

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap manusia memiliki masa lalu di dalam hidupnya. Dari masa lalu itulah, manusia belajar untuk lebih baik dalam menjalani hidup di masa yang akan datang. Demikian pula dengan bangsa Indonesia, bangsa ini juga memiliki masa lalu yang seharusnya menjadi sejarah yang tak boleh dilupakan. Namun sayang sekali, banyak peninggalan masa lalu seperti benda-benda bersejarah dan peninggalan-peninggalan nenek moyang yang kurang diperhatikan keberadaannya oleh pemerintah dan masyarakat sehingga benda-benda tersebut mengalami kerusakan, tidak terurus, atau bahkan dicuri oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk diperjual belikan, seperti contoh kasus jual beli 5 arca yang terjadi baru-baru ini di Museum Radya Pustaka Solo (“Arca,” par. 1).

Seperti contohnya adalah benda-benda purbakala yang ada di kota Malang. Daerah Malang merupakan peradaban tua yang tergolong pertama kali muncul dalam sejarah Indonesia yaitu sejak abad ke 7 Masehi. Peninggalan purbakala di sekitar wilayah Kota Malang seperti Prasasti Dinoyo (760 Masehi), Candi Badut, Besuki, Singosari, Jago, Kidal, benda keagamaan berasal dari tahun 1414 di Desa Selabraja, serta arca-arca yang tersebar menunjukkan Malang merupakan pusat peradaban selama 7 abad secara kontinyu.

Sebenarnya, rencana untuk membuat Balai Penyelamatan benda-benda sejarah dan kebudayaan tersebut sudah ada sejak lama. Sejak tahun 1980-an, Seksi Kebudayaan Depdikbud Kota Malang mengupayakan tempat penampungan benda-benda yang terdiri dari arca-arca batu, karena beberapa hal, usulan untuk membuat tempat tersebut tidak terpenuhi. Beberapa hal yang mungkin menjadi kendala untuk membuat sebuah balai penyelamatan tersebut adalah karena belum adanya tempat yang memadai, besarnya dana yang dibutuhkan, dan kurangnya peralatan teknis yang dibutuhkan untuk mengangkut dan merawat arca serta benda purbakala lainnya, yang tidak bisa dilakukan secara sembarangan untuk menjaga keaslian bentuknya.

Awalnya, benda-benda tersebut dititipkan di beberapa tempat, seperti DPU Jalan Halmahera, Taman Rekreasi Senaputra, Rumah Makan Cahyaningrat, Perpustakaan Umum hingga beberapa hotel di Malang. Dengan berbagai pertimbangan, pemerintah kota Malang berusaha membangun sebuah tempat yang khusus menampung benda-benda purbakala.

Akhirnya pada tahun 2001 berdirilah sebuah balai penyelamatan yang diberi nama “Mpu Purwa” yang khusus menampung benda-benda purbakala yang ada di Kota Malang. Walaupun tempatnya masih sangat sederhana, namun balai penyelamatan yang berlokasi di Jalan Soekarno Hatta ini memiliki koleksi kurang lebih 115 buah benda purbakala peninggalan beberapa kerajaan seperti Singosari, Majapahit, dan lain-lain. Benda-benda tersebut kebanyakan berupa arca dalam berbagai bentuk, prasasti, dan beberapa peralatan rumah tangga.

Namun, keberadaan Balai Penyelamatan Mpu Purwa ini masih sangat kurang diketahui masyarakat luas, bahkan oleh masyarakat di Kota Malang sendiri. Hal ini dikarenakan belum adanya promosi yang dilakukan untuk mengenalkan tempat yang sering pula dikatakan Museum Mpu Purwa ini. Oleh karena itulah perlu diadakan kegiatan promosi untuk memberi tahu masyarakat bahwa di Malang ada sebuah tempat melestarikan benda-benda peninggalan masa lalu.

Dengan adanya promosi, diharapkan masyarakat dapat mengetahui keberadaan Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa dan lebih menghargai benda peninggalan purbakala yang merupakan bagian dari sejarah Kota Malang. Dengan adanya sikap menghargai benda cagar budaya, diharapkan beberapa kasus seperti pencurian, penyelundupan, jual beli secara ilegal, dan kasus-kasus lain yang serupa tidak terulang kembali.

Karena berbagai alasan di atas, maka pelestarian benda cagar budaya sangatlah penting. Selain alasan pendidikan, benda-benda cagar budaya merupakan aset bagi Kota Malang pada khususnya dan kota-kota lain di seluruh Indonesia pada umumnya yang dapat menunjang peningkatan di bidang pariwisata dan kebudayaan.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang promosi yang efektif untuk mengenalkan Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa yang menarik minat masyarakat untuk ikut serta melestarikan dan menghargai benda-benda budaya di kota Malang ?

1.3. Batasan Masalah

Target audience dari perancangan ini adalah :

- Primer : pelajar dengan usia sekitar 8-15 tahun dengan tujuan untuk pendidikan.
- Sekunder : masyarakat umum terutama peminat di bidang kebudayaan seperti wisatawan.

Alasan pemilihan *target audience* dengan usia sekitar 8-15 tahun adalah karena merupakan usia anak sekolah dasar sekitar kelas 4 hingga menengah yang masih mempelajari sejarah mengenai peradaban manusia di masa lampau.

Lokasi survei dilakukan di Kota Malang dengan waktu survei dan perancangan sekitar bulan Maret-Mei 2008. Kegiatan promosi dilakukan sekitar bulan Juni-Desember 2008.

1.4. Tujuan Perancangan

Merancang promosi yang efektif dan tepat untuk mengenalkan Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa.

1.5. Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan promosi Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa secara lebih spesifik, yaitu :

- Bagi mahasiswa adalah mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra mendapatkan informasi dan pengetahuan mengenai bagaimana merencanakan sebuah promosi yang tepat dan efektif.
- Bagi Universitas Kristen Petra adalah teori yang ada selama masa kuliah dapat diterapkan secara praktek ke dalam masyarakat.

- Bagi masyarakat adalah agar mereka lebih menghargai hasil budaya warisan dari nenek moyang dan ikut serta untuk melestarikannya.
- Bagi Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa adalah dapat lebih dikenal dan dihargai oleh masyarakat.

1.6. Metodologi Perancangan

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Merupakan cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Cara tersebut menunjuk pada sesuatu yang abstrak yang tidak dapat ditunjukkan secara kasat mata tetapi hanya dapat diperlihatkan penggunaannya.

1.6.1.1. Data Primer

- **Metode Wawancara**

Metode wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden (Hasan 85)

Wawancara akan dilakukan dengan beberapa narasumber yang bertanggung jawab langsung di Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa serta beberapa orang warga Malang baik yang belum atau sudah mengetahui keberadaan Balai Penyelamatan Mpu Purwa tersebut.

- **Kuisisioner**

Metode ini dilakukan dengan cara membagikan kertas kuisisioner yang berisi daftar pertanyaan seputar fakta, pendapat atau sikap, informasi dan persepsi diri yang diberikan kepada *audience*. Metode ini digunakan dengan harapan memperoleh tujuan yang relevan dengan tujuan survei, dan memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin (Singarimbun 131).

Kuisisioner akan dibagikan kepada 100 orang masyarakat Malang yang sudah atau belum pernah mengetahui keberadaan Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa.

1.6.1.2. Data Sekunder

Yang dimaksud dengan data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang tersedia melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi atau perusahaan termasuk majalah jurnal (Ruslan 30).

- Metode Kepustakaan

Metode ini merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan melalui media-media cetak seperti koran, majalah, buku, jurnal, dan lain-lain. Metode ini merupakan suatu observasi yang dilakukan secara tidak langsung.

- Internet

Metode ini merupakan cara pengumpulan data yang didapatkan lewat jaringan internet. Data-data yang didapatkan dapat berupa artikel, jurnal, ataupun komentar-komentar yang mungkin dilontarkan oleh seseorang berkaitan dengan kelestarian benda-benda cagar budaya.

1.6.2. Metode Analisis

1.6.2.1. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif menurut Sutopo adalah metodologi yang paling tepat untuk mengkaji berbagai aspek kehidupan manusia dengan kondisi dan karakteristik sosial budayanya dalam bentuk beragam aktivitas dan produknya.

1.6.2.2. Analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunities and Threats*)

Teknik ini membandingkan antara Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa dengan museum lain seperti Museum Airlangga Kediri dan Museum Penataran Blitar, dengan melihat kekuatannya (*Strength*), yaitu merupakan museum yang unik dengan segala koleksi benda purbakala yang langka dan memiliki nilai budaya yang tinggi. Kelemahan (*Weakness*), yaitu tempatnya masih sederhana dan kurang diketahui keberadaannya oleh masyarakat. Peluang untuk adanya peningkatan (*Opportunities*), yaitu dapat menjadi sumber pendapatan baru bagi Kota Malang di bidang pariwisata dan budaya dengan menarik minat wisatawan lokal maupun manca negara. Ancaman-ancaman dari luar (*Threats*), yaitu dicuri atau disalahgunakan oleh pihak luar, seperti diperjualbelikan atau diakui sebagai hak milik daerah atau negaranya. Setelah menganalisis keempat hal

di atas, akan didapatkan beberapa hal yang nantinya akan menjadi bahan pertimbangan untuk menyelesaikan masalah dalam mengenalkan Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa tersebut kepada masyarakat. Museum Airlangga Kediri dan Museum Penataran Blitar dianggap sebagai kompetitor karena memiliki persamaan seperti lokasi yang terletak di Jawa Timur, dan berada tidak jauh dari kota Malang, koleksi museum yang hampir sama, yaitu benda peninggalan purbakala seperti arca, prasasti, peralatan rumah tangga dan lain sebagainya.

1.6.2.3. *USP (Unique Selling Proposition)*

Teknik ini menganalisa apa saja keunikan yang dimiliki Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa yang dapat diangkat untuk menjadi nilai lebih dibandingkan dengan museum-museum lainnya.

1.7. Definisi Operasional

1.7.1. Promosi

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk memperkenalkan suatu barang atau jasa dengan tujuan menjual produk atau jasa tersebut (*Kamus Besar Bahasa Indonesia* 250).

1.7.2. Balai penyelamatan

Balai penyelamatan adalah suatu tempat untuk menyimpan dan merawat benda-benda koleksi yang mengandung nilai sejarah dan budaya. Dalam hal ini, khususnya yang berhubungan dengan pertumbuhan Kota Malang sejak abad ke-8 M sampai tahun 1950-an.

1.7.3. Benda Purbakala

Benda purbakala merupakan benda-benda kuno hasil peninggalan kebudayaan nenek moyang yang turun temurun dan masih ada sampai sekarang. Benda-benda tersebut perlu untuk dilestarikan karena memiliki nilai sejarah yang tinggi dan menjelaskan akan asal-usul kita.

1.7.4. Mpu Purwa

Gedung Balai Penyelamatan Benda Purbakala ini dinamakan “MPU PURWA”. Nama ini diambil dari seorang tokoh religius masyarakat Jawa kuno yang hidup sekitar abad XII M di Desa Panawijen, sebelah timur lereng gunung Kawi (sekarang Kelurahan Polowijen Kota Malang).

1.7.5. Malang

Kota Malang, adalah sebuah [kota](#) di [Provinsi Jawa Timur, Indonesia](#). Kota ini berada di dataran tinggi yang cukup sejuk, terletak 90 km sebelah selatan [Kota Surabaya](#), dan wilayahnya dikelilingi oleh [Kabupaten Malang](#). Malang merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur, dan dikenal dengan julukan kota pelajar (“Kota Malang,” par. 1)

1.8. Tinjauan Teoritis

1.8.1. Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan yang penting untuk dilakukan guna mengenalkan produk atau jasa kepada khalayak. Kegiatan promosi merupakan bagian dari marketing yang dihubungkan dengan 4P, yaitu :

- *Product* (koleksi yang dimiliki Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa, yaitu arca dan prasasti serta peralatan rumah tangga peninggalan beberapa kerajaan yang pernah ada di kota Malang, fasilitas yang dimiliki, misalnya ruang pameran tetap, toilet, kantor, lapangan parkir, dan lain-lain dibandingkan dengan kompetitornya).
- *Price* (tiket masuk Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa dibandingkan dengan kompetitornya).
- *Place* (strategis lokasi Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa dibandingkan dengan kompetitornya).
- *Promotion* (kegiatan promosi yang selama ini dilakukan Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa dibandingkan dengan kompetitornya).

Dengan mempertimbangkan keempat hal di atas, diharapkan dapat dicapai tujuan promosi yang jelas, tepat sasaran, dan efektif.

1.8.2. Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa

Rencana untuk membuat Balai Penyelamatan benda-benda sejarah dan budaya tersebut sebenarnya sudah lama. Sejak tahun 1980-an, Seksi Kebudayaan Depdikbud Kota Malang mengupayakan tempat penampungan benda-benda yang terdiri dari arca-arca batu, karena beberapa hal, usulan untuk membuat tempat tersebut tidak terpenuhi.

Untuk penyelamatan dan keamanannya, akhirnya benda-benda tersebut dititipkan di DPU Jalan Halmahera, selanjutnya dititipkan lagi di Taman Rekreasi Senaputra. Tahun 1997 dititipkan di Rumah Makan Cahyaningrat: pada tahun itu juga, Dinas Pariwisata, Informasi, dan Komunikasi Kota Malang, dengan mengacu kepada UU No. 5 Th. 1992 tentang Benda Cagar Budaya, mempunyai rencana untuk membangun Balai Penyelamatan, namun rencana itupun tidak terealisasi.

Tahun 2000, Pemerintah Kota Malang melalui Dinas Pendidikan berniat mengumpulkan dalam suatu tempat khusus, semua benda purbakala yang ada di Kota Malang, baik kelompok maupun yang masih tercecer di masing-masing tempat. Oleh karena itu, dipilihlah Perpustakaan Umum untuk dipakai sebagai ruangnya. Karena sesuatu hal dan berbagai pertimbangan, maka pada tahun 2001 ditetapkanlah gedung bekas SDN Mojolangu 2 Malang sebagai tempat menampung benda sejarah dan budaya tersebut. Adapun tempatnya berada di kompleks perumahan Griya Shanta Eksekutif Jalan Soekarno Hatta Malang.

1.8.3. Kota Malang

Seperti halnya kebanyakan kota-kota lain di Indonesia pada umumnya, Kota Malang tumbuh dan berkembang setelah hadirnya pemerintah kolonial [Hindia Belanda](#). Fasilitas umum direncanakan sedemikian rupa agar memenuhi kebutuhan keluarga Belanda. Kesan diskriminatif masih berbekas hingga sekarang, Misalnya *Ijen Boulevard* dan kawasan sekitarnya.

Kota Malang termasuk kota kuno dengan peradaban kebudayaan yang tinggi. Hal ini tampak pada beberapa kesenian tradisional asli Kota Malang, seperti Wayang Topeng Malangan (Topeng Malang), yang kini mulai terkikis

oleh kesenian modern. Gaya kesenian ini adalah wujud pertemuan tiga budaya (Jawa Tengah, Madura, dan Tengger).

Selain itu, peradaban Kota Malang yang lebih tua seperti batu, arca, prasasti, dan peralatan rumah tangga yang terbuat dari perunggu atau logam lain hasil peninggalan beberapa kerajaan menunjukkan bahwa masyarakat Kota Malang memiliki jiwa seni yang tinggi.

1.9. Konsep Perancangan

Promosi Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa akan dibuat dengan konsep perancangan berdasarkan data-data yang terkumpul dari media cetak, majalah, jurnal, artikel yang didapatkan dari internet, hasil wawancara, buku-buku referensi, dan media lainnya.

Data-data yang terkumpul akan menjadi sebuah kesimpulan, dimana kesimpulan tersebut akan digunakan sebagai dasar pembuatan promosi Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa yang diharapkan dapat bermanfaat bagi konsumen. Profil target *audiencenya* secara lebih rinci adalah sebagai berikut :

- Segi Demografis

Target audience terdiri dari primer, yaitu pelajar dengan usia sekitar 8-15 tahun dengan tujuan untuk pendidikan, dan sekunder, yaitu masyarakat umum terutama peminat kebudayaan seperti wisatawan.

- Segi Geografis

Target audience berdomisili di Kota Malang dan sekitarnya.

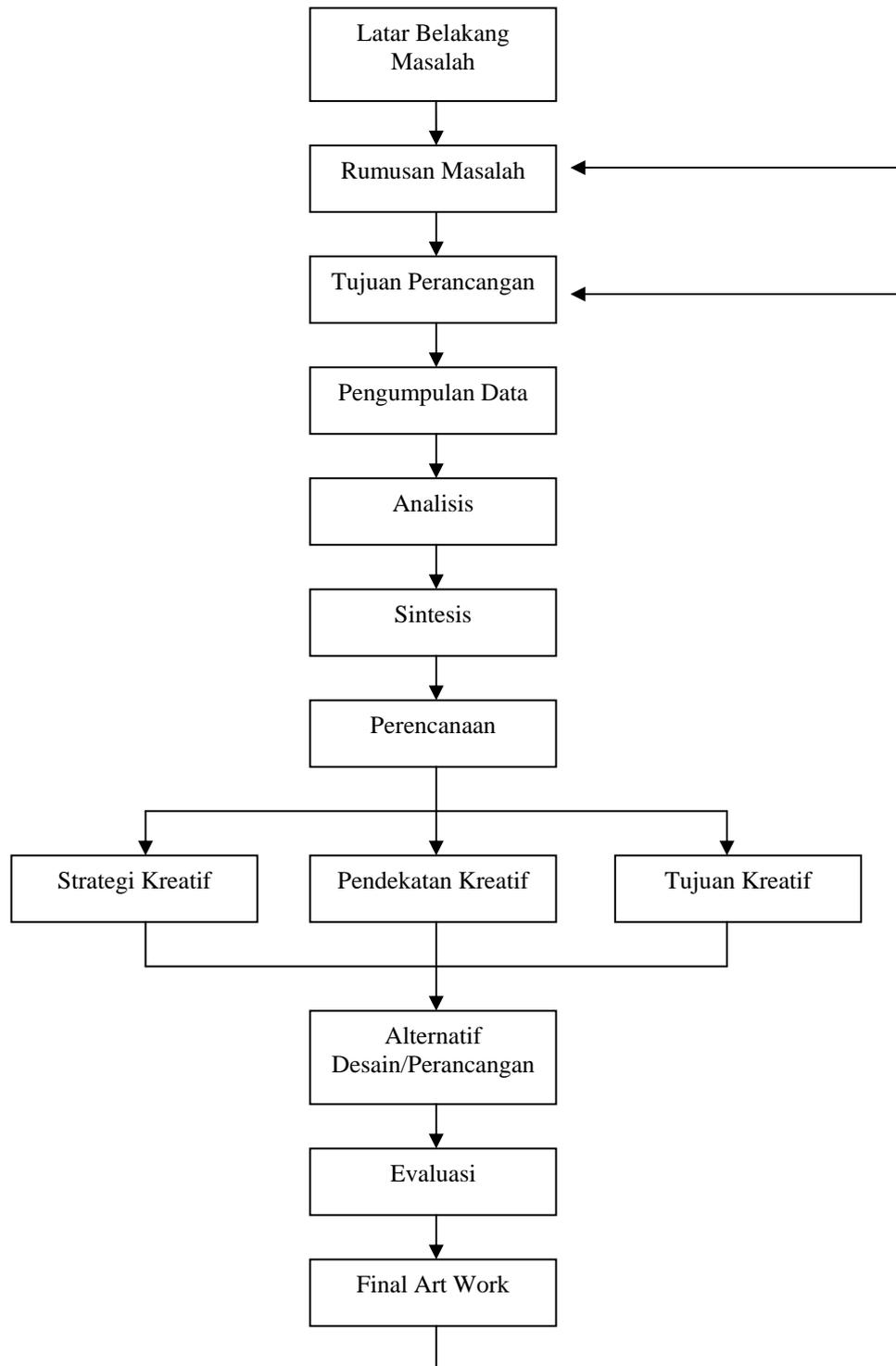
- Segi Psikografis

Target audience merupakan seseorang yang menghargai hasil peninggalan nenek moyang, aktif, mandiri, dan mencintai bangsa dan tanah air Indonesia.

- Segi Behavioral

Target audience merupakan seseorang yang memiliki rasa ingin tahu yang besar di bidang budaya.

1.10. Skematika Perancangan



Gambar 1.1. Skematika Perancangan Promosi Balai Penyelamatan Benda Purbakala Mpu Purwa Malang