletak di desa Dermaji ini. Namun belum banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan Museum Naladipa ini dan belum adanya minat masyarakat untuk mengunjungi museum ini. Untuk dapat sampai ke Museum Naladipa jalan yang harus dilalui tidaklah mudah dan membutuhkan waktu yang cukup lama. Sementara promosi yang dilakukan hanya dengan media *website* desa. Dari pihak Museum merasa perlu adanya promosi dalam bentuk teknologi untuk menyesuaikan dengan perkembangan jaman. Untuk itu dibutuhkan

media agar masyarakat dapat mengenal Museum Naladipa melalui media teknologi dalam hal ini media *game*. Media *game* ini dapat dimainkan oleh siapa saja dan tidak mengenal usia dan status sosial, hal inilah yang membuat metode pemasaran atau promosi melalui media *game* dinilai sangat efektif karena pada saat bermain *game* orang akan mencurahkan 100% perhatiannya kepada *game* yang sedang dimainkan. Seratus persen perhatian tersebut membuat informasi yang akan disampaikan menjadi lebih cepat dipahami [3].

Pada skripsi ini akan dikembangkan *mobile game* dengan tema *Hidden object* berbasis Android. Android telah menjadi sistem operasi *mobile* yang banyak diminati pengguna, hal ini dibuktikan dari riset yang dilakukan oleh Gartner tentang pangsa pasar berbagai *smartphone*, pangsa pasar Android naik lebih dari dua kali lipat dari tahun 2010 sampai tahun 2014 [4]. Beberapa manfaat dari *game hidden object* adalah meningkatkan kemampuan penglihatan perifer sebab benda-benda yang harus dicari dan temukan ini letaknya seringkali ada di luar fokus utama dan manfaat lainnya adalah meningkatkan kemampuan melihat objek yang tersamarkan atau kurang jelas [5].

Berdasarkan latar belakang diatas penulis memilih topik mengenai **RANCANG BANGUN GAME HIDDEN OBJECT SEBAGAI MEDIA PENGENALAN MUSEUM NALADIPA** topik ini dipilih untuk memberikan solusi untuk mengenalkan Museum Naladipa. Diharapkan dengan adanya *game* ini Museum Naladipa akan lebih di kenal masyarakat, dan membuat masyarakat berkeinginan untuk mengunjungi Museum yang terletak di desa Dermaji ini.

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas dapat dibuat perumusan masalah dari skripsi ini adalah:

- a. Bagaimana membuat *game* yang menarik untuk mengenalkan Museum Naladipa kepada masyarakat?
- b. Apakah *game* Museum Naladipa akan meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke Museum Naladipa?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, maka dalam proposal ini penulis membatasinya pada ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

- a. *Game* ini bersifat *offline*, dimainkan secara *single player*, hanya mengambil obyek satu rumah dan beberapa benda di dalamnya sebagai *sample*.
- b. Menggunakan *user interface* 2D (dua dimensi) dalam konten yang di sajikan.
- c. Sistem operasi minimum yang dapat menjalankan *game* ini Android *versi* Jelly Bean 4.1.2 dengan resolusi layar 788 px X 480 px.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Membuat *game* yang menarik untuk mengenalkan museum Naladipa kepada masyarakat.
- b. Memberikan informasi mengenai benda-benda yang terdapat didalam Museum Naladipa melalui media yang menarik dan interaktif sehingga meningkatkan minat masyarakat unttuk berkunjung.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat dirasakan dengan dibangunnya *game* ini antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk lebih mengenalkan museum Naladipa kepada masyarakat
- b. Memberi inspirasi pada desa lain untuk turut membangun Museum di desanya sendiri.
- c. Sebagai contoh media promosi museum melalui media digital, dalam hal ini melalui media *game*.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan beberapa metode diantaranya:

1. Studi Kepustakaan

Pada tahapan ini dilakukan studi pustaka berupa konsep, teori yang bertujuan untuk mendapatkan landasan pemikiran yang dapat menunjang penelitian ini. Tahap ini dilakukan dengan cara

mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan Museum, *Game*, Desa Dermaji, Museum Naladipa, *Unity*, *Hidden object* dan *C#* dengan membaca buku-buku, jurnal dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini dan mencari referensi materi pendukung lainnya seperti internet.

2. Observasi

Pada tahapan observasi ini dilakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian terkait permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini, yaitu dengan langsung mengunjungi Museum Naladipa di desa Dermaji untuk melihat dan mengamati isi museum beserta mengetahui kegiatan yang terjadi di museum antara pengelola dan masyarakat.

3. Wawancara

Pada tahap wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait Museum Naladipa dari narasumber secara langsung mengenai sejarah museum dan asal mula benda-benda yang mengisi museum. dalam hal ini wawancara dilakukan dengan Bapak Bayu Setyo Nugroho selaku Kepala Desa yang menggagas untuk pembuatan museum desa yang berisi barang-barang peninggalan dari masyarakat desa Dermaji.

4. Kuisioner

Pada tahap kuisioner ini dilakukan pembagian kuisioner kepada beberapa masyarakat desa Dermaji dan masyarakat lain dengan usia dan profesi yang berbeda berisi mengenai perlunya dibuat *game* Museum Naladipa berjenis *Hidden object* yang bertujuan mengenalkan museum Naladipa ke masyarakat serta mendapatkan masukan untuk pengembangan lebih lanjut. Dengan adanya masukan dan pendapat dari masyarakat yang nantinya berperan sebagai *user* maka akan memudahkan proses pengembangan dalam *game* selanjutnya.

1.6.2. Metode Pengembangan *Game*

Pada perancangan aplikasi *game* ini menggunakan metode GDLC (*Game Development Life Cycle*) Rido Ramadan, metode ini merupakan penggabungan dari beberapa ahli sebelumnya sehingga lebih runtut dan

terperinci di dalam langkah-langkah pembuatan sebuah *game*. Berikut tahapan dalam pengembangan *game* menggunakan metode GDLC [5]:

1. *Initiation*

Langkah pertama dalam pengembangan *game* adalah merancang konsep dari *game* yang akan dibuat. *Output* dari proses *initiation* adalah konsep dari permainan dan deskripsi *game* secara singkat.

2. *Pre-production*

Pre-production adalah salah satu fase pertama dan terpenting dalam tahap produksi. *Pre-production* merupakan proses pembuatan dan perbaikan desain *game* dan membuat *prototype game*. *Game design* berfokus pada mendefinisikan kategori Permainan, mekanisme permainan, alur cerita, karakter, tantangan, nilai hiburan, aspek-aspek teknis dan dokumentasi yang ada didalam *Game Design Document* (GDD).

3. *Production*

Produksi adalah proses pembuatan meliputi pembuatan asset, source code, dan integrasi dari keduanya.

4. *Testing*

Pengujian dalam konteks ini dilakukan untuk menguji *game* yang telah dibuat dan mengetes fitur yang berjalan. Metode yang digunakan untuk pengujian dapat menggunakan *Black Box* dan *White Box testing*. Pengujian ini dilakukan oleh pihak internal pembuat *game*.

5. *Beta*

Pengujian *Beta* adalah pengujian yang dilakukan oleh pihak ketiga atau eksternal. Pengujian beta masih menggunakan metode pengujian yang sama sebagai metode pengujian yang sebelumnya. Metode Seleksi tester ada dua jenis: *beta* tertutup dan *beta* terbuka. Versi *beta* tertutup hanya memungkinkan individu-individu yang diundang untuk menjadi peserta, sementara *beta* terbuka memungkinkan siapa saja yang mendaftar menjadi peserta.

Hasil dari pengujian beta adalah laporan *bug* dan masukan dari pengguna. Apabila ditemukan *bug* maka proses akan kembali ke proses

pre-production untuk melihat perancangan awal apakah telah dijalankan dalam proses produksi atau belum. *Game* yang tidak ditemukan permasalahan akan langsung di distribusikan.

6. *Release*

Ini adalah waktu ketika membangun permainan telah mencapai tahap akhir dan siap untuk akan dirilis ke publik. Proses *release* ini melibatkan peluncuran produk dan dokumentasi proyek