BAB 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang. Pariwisata bertujuan untuk mengunjungi berbagai tempat sesuai kebutuhan. Seperti halnya rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara [1]. Pariwisata Indonesia semakin berkembang tiap tahunnya. Seiring dengan perkembangan tersebut tercipta berbagai jenis wisata yang sesuai dengan minat wisatawan Indonesia. Pariwisata yang semakin tumbuh ini pada akhirnya menciptakan jenis wisata yang cocok dengan minat pengunjung itu sendiri. Di antaranya yaitu wisata alam, wisata religi, wisata pendidikan, wisata sejarah dan budaya serta ragam wisata yang lain [2].

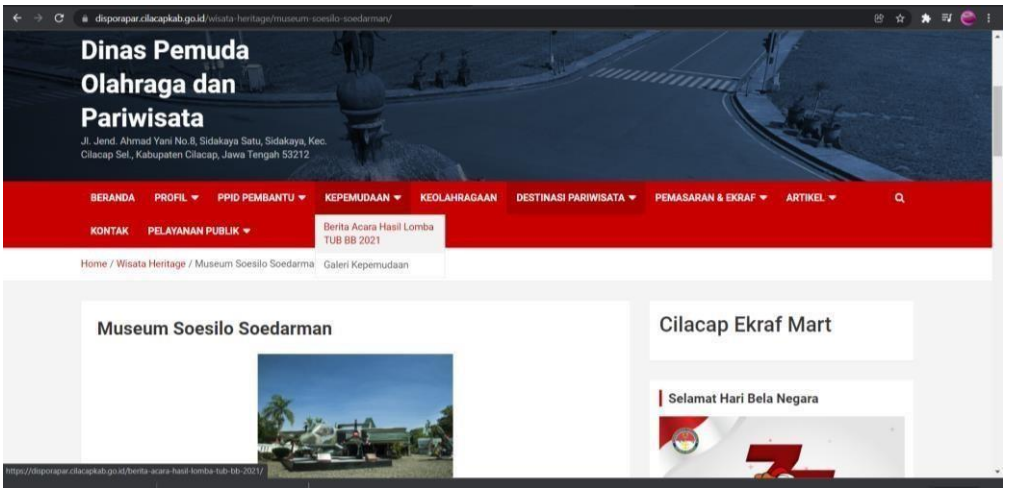
Wisata sejarah merupakan komponen pendukung di bidang pengembangan pariwisata yang saat ini semakin gencar dilakukan [3]. Indonesia mempunyaibanyak aset sejarah yang menarik. Aset-aset sejarah itu bisa berbentuk benda- benda bersejarah, bangunan, ataupun monumen bersejarah maupun cerita-cerita mengenai sejarah.

Benda-benda maupun aset bersejarah umumnya dikemas sebagai barang koleksi museum. Indonesia mempunyai kurang lebih 200 museum yang tersebar di berbagai penjuru nusantara. Museum-museum ini mempunyai barang koleksi yang berbeda-beda sesuai dengan tema dari museum itu sendiri. Tema museum di Indonesia sangat beragam mulai dari sejarah, geologi, pos, layang-layang, alat transportasi, wayang, seni rupa, bahari dan sebagainya. Sebagian museum sejarah terletak di Pulau Jawa.

Pada dasarnya museum adalah gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap benda–benda yang patut mendapat perhatian umum, seperti peninggalan sejarah, seni, dan ilmu, serta sebagai tempat penyimpanan barang kuno [4]. Museum Soesilo Soedarman adalah peninggalan dari Bapak Soesilo Sudarman yang pada masanya menjabat sebagai jendral TNI. Soesilo merupakan menteri koordinator bidang politik, hukum serta keagamaan pada kabinet

pembangunan VI serta menteri pariwisata. Di Museum Soesilo Soedarman banyak dipajang benda peninggalan serta gambar perjalanan hidup Soesilo Soedarman. Soesilo Soedarman merupakan salah satu lulusan terbaik Akademi Militer Yogyakarta angkatan pertama [5].

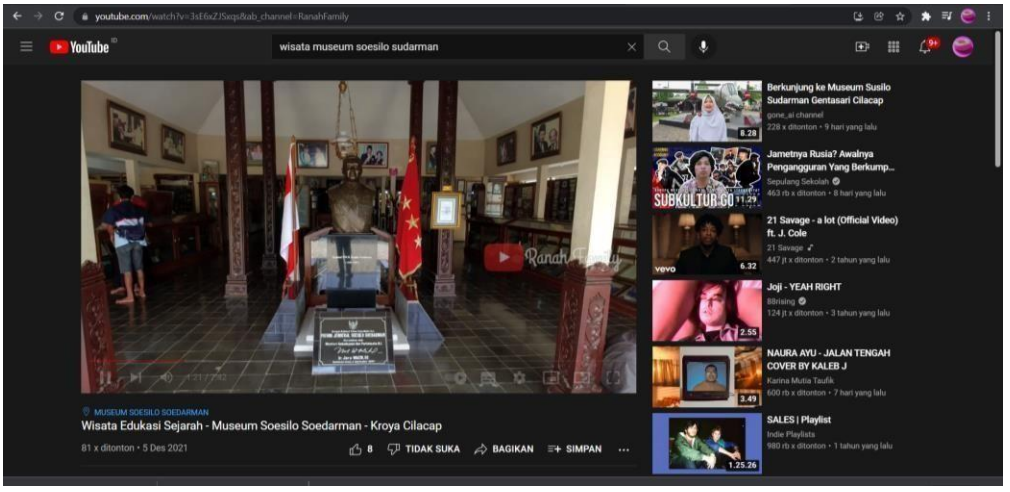
Museum Soesilo Soedarman merupakan museum kebanggaan warga Cilacap, khususnya di Desa Gentasari, Kecamatan Kroya, Kabupaten Cilacap. Menjadi kebanggan karena merupakan salah satu tempat melestarikan aset peninggalan yang Soesilo Soedarman dari kecil sampai dia wafat [5]. MuseumSoesilo Soedarman terletak pada Jalan Temu Giring No 1 Desa Gentasari,Kecamatan Kroya, Kabupaten Cilacap. Harga tiket masuk Museum Soesilo Soedarman yaitu Rp 5.000,00 per orang [6]. Meski tiket masuk murah, museum initetap sepi pengunjung.



Gambar 1. 1 Contoh *Website* Museum soesilo soedarman Cilacap
Sumber: *Website* Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukan kurang efektifnya promosi museum Soesilo Soedarman pada *website* tersebut. Kurangnya informasi tentang museum Soesilo Soedarman ini dapat dilihat dari deskripsi tempat dan gambaran fasilitas yang berpengaruh pada minat wisatawan terhadap museum. Dengan kehadiran teknologi serba canggih di era sekarang dan perkembangan media sosial yang pesat, promosi melalui video iklan lebih efektif dibandingkan dengan membaca pada *website* [7]. Demikian juga ada bebarapa video promosi mengenai Museum Soesilo Soedarman di *channel* Youtube Rannah *Family*. Namun terdapat

kelemahan pada video dari *channel* Youtube tersebut yaitu konten yangditampilkan tidak memberi kesan yang menarik bagi penonton. Sehingga video tentang Museum Soesilo Soedrman kurang diminati oleh penonton, yangdibuktikan dari *viewers chanell* Youtube tersebut hanya 81 penonton saja. Oleh karena itu, peneliti ingin membuat video iklan promosi yang lebih menarik melalui media sosial Tiktok.



Gambar 1. 2 Contoh Karya Video Museum soesilo soedarman
Sumber: *Channel* Youtube Ranah *family*

Dengan permasalahan yang ada, peneliti akan merancang Video iklan dengan tujuan memberikan informasi kepada publik sebagai kebutuhan promosi museum Soesilo Soedarman. Video iklan dipilih sebagai media promosi dan pengenalan Museum Soesilo Soedarman yang nantinya akan di unggah di media sosial.

Dalam pembuatan video iklan Museum Soesilo Soedarman nantinya akan berisi infomasi mengenai peningalan dari Soesilo Soedarman. Isi konten Video promosi ini nantinya akan berisi tentang pengenalan ruangan, alat-alat sejarah dan bukti-bukti sejarah yang akan didokumentasikan sehingga dapat menonjolkandaya tarik wisatawan agar berkunjung ke Museum Soesilo Soedarman. Selain itu, peneliti juga akan membuat media pendukung lainnya sebagai pelengkap media utamanya. Dengan membuat perancangan video iklan ini diharapkan pengunjung dapat mengetahui sejarah peninggalan dari Soesilo Sudarman sehingga dapat menjadi alternatif wisata Kota Cilacap.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang media promosi Museum Soesilo Soedarmanmelalui video iklan?
2. Bagaimana menerapkan konsep perancangan pada media promosi videoiklan sebagai media pendukung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

3. Untuk merancang video iklan sebagai media promosi Museum SoesiloSoedarman.
4. Untuk merancang media pendukung untuk mengoptimalkan promosi mediautama video promosi Museum Soesilo Soedarman.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

5. Merancang video iklan museum Soesilo Soedarman dengan panjangdurasi maksimal 3 menit.
6. Merancang video iklan museum Soesilo Soedarman dengan konsep *cinematic* video.
7. Perancangan video iklan museum Soesilo Soedarman ini memiliki mediapendukung lain berupa poster, *cover* DVD, label CD, leaflet, *barcode* dan trailer.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Masyarakat

   Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang Museum Soesilo Soedarman melalui video iklan.
2. Manfaat bagi Keilmuan DKV

   Memberikan tambahan pengalaman dan pengetahuan berharga, di dalam menerapkan ilmu yang diperoleh pada saat kuliah dan juga terutamadalam bidang Desain Komunikasi Visual.
3. Manfaat bagi Institusi

   Hasil penelitian dapat digunakan sebagai kontribuasi dalam

menanamkanminat, motivasi dan sikap dari mahasiswa sehingga dapat meningkatkan prestasi belajar bagi mahasiswanya.