

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Museum memiliki peranan penting dalam masyarakat. Kehadirannya sebagai lembaga untuk melindungi dan memamerkan koleksi dapat mempermudah akses informasi berupa pengetahuan yang mengandung nilai-nilai penting bagi masyarakat. Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2015 tentang Museum pasal 1 ayat 2 menjelaskan bahwa nilai penting yang dimaksud pada umumnya berkaitan dengan sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, kebudayaan, teknologi, dan/atau pariwisata, sehingga tidak heran apabila masyarakat kemudian memanfaatkan museum sebagai tempat belajar.

Salah satu fungsi museum seperti yang dirumuskan oleh *International Council of Museums (ICOM)* yaitu sebagai tempat penyebaran dan pemerataan ilmu untuk umum. Ketika museum akan dijadikan sebagai tempat pembelajaran dan pencarian informasi oleh masyarakat maka perlu dukungan dari pihak pengelola untuk dapat mewujudkannya. Usaha untuk meningkatkan eksistensi museum dapat dilakukan dengan cara melakukan promosi melalui berbagai macam media informasi yang sedang digandrungi masyarakat. Tidak hanya jenis media informasi yang harus dipikirkan, satu hal lain yang perlu dipikirkan dalam promosi adalah konten. Konten yang dimaksud seperti apa saja yang akan diinformasikan kepada masyarakat dalam kegiatan promosi tersebut.

Kota Bandung memiliki banyak museum yang kemudian menjadi destinasi wisata edukasi baik oleh turis domestik maupun mancanegara. Dalam hal promosi hampir semua museum yang ada di Kota Bandung menggunakan media sosial *Instagram* dan *Twitter* sebagai sarana promosi kegiatan dan keberadaan museum mereka. Beberapa museum yang keadaannya jauh lebih ‘sejahtera’ bahkan sudah memiliki *website* tersendiri untuk menginformasikan hal-hal yang memiliki keterkaitan dengan museum tersebut secara lebih detail. Berikut adalah hasil analisis kepemilikan *website* di museum yang ada di Kota Bandung:

Tabel 1.1
Ketersediaan Website Museum di Kota Bandung

No	Nama Museum	Ketersediaan Website
1	Museum Pendidikan Nasional UPI	Ada. http://museumpendidikannasional.upi.edu
2	Museum Konferensi Asia Afrika	Ada. http://asianafrikanmuseum.org
3	Museum Geologi	Ada. http://museum.geology.esdm.go.id
4	Museum Gedung Sate	Ada. http://museumgedungsate.org
5	NuArt Sculpture Park	Ada. http://nuartsculpturepark.com
6	Museum Sri Baduga	Tidak ada.
7	Museum Pos Indonesia	Tidak ada.
8	Museum Barli	Tidak ada.
9	Museum Wangsit Mandala Siliwangi	Tidak ada.
10	Museum Sejarah Kota Bandung	Tidak ada.
11	Museum Monumen Perjuangan Jawa Barat	Tidak ada.

Sumber: Hasil Analisis Peneliti

Tabel di atas menggambarkan bahwa terdapat lima dari sebelas museum di kota Bandung tidak atau belum memiliki *website*. Padahal *website* sendiri dapat dimanfaatkan sebagai media penyampai informasi dan juga promosi museum kepada masyarakat umum secara lebih detail dibandingkan media sosial *Instagram* atau *Twitter* yang memiliki batasan karakter dan fitur. *Website* yang dimiliki museum dapat menjadi sumber informasi yang kredibel karena informasi yang disebarkan diperoleh langsung dari museum yang bersangkutan.

Saat ini informasi menjadi salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi. Dorongan untuk memenuhi kebutuhan informasi menyebabkan seseorang harus berusaha untuk memenuhinya, seperti yang dijelaskan dalam Silvana, dkk. (2019, hlm. 147) sebagai akibat dari terciptanya keinginan di dalam diri seseorang untuk mencari dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang teknologi dan komunikasi telah mengubah pola perilaku pencarian informasi seseorang. Aneka macam *website* yang tersedia

di Internet telah mempermudah proses pencarian informasi. Namun di sisi lain, keberadaan *website-website* tersebut juga memberikan masalah berupa keberlimpahan informasi yang justru kerap membingungkan apabila informasi yang didapat tidak diseleksi dengan cara yang tepat.

Fenomena keberlimpahan informasi ini secara tidak sadar mendorong seseorang untuk melatih kemampuan literasi teknologinya dalam memroses informasi yang diduplikasinya. Clay (2001) dalam Wiedarti, dkk. (2018, hlm. 11) menyatakan bahwa Literasi Teknologi (*Technology Literacy*), yaitu kemampuan memahami kelengkapan yang mengikuti teknologi seperti *hardware*, *software*, serta etika dan etiket dalam pemanfaatan teknologi. Selain itu, literasi teknologi juga mendorong masyarakat untuk mengembangkan teknologi informasi yang dapat memudahkan aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhannya.

Konsep literasi informasi itu sendiri tidak hanya terpatok pada kemampuan seseorang dalam menggunakan teknologi untuk mencari dan menyebarkan informasi. Namun lebih dari itu seseorang harus mampu untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, dan membuat informasi khususnya di abad ke-21 atau yang kerap disebut dengan era pengetahuan. Hal tersebut senada dengan yang disampaikan Johan (2019, hlm. 33) berkaitan dengan domain atau kawasan literasi teknologi yakni akses, kelola, integrasi, evaluasi, dan kreasi, yang kelimanya dapat digolongkan ke dalam dua kecakapan yaitu kecakapan kognitif dan kecakapan teknis.

Informasi yang terkumpul dalam suatu sistem dapat memudahkan seseorang dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Sebagai contoh, dalam pencarian informasi mengenai 17 topik *Sustainable Development Goals* (SDGs), *United Nations* atau PBB sebagai lembaga yang bertanggung jawab terhadap 17 topik tersebut menyediakan sebuah sistem informasi berupa *website* yang memiliki halaman tersendiri untuk setiap topik SDGs yang dapat diakses pada <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>.

Dalam *website* tersebut yang merupakan *website* utama, menampilkan informasi-informasi umum mengenai ke-17 target SDGs. Setiap target SDGs yang tersedia dalam *website* utama itu kemudian tertaut ke dalam *website* lain yang menjelaskan lebih rinci mengenai masing-masing dari ke-17 target SDGs tersebut.

Sebagai contoh lain, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan (Dispusip) Kota Bandung dengan Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi FIP UPI pernah bekerja sama melakukan pengembangan sebuah sistem informasi untuk taman baca masyarakat yang kelak disebut sebagai SIMACAM. Sistem ini mengumpulkan cuplikan informasi-informasi taman baca masyarakat yang berada di Kota Bandung yang bermitra dengan pihak Dispusip Kota Bandung.

Sistem serupa untuk museum sudah pernah dikembangkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia (Kemdikbud RI) yang dapat diakses pada laman <https://museum.kemdikbud.go.id/>. Dari konsep yang ditawarkan sistem informasi museum tersebut menyajikan sejenis *search engine* untuk mencari informasi mengenai museum yang ada di setiap daerah. Setelah melakukan proses pencarian, kemudian sistem akan memperlihatkan profil museum yang terdiri dari sejarah singkat, visi dan misi, jam kunjung, juga harga tiket masuk, dari berbagai macam museum yang tersebar di seluruh Indonesia. Idealnya sebuah sistem informasi yang dikelola oleh kementerian setidaknya merepresentasikan keadaan seluruh daerah Indonesia, namun dari hasil observasi terhadap laman <https://museum.kemdikbud.go.id/> per tanggal 15 September 2019, data-data museum yang ada di Indonesia belum diperbaharui dan dilengkapi. Contohnya adalah keberadaan museum di kota Bandung yang hanya berjumlah satu museum saja yakni Museum Pos Indonesia padahal Kota Bandung sudah memiliki sepuluh museum dengan karakteristik koleksi museum yang berbeda-beda. Beberapa sistem informasi baik untuk sistem informasi SDGs, TBM, atau museum, semuanya dikembangkan sebagai bentuk pemanfaatan teknologi untuk media promosi, juga digunakan sebagai sebuah sistem yang mengumpulkan informasi-informasi mengenai museum yang dikemas dalam bentuk *website*.

Dalam analisis penelitian terdahulu, Nurhayati (2010) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *website* dapat menjadi sarana informasi yang cepat dan mudah diakses oleh masyarakat sehingga penyebaran informasi dapat dilakukan dalam waktu relatif singkat dan informasi yang disebarkan dikumpulkan dalam satu *platform* yang sama untuk memudahkan pencarian informasi yang berkaitan. Selanjutnya Jayanti dan Nelisa (2012) pernah merancang *website* sebagai media promosi untuk koleksi naskah kuno di museum. Dari hasil temuannya dapat

disimpulkan bahwa keberadaan *website* sebagai media promosi bisa memudahkan masyarakat dalam mencari informasi di mana dan kapan saja karena kemudahan dan kecepatan akses internet yang terus meningkat.

Selain sebagai sarana promosi, *website* juga bisa dipakai sebagai salah satu media pembelajaran. Wahyudi (2014) dalam penelitiannya menemukan bahwa blog dapat menjadi salah satu wahana pembelajaran interaktif yang memungkinkan bisa memberikan informasi kepada masyarakat dengan baik. Pendapat lain juga dikemukakan Wulandari (2019) yang memanfaatkan *website* untuk membuat suatu sistem pencarian informasi di mana hal tersebut berkaitan dengan perkembangan teknologi pada masa kini. Hasil temuannya kemudian memunculkan ide untuk memanfaatkan *website* blog dalam menghimpun informasi untuk promosi museum. Kemudian Rahmawan, dkk (2018) menemukan adanya peluang pemanfaatan media sosial sebagai wahana edukasi yang memanfaatkan keterampilan literasi media. Temuan ini akhirnya memperkuat konsep yang digagas untuk membuat sebuah sistem informasi mengenai museum untuk keperluan promosi museum itu sendiri.

Melihat perkembangan tersebut, akhirnya memunculkan gagasan untuk membuat sistem informasi serupa berbasis *website* yang dikhususkan kepada museum di kawasan Kota Bandung. Pada rancangan awal, sistem informasi ini akan menjadi wadah bagi museum-museum yang berada di kawasan Kota Bandung untuk meningkatkan eksistensinya dalam suatu sistem yang sama sehingga akan memudahkan seseorang dalam mencari informasi mengenai museum tertentu. Oleh sebab itu, mengacu pada kajian yang telah dilakukan serta berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti mengajukan solusi dengan melakukan perancangan sebuah sistem informasi berbasis *website* untuk keperluan promosi museum.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat dalam latar belakang, rumusan masalah yang coba dikaji dirumuskan berdasarkan model ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*) yang kemudian dirumuskan sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana analisis kebutuhan sistem informasi museum berbasis *website* yang akan dikembangkan?
- 1.2.2 Bagaimana desain sistem informasi museum berbasis *website* yang akan dikembangkan?
- 1.2.3 Bagaimana proses pengembangan (*development*) sistem informasi museum berbasis *website* yang akan dikembangkan?
- 1.2.4 Bagaimana implementasi sistem informasi museum berbasis *website* yang akan dikembangkan?
- 1.2.5 Bagaimana evaluasi sistem informasi museum berbasis *website* yang akan dikembangkan?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui analisis kebutuhan sistem informasi museum berbasis *website* yang akan dikembangkan.
- 1.3.2 Untuk mengetahui desain sistem informasi museum berbasis *website* yang akan dikembangkan.
- 1.3.3 Untuk mengetahui proses pengembangan (*development*) sistem informasi museum berbasis *website* yang akan dikembangkan.
- 1.3.4 Untuk mengetahui implementasi sistem informasi museum berbasis *website* yang akan dikembangkan.
- 1.3.5 Untuk mengetahui evaluasi sistem informasi museum berbasis *website* yang akan dikembangkan.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat dalam bidang akademik guna memberikan kemajuan pada disiplin perpustakaan dan ilmu informasi khususnya dalam bidang promosi museum dan pengembangan *website* untuk sebuah sistem informasi. Selain itu, peneliti juga berharap penelitian ini dapat berkontribusi untuk perkembangan terhadap mata kuliah khususnya Mata Kuliah Manajemen Museum.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Kepala Museum

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bentuk inovasi untuk memanfaatkan teknologi dalam bidang pelayanan museum khususnya dalam kegiatan promosi.

b. Bagi Pengelola Museum

Penelitian ini diharapkan dapat memudahkan pengelola museum dalam melakukan dan meningkatkan kegiatan promosi museum yang dikelolanya.

c. Bagi Pengunjung Museum

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kemudahan kepada pengunjung museum untuk mengenal museum lebih jauh melalui *website*.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi inspirasi untuk mengembangkan media promosi museum yang semakin berkembang dan mengikuti tren terkini dalam pengelolaan promosi.

1.5 Spesifikasi Produk

Terdapat beberapa spesifikasi produk yang dirancang dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1.5.1 Sistem informasi promosi museum berbasis *website* merupakan produk yang dirancang untuk membantu kegiatan promosi museum melalui *website* terutama untuk museum-museum yang belum atau tidak memiliki *website*.

- 1.5.2 Konten dalam sistem informasi promosi museum berbasis *webiste* yakni berisi informasi umum museum tertentu yang dikemas dalam suatu sistem informasi berdasarkan hasil analisis menggunakan model AISAS dengan sasaran konten promosi adalah remaja dan dewasa berdasarkan pertimbangan bahwa informasi yang disampaikan di dalam *website* kebanyakan berupa tulisan-tulisan informatif berbentuk artikel yang lebih dipahami oleh pembaca dengan tingkat pemahaman yang cukup.
- 1.5.3 Produk dirancang berdasarkan hasil dari kebutuhan dan analisis yang dilakukan oleh peneliti melalui tahap obseravsi ditahap awal, kemudian dilanjutkan dengan pengisian kuesioner dan wawancara pada tahap selanjutnya.

1.6 Asumsi dan Batasan Perancangan

1.6.1 Asumsi Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian terdapat asumsi-asumsi yang disusun untuk menggambarkan secara garis besar mengenai maksud diadakannya penelitian dan perancangan sistem informasi promosi ini. Adapun asumsi yang disusun yakni sebagai berikut:

- a. Sistem informasi promosi museum berbasis *website* dapat membantu pengelola museum dalam kegiatan promosi museum terutama untuk museum yang belum atau tidak memiliki *website*.
- b. Sistem informasi promosi museum berbasis *website* dirancang untuk mengumpulkan informasi-informasi mengenai museum dalam satu sistem tertentu.

1.6.2 Batasan Perancangan

Batasan perancangan pada produk sistem informasi promosi museum berbasis *website* yaitu terdapat pada lokasi penelitian yang masih terpusat di museum yang terletak di sekitar Kota Bandung. Selanjutnya juga terdapat batasan pada konten yang belum mencakup semua informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung *website* museum.

1.7 Struktur Organisasi Skripsi

Dalam penulisan skripsi diperlukan struktur organisasi yang memetakan penulisan penelitian yang dilakukan. Adapun berikut merupakan struktur organisasi dari penelitian perancangan sistem informasi promosi museum berbasis *website* yang tersusun dalam lima bab sesuai dengan kronologi kemunculan ide sampai dengan hasil konsep perancangan.

BAB I: PENDAHULUAN

Bab I meliputi pembahasan mengenai latar belakang yang menjadi dasar pemikiran perancangan dan penjelasan mengenai masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, spesifikasi produk, asumsi dan batasan perancangan, serta struktur organisasi skripsi.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Pada pembahasan kajian pustaka berisikan tentang teori dan kajian-kajian yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang diteliti. Di dalam penelitian ini terdapat beberapa hal yang dibahas yakni mengenai museum, sistem informasi, dan juga *website*.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pembahasan pada metode penelitian meliputi desain penelitian, partisipan, definisi operasional, prosedur penelitian, instrumen penelitian, uji coba pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV: TEMUAN DAN PEMBAHASAN

BAB IV memiliki beberapa hal penting yang dibahas meliputi konsep perancangan yang dilakukan serta temuan hasil perancangan berdasarkan hasil identifikasi masalah, penentuan tujuan, pengembangan desain, uji coba terbatas, evaluasi hasil uji coba, dan laporan hasil uji coba produk sistem informasi promosi museum berbasis *website*.

BAB V: SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Pada BAB V diuraikan mengenai simpulan dari penelitian yang dilakukan, serta implikasi dan rekomendasi berdasarkan pengalaman yang didapatkan oleh peneliti pada saat melakukan perancangan sistem informasi promosi museum berbasis *website*.