BAB II. PROGRAM BARLI *ARTSCHOOL* DI MUSEUM BARLI

II.1. Pengertian Museum

Museum biasanya berkaitan dengan koleksi barang – barang antik atau karya seni yang memiliki perpustakaan. Menurut Matanasi, (2016) secara etimologis kata "Museum" Diambil dari bahasa Yunani, yaitu "*Mouseion*". *Mouseion* merupakan sebuah tempat suci untuk memuja Sembilan dewi, yang diartikan sebagai lambang ilmu dan kesenian.

II.1.1 Museum Barli

Menurut Supangkat, (1996, h.35-57) Barli adalah seorang pelukis realistik legendaris Indonesia yang lahir di Bandung pada 18 Maret 1921. Sejak kecil ketika itu Barli masih berusia 14 tahun sudah tertarik pada kegiatan gambar-menggambar, dalam hidupnya Barli sudah terlihat memiliki kelebihan dalam hal menggambar dan tercatat memenangkan beberapa perlombaan menggambar. Pada tahun 1935, Barli menimba ilmu di studio lukis milik Jos Pluimentz, pelukis wanita berkebangsaan Belgia yang juga tinggal di Bandung. Karena merasa pendidikan pada Pluimentz kurang lengkap, Sasmitawinata yang sebagai kakak iparnya membawa Barli ke pelukis italia yang bernama Luigi Nobili. Tahun 1950 Barli melanjutkan studi di *Acedemie Grande de la Chaumiere*, Paris, Prancis dan setahun kemudian di Rijksacademie voor Beeldende Kunsten, Amsterdam, Belanda. Sepanjang karirnya Barli hidup dan berkarya di Bandung, Kota dimana Barli dilahirkan dan dibesarkan, Barli menjadi sosok terpandang karena aktif menggerakan kegiatan kesenian. Antara lain membina paguyuban seni tari terkemuka "Viatikara" bersama Hoegeng Iman Santoso. Dengan didasari semangat menghidupkan kegiatan kesenian Barli pun mengumpulkan dana untuk mendirikan museum pribadinya pada tahun 1991, setahun kemudian pada tanggal 26 Oktober 1992 museum pribadi Barli akhirnya diresmikan oleh Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi dengan luas tanah sekitar 640 meter persegi dengan bangunan menempati luas sekitar 1200 m2.

Museum Barli bertingkat empat menyerupai tabung menara kapal ini dirancang oleh salah satu seorang muridnya pelukis sekaligus arsitek Sudyanto Ali, yang berlokasi di pegunungan Setra Sari, Bandung. Barli juga berupaya membuat suatu program pendidikan alternatif di lantai dasar museum yang diberi nama studio

Rangga Gempol pada tahun 1958. Menurut Supangkat, (1996, h.54), “Di studio Rangga Gempol Barli membagi pelajaran *drawing* dan melukis yang mempunyai beberapa tahap pengajaran yaitu penguasaan *drawing*, Pendekatan formalistik dan yang terakhir latihan untuk mengenal ekspresi”. Seiring berjalan nya waktu tahun 2009 studio Rangga Gempol ini diganti nama menjadi Barli *artschool* yang saat ini dikelola oleh cucu Barli yaitu Adhitya Priagana namun dengan maksud dan tujuan yang sama.

Gambar II.1. Museum Barli.
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 20/12/2018)

II.1.2. Tema Seni Lukis Barli

Lukisan Barli yang dipajang saat ini terdiri dari 27 koleksi lukisan, kebanyakan lukisan - lukisan yang dipajang saat ini hampir semua memperlihatkan kesannya tentang realitas kehidupan masyarakat saat itu. (Supangkat, 1998, h.59-60) sebagai pelukis modern ia tercatat mengembangkan seni lukis akademis yang realistik, dengan ciri khas corak lukisan Barli yang ekspresif terlihat sangat tegas seperti tarikan garis *charcoal*.

Gambar II.2. Tema Lukisan Barli.
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 20/12/2018)

II.1.3. Profil Museum Barli

Nama : Museum Barli

Alamat : Jl. Prof. Sutami 91, Sukarasa, Kec. Sukasari, Kota Bandung 40152

No Telp : (022) 2011898

Jam Buka : Senin – Sabtu, 10:00 – 17:00 WIB

Pemilik : Barli Sasmitawinata

II.1.4. Visi Misi

Visi :

Pusat Kajian, Penelitian, Pendidikan non formal berbasis seni rupa dalam rangka mempertahankan nilai-nilai kemanusiaan dan nilai-nilai budaya Indonesia pada umum nya, Jawa Barat dan Kota Bandung khususnya.

Misi :

Terus melakukan kegiatan secara simultan baik di tempat maupun jemput bola, sebagai wadah dalam membangun kreativitas terutama pembentukan karakter yang beretika dikalangan generasi muda melalui konsep *edutainment* (Belajar dengan cara menyenangkan) dan *enlightment* (Merangsang daya pikir masyarakat untuk menemukan nilai-nilai kehidupan).

II.1.5. Fasilitas

Di Museum Barli terdapat empat ruangan yang diberi nama berbeda setiap ruangnya. dengan beberapa fasilitas yang ada berupa program Edukasi, galeri lukisan Barli, Koleksi mainan maupun komik legenda, dan *Coffee shop* Barli.

a. Lantai dua, diberi nama "Atikah"

Pada lantai dua ini diberi nama "Atikah" yaitu istri pertama Barli. Terdapat satu ruangan yang dimanfaatkan untuk menyimpan koleksi lukisan khusus Barli dan peralatan koleksi peninggalan pribadi Barli, terdapat 27 lukisan Barli yang saat ini dipajang.

Gambar II.3. Ruang khusus koleksi Barli.
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 20/12/2018)

Adapun koleksi peninggalan Barli, berupa peralatan - peralatan lukis Barli yang masih tersimpan dengan utuh, seperti halnya terdapat kuas dan cat minyak bekas yang masih utuh terjaga.

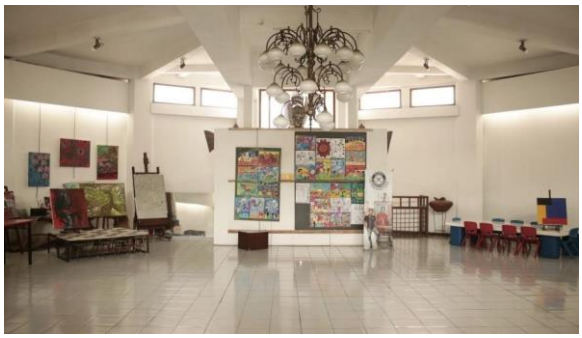
Gambar II.4. Peninggalan alat lukis Barli.
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 20/12/2018)

Adapun beberapa macam - macam piagam penghargaan Barli yang terdapat di ruangan tersebut.

Gambar II.5. Piagam-piagam Barli.
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 20/12/2018)

b. Lantai satu diberi nama, “Nakisbandiah”

Lantai satu ini diberi nama Nakisbandiah yaitu nama dari istri kedua Barli, terbagi menjadi tiga ruangan dilantai satu, bagian tengah dimanfaatkan sebagai ruang Edukasi bagi anak – anak dan remaja yang mengikuti program Barli *artschool*. Terdapat beberapa kursi dan meja yang cukup banyak untuk mengikuti les melukis maupun menggambar, adapun buku - buku dibagian sudut ruangan serta memajang hasil karya anak - anak dan remaja, mulai dari lukisan, hasil gambar menggunakan krayon, komik hitam putih, dan kerajinan dari tanah liat.



Gambar II.6. Ruang Edukasi Barli.
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 20/12/2018)

Pada bagian pada sayap kiri, terdapat ruangan yang diberi nama Galeri Chandra dimanfaatkan sebagai ruang publik untuk berpameran, namun untuk saat ini

aktivitas berpameran dari berbagai macam seniman itu sudah tidak lagi aktif seperti dulu, aktivitas berpameran terakhir dilakukan pada tahun 2012, hingga saat ini museum Barli belum memanfaatkannya lagi sebagai ruangan berkegiatan pameran. Namun pada saat ini pengelola museum memanfaatkan ruangan dengan menyimpan koleksi lukisan anaknya yaitu Agung Wiwekaputra anak pertama Barli yang mewarisi bakat melukisnya. Koleksi lukisan yang dipajang di ruangan Galeri Chandra untuk saat ini berjumlah 20 lukisan.

Gambar II.7. Ruang pameran.
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 20/12/2018)

Pada bagian sayap ini pun, dimanfaatkan untuk menyimpan koleksi mainan dan komik milik pribadi, cucu dari Barli yaitu Aditya yang ternyata memiliki hobi mengkoleksi komik – komik dan mainan *vintage*.

Gambar II.8. Ruang koleksi mainan dan komik.
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 20/12/2018)

Terdapat beberapa koleksi mulai dari mobil-mobilan berukuran balita yang terbuat dari besi, mainan berbasis kartu yang sudah usang namun tetap apik dipajang di

dinding, adapun koleksi seperti mainan robot dan mobil mini, serta komik-komik legenda, maupun *action figure* yang sampai saat ini masih terjaga dan utuh.

Gambar II.9. Koleksi komik dan mainan.
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 20/12/2018)

c. Lantai dasar diberi nama, “Agung”

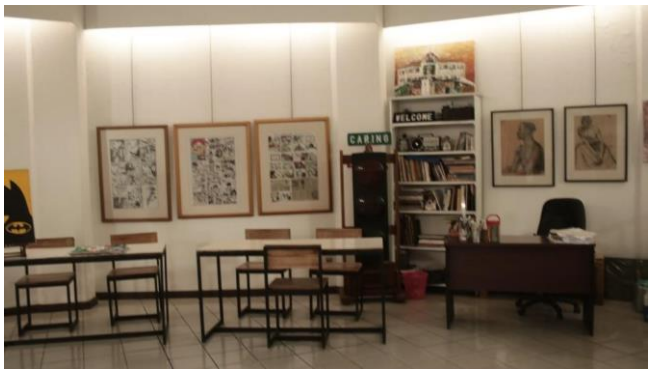
Lantai dasar ini diberi nama Agung. Di dalam ruangan terdapat beberapa meja dan kursi untuk santai, pada setiap sudutnya terdapat koleksi barang *vintage* seperti adanya motor Vespa era80’s. Serta beberapa karya seni yang dipajang berbagai sudut tempat *coffee shop* ini.

Gambar II.10. *Coffee Shop* Barli.
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 20/12/2018)

II.2. Program Barli *Artschool*

Berdasarkan hasil wawancara kepada Priagana (2019), Barli *artschool*, merupakan sebuah kelanjutan dari studio Rangga Gempol, studio Rangga Gempol awal nya adalah bagian dari sanggar gambar Barli pada tahun 1958 di Jl Rangga Gempol

Kota Bandung. Menurut Priagana studio Rangga Gempol dulunya dibuka sebagai pendidikan *alternative* bagi masyarakat yang tidak diterima ITB ataupun IKIP seni rupa, yang ingin mempelajari seni lukis dan ingin menjadi seorang seniman. Seiring berjalan nya waktu tahun 2009 di gantilah nama studio Rangga Gempol menjadi Barli *artschool* yang saat ini dikelola oleh cucunya pak Barli yaitu Adhitya Priagana. Barli *artschool* merupakan sebuah program kegiatan menggambar yang bertujuan melengkapi kepercayaan diri dan membentuk karakteristik anak maupun remaja melalui peran seni yang ditanamkan dan agar lebih merangsang ketertarikan nya dalam dunia menggambar dan lukis. Barli *artschool* mempunyai konsep pembelajaran yang tidak biasa seperti sanggar lain nya, di Barli *artschool* anak – anak lebih diajak untuk membayangkan sesuatu, memikirkan sesuatu, merencanakan sesuatu, sampai dengan menggambarkan sesuatu sehingga anak tersebut akan terbentuk pengendalian emosi yang baik, konsentrasi yang baik, logika dasar yang baik, sampai dengan mempunyai tahapan berfikir yang baik.



Gambar II.11. Program Barli *artschool*.
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 20/12/2018)

II.2.1 Kurikulum Barli *artschool*

Kegiatan Program Barli *artschool* dilaksanakan pada waktu-waktu yang sudah ditetapkan dan fasilitas kegiatan semua sudah disediakan seperti *drawing book*, pensil warna, cat air dan krayon. Biaya yang harus dikeluarkan untuk mengikuti kegiatan Barli *artschool* sebagai berikut:

- Uang Pendaftaran

  Bagi anak yang baru ingin mendaftar dikenakan biaya Rp.300.000 rupiah, biaya ini hanya dikenakan satu kali saja.

- Uang Kursus

  Untuk anak yang sudah mendaftar dan menjadi anggota Barli *artschool* dikenakan biaya perbulannya Rp. 500.000 rupiah, biaya tersebut sudah termasuk 4 kurikulum yang di tawarkan Barli *artschool*.

Ada 4 kurikulum yang ditawarkan Barli *artschool* yang menjadi syarat akan psikologinya dengan tahapan – tahapan tertentu sebagai berikut:

1. Menggambar tema media mix
2. Menggambar tema media pencil dan spidol
3. Media cat air diatas kertas
4. Media lukis diatas kanvas

II.2.2 Waktu Kegiatan Barli *artschool*

Berikut jadwal kegiatan yang sudah di tentukan. Dalam 1 hari ada 2 kali pertemuan, 1 kali pertemuannya 1,30 menit, setiap pertemuan maksimal 20 orang dengan dibimbing 1 orang guru dengan dibantu 1 asisten. Kurikulum disesuaikan dengan kebutuhan dan usia *audience*.

Tabel II.1. Jadwal Kegiatan Barli *artschool*.
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Dibuat01/04/2019)

Hari	Sesi I	Sesi II	Durasi Belajar
Selasa	14:00-15:30	15:30-17:00	3 Jam
Rabu	14:00-15:30	15:30-17:00	3 Jam
Kamis	14:00-15:30	15:30-17:00	3 Jam
Jum'at	14:00-15:30	15:30-17:00	3 Jam
Sabtu	10:00-11:30	11:30-14:00	3 Jam

II.2.3. Paket Edukasi Barli *Artschool*

Adapun paket Edukasi yang ditawarkan Barli *artschool* untuk rombongan para pelajar saat ini:

- Membuat keramik

  Membuat keramik ini merupakan kegiatan singkat dengan praktik langsung cara membuat berbagai macam bentuk menggunakan bahan tanah liat yang akan dibimbing oleh 2 orang guru. Kegiatan ini dikenakan biaya untuk perorangan nya Rp. 50.000 rupiah.

Gambar II.12. Paket Edukasi membuat keramik.
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 20/12/2018)

- Menggambar Cepat

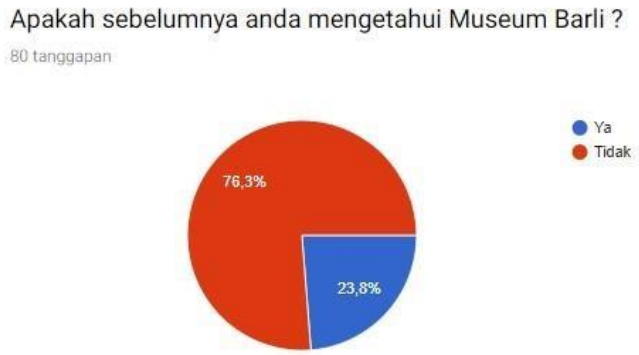
  Kegiatan yang dimaksud adalah kegiatan menggambar bebas dengan diajarkan teknik dasar menggambar bentuk melalui media di atas kertas menggunakan spidol dan pensil warna yang nantinya akan dibimbing oleh 2 orang guru. Kegiatan ini dikenakan biaya perorangan nya Rp. 50.000 rupiah.

Gambar II.13. Paket Edukasi menggambar cepat.
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 20/12/2018)

II.3 Analisa

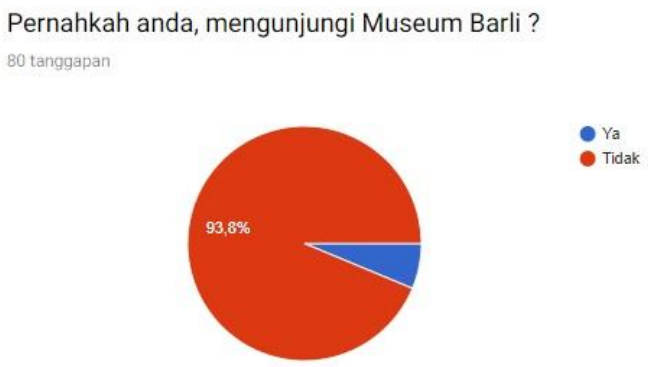
II.3.1. Hasil Kuesioner

Untuk mengetahui pandangan masyarakat mengenai museum Barli, maka dilakukan pencarian data melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat umum terutama di Kota Bandung yang berisi pertanyaan mengenai pengetahuan masyarakat terhadap museum Barli.



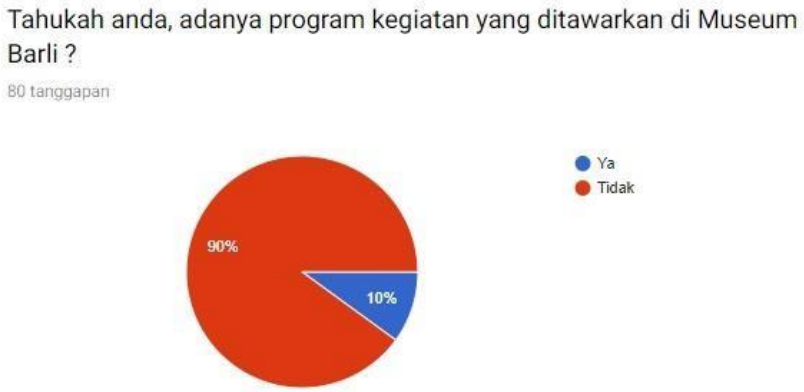
Gambar II.14. Diagram Tahu tidaknya museum Barli.
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Berdasarkan hasil kuesioner kepada 80 orang khususnya masyarakat urban di Kota Bandung, mayoritas tidak mengetahui adanya museum Barli. Hasil data lapangan menunjukkan 76,3% menyatakan tidak tahu, maupun belum pernah mendengar museum Barli. Sedangkan 23,8% menyatakan pernah melihat di *web* dan pernah mendengar dari teman ke teman. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Kota Bandung masih banyak yang belum mengetahui keberadaan museum Barli di Kota Bandung dikarenakan upaya untuk memperkenalkan museum Barli tidak efektif, sehingga tingkat ketidak tahuan masyarakat mengenai museum Barli cukup tinggi.



Gambar II.15. Diagram Tingkat kunjungan museum Barli.
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

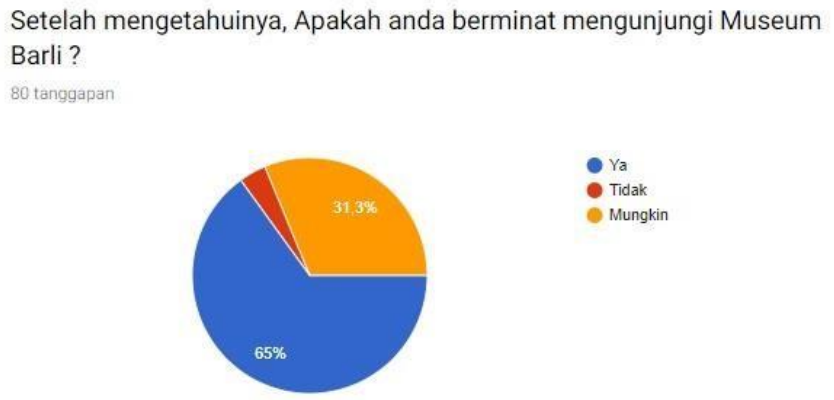
Berdasarkan hasil kuesioner kepada 80 orang khususnya masyarakat urban di Kota Bandung, mayoritas masyarakat belum pernah mengunjungi museum Barli. Hasil data lapangan menunjukkan 93% menyatakan belum pernah mengunjunginya, dikarenakan masyarakat belum mengetahui apa saja yang tersedia di museum Barli. Sedangkan 6% menyatakan masyarakat pernah berkunjung ke museum Barli. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kurangnya upaya promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan sarana dan prasarana yang terdapat di museum Barli. Sehingga adanya kecenderungan penurunan tingkat kunjungan museum Barli yang cukup tinggi.



Gambar II.16. Diagram Informasi mengenai kegiatan museum Barli.
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

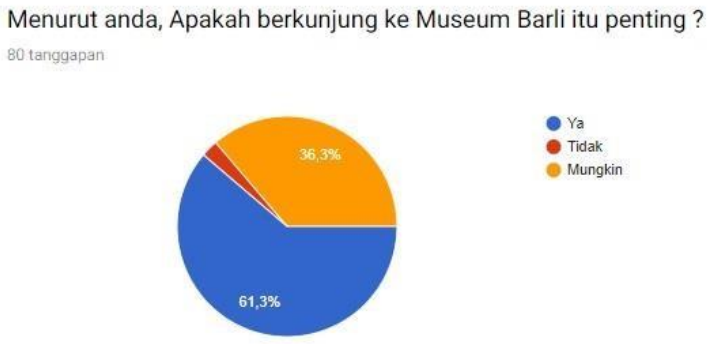
Berdasarkan hasil kuesioner kepada 80 orang khususnya masyarakat urban di Kota Bandung, mayoritas masyarakat tidak pernah mendengar mengenai kegiatan yang

ditawarkan museum Barli. Hasil data menunjukkan 90% menyatakan tidak mengetahui informasi adanya program kegiatan Edukasi yang ditawarkan museum Barli. Sedangkan 10% masyarakat mengetahui adanya program kegiatan Edukasi yang ditawarkan museum Barli. Hasil ini menunjukkan bahwa kurangnya upaya untuk memperkenalkan program kegiatan Edukasi yang terdapat di museum Barli. Sehingga masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui keberadaan serta adanya fasilitas dan kegiatan yang ditawarkan.



Gambar II.17. Diagram ketertarikan mengunjungi museum Barli.
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Berdasarkan hasil kuesioner kepada 80 orang khususnya masyarakat urban di Kota Bandung, mayoritas tertarik dengan adanya fasilitas dan program kegiatan yang ditawarkannya. Hasil data menunjukkan setelah mengetahui adanya program kegiatan Edukasi 65% masyarakat menyatakan ya, berminat ingin mengunjungi museum Barli. Sedangkan 31,3% masyarakat ragu untuk mengunjunginya dikarenakan urgensi nya belum ada. Dapat disimpulkan hasil ini menunjukkan bahwa setelah mengetahuinya para pelajar maupun masyarakat urban di Kota Bandung mayoritas minat dan tertarik adanya program kegiatan tersebut.



Gambar II.18. Diagram kepedulian terhadap museum Barli.
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Berdasarkan hasil kuesioner kepada 80 orang khususnya masyarakat urban di Kota Bandung, mayoritas masyarakat menyatakan penting mengenai kunjungan ke museum Barli. Hasil data menunjukkan 61,3% mayoritas menyatakan penting untuk mengunjunginya. Sedangkan 36,3% masyarakat ragu untuk menjawab. Namun terlihat bahwa para pelajar maupun masyarakat urban di Kota Bandung mayoritas menganggap penting dan peduli terhadap peran museum Barli di Kota Bandung.

Dalam hal ini terlihat mayoritas masyarakat urban di Kota Bandung tidak mengetahui adanya program kegiatan maupun ruang publik baru yang terdapat di museum Barli. Dikarenakan kurangnya upaya pihak museum Barli untuk memperkenalkan program kegiatan yang ditawarkannya. Padahal museum Barli memiliki potensi bagus dengan ada nya sebuah program kegiatan tersebut. Terlihat dari hasil kuesioner ketertarikan kunjungan museum Barli 65% mayoritas masyarakat menyatakan tertarik dengan adanya fasilitas dan program kegiatan yang ada.

II.3.2. Hasil Wawancara

Adapun wawancara dilakukan mengenai tingkat kunjungan di museum Barli, menurut Priagana (2019) “Memang itu tidak bisa dijadikan keberhasilan sebuah museum, dengan tingkat kunjungan seperti itu, karena bisa saja tingkat jumlah kunjungan ini berubah-ubah setiap harinya berdasarkan tingkat kunjungan sekolah, besar tingkat pengunjung itu tidak menjadi suatu patokan namun yang paling

penting adalah bagaimana pesan dari pada museum atau misi terbentuknya museum ini dapat tersampaikan".

Namun sangat disayangkan upaya untuk tetap menjaga stabilitas pengunjung museum Barli ini belum tersampaikan dengan baik, terlihat adanya penurunan jumlah pengunjung dari tahun 2017 – 2019 (bulan Maret).

Tabel II.2. Daftar pengunjung museum Barli.
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Dibuat 01/04/2019)

Tahun	**Jumlah Pengunjung**
2019	(845) Bulan Maret
2018	(1210) Januari - Desember
2017	(1.780) Januari - Desember

II.3.3. Analisis SWOT Museum Barli

Tabel II.3. SWOT museum Barli.
Sumber: Data Pribadi
(Dibuat 01/04/2019)

Strength (Kekuatan)	***Weaknesses*** (Kelemahan)	***Opportunities*** (Peluang)	***Threats*** (Ancaman)
1. Museum Barli mempunyai sejarah karya lukisan dari seniman Barli Sasmitawinata yang sudah terkenal di	1. Informasi mengenai museum Barli kurang efektif 2. Tidak adanya kegiatan promosi sehingga	1. Lokasi museum Barli sangat strategis mudah ditemukan karena di pinggir jalan utama.	1. Banyaknya persaingan museum seni yang ada di Kota Bandung 2. Museum seni lainnya lebih

Indonesia maupun Internasional. 2. Museum Barli mempunyai bentuk unik menyerupai kapal dan bergaya kolonial 3. Memiliki fasilitas *caffee* Barli bernuansa *vintage* dan program Edukasi yaitu Barli *artschool*	masyarakat tidak mengetahui sarana apa saja yang ada di museum Barli 3. Masyarakat tidak mengetahui adanya fasilitas ruang publik dan program kegiatan di museum Barli 4. Museum Barli tidak memiliki karyawan, dan hanya memanfaatkan keluarga sebagai pengelola	2. Museum Barli memiliki ruang publik yaitu *caffee* Barli bernuansa *vintage* dan Barli *artschool* di dalamnya pengunjung dapat bernostalgia sambil berkegiatan dalam hal Edukasi menggambar ataupun melukis	sering melakukan promo kepada masyarakat 3. Masyarakat lebih mengetahui museum lainnya yaitu Museum Sri Baduga

Tabel II.4 SWOT museum Sri Baduga.
Sumber: Data Pribadi
(Dibuat 01/04/2019)

Strength (Kekuatan)	***Weaknesses*** (Kelemahan)	***Opportunities*** (Peluang)	***Threats*** (Ancaman)
1. Keaslian benda yang kaya akan nilai sejarah kebudayaan. 2. Kegiatan pameran keliling yang rutin setiap 6 bulan sekali 3. Museum Sri Baduga gencar	1. Tidak memiliki fasilitas ruang publik berupa *caffee* 2. Tidak memiliki koleksi mainan *vintage* maupun komik legenda Indonesia.	1. Mempunyai lokasi yang strategis di tengah Kota Bandung sehingga banyak dilalui oleh angkot dan bus.	1. Banyaknya persaingan museum seni yang ada di Kota Bandung 2. Banyak munculnya tempat mall dan *caffee* di sekitar museum Sri Baduga

melakukan kegiatan berpromosi untuk meningkatkan daya tarik pengunjungnya dengan memanfaatkan media sosial. 4. Fasilitas sejarah kebudayaan yang indah dan eksotis.			sehingga museum ini dianggap tempat yang membosankan.

Tabel II.5 Strategi Analisis SWOT
Sumber: Data Pribadi
(Dibuat 01/04/2019)

Internal / Eksternal	***Strength*** (Kekuatan)	***Weaknesses*** (Kelemahan)
Opportunities (Peluang)	Lokasi museum Barli strategis tepat di pinggir jalan utama dan mempunyai ciri khas bentuk gedung seperti kapal bergaya kolonial dengan ruang publik yang ada yaitu koleksi mainan *vintage* dan *caffee* Barli bernuansa *vintage* adapun program kegiatan yaitu Barli *artschool*.	Museum Barli memiliki program Barli *artschool* di dalamnya pengunjung dapat bernostalgia sambil berkegiatan dalam hal Edukasi yaitu menggambar sedangkan kompetitor nya tidak mempunyai program kegiatan tersebut.

Threats (Ancaman)	Museum Barli jarang melakukan kegiatan berpromosi mengenai program maupun fasilitas yang ada dan itu berdampak pada tingkat kunjungan di museum Barli saat ini dibandingkan kompetitor nya yang gencar melakukan kegiatan berpromosi untuk meningkatkan daya tarik pengunjungnya dengan memanfaatkan media sosial.	Dengan diperkenalkan nya fasilitas dan kegiatan Barli *artschool*, museum Barli dapat menjadi potensi baik untuk berwisata dalam hal Edukasi agar menjaga stabilitas pengunjung maupun kunjungan berulang.

II.3.4. Analisis 7P Museum Barli

a. *Product* (Produk)

Museum Barli mempunyai sebuah produk yang mempunyai potensi bagus dalam bidang jasa yaitu program Barli *artschool* yang merupakan suatu ruang pembelajaran untuk para pelajar yang ingin meningkatkan ketertarikan nya dalam dunia menggambar ataupun melukis.

b. *Price* (Harga)

Harga pendaftaran untuk mengikuti program Barli *artschool* sekitar Rp. 300.000 rupiah sedangkan untuk per bulan nya dikenakan biaya Rp. 500.000 rupiah.

c. *Place* (Lokasi atau Tempat)

Lokasi program Barli *artschool* ini berada di lantai satu gedung Museum Barli Jl Prof. Dr. Sutami No. 91. Sukarasa Kec. Sukasari, Kota Bandung Jawa Barat. Sangat mudah di temui karena lokasi gedung ini berada di pinggir jalan utama.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi yang telah dilakukan oleh pihak museum Barli mengenai program Barli *artschool* yaitu adanya paket wisata Edukasi meliputi kegiatan menggambar cepat dan membuat keramik untuk ditawarkan ke sekolah - sekolah.

e. *People* (Sumber Daya Manusia)

Sumber daya manusia yang terdapat dalam program Barli *artschool* berjumlah 3 orang guru dimana dalam pengajaran mempunyai kemampuan dan keahlian nya masing – masing dalam bidang menggambar ataupun melukis.

f. *Process* (Proses Aktivitas)

Proses pembelajaran yang di diajarkan program Barli *artschool* meliputi teknik – teknik cara mengendalikan emosi dan konsentrasi yang baik ketika sedang berkegiatan menggambar.

g. *Physical Evidence* (lingkungan fisik)

Fasilitas yang tersedia dalam program Barli *artschool* di museum Barli meliputi ruang pembelajaran layaknya sanggar menggambar terdapat 20 kursi dalam satu ruangan.

II.3.5. *Positioning* Museum Barli

Berdasarkan uraian di atas program Barli *artschool* memiliki *positioning* yang sangat baik bagi masyarakat Kota Bandung terutama dalam menjaga stabilitas pengunjung di museum Barli. Dengan adanya program Barli *artschool* masyarakat dapat berwisata serta berkegiatan dalam hal Edukasi menggambar ataupun melukis, yang bertujuan melengkapi karakteristik anak – anak melalui peran seni yang ditanamkan.

II.4. Resume

Setelah melakukan riset pencarian data melalui wawancara dan kuesioner mengenai museum Barli, dapat disimpulkan bahwa, masyarakat urban di Kota Bandung belum mengetahui sarana dan prasarana yang ditawarkan museum Barli hal ini dikarenakan kurangnya upaya media promosi yang dilakukan pihak museum Barli mengenai program Barli *artschool*. Promosi yang dilakukan hanya melalui media sosial dan kurang begitu efektif. Berdasarkan hasil kuesioner setelah masyarakat Kota Bandung mengetahui adanya kegiatan Edukasi tersebut, masyarakat mempunyai minat untuk mengunjungi museum Barli. Hal ini menjadi peluang untuk memperkenalkan program Barli *artschool*. Sebagai daya tarik pengunjung untuk tetap menjaga stabilitas pengunjung di museum Barli dalam hal Edukasi maupun pariwisata di Kota Bandung.

II.5. Solusi Perancangan

Berdasarkan permasalahan tersebut maka solusi perancangan yang akan dibuat berupa strategi komunikasi kepada masyarakat Kota Bandung melalui upaya komunikasi pemasaran terpadu, Komunikasi pemasaran terpadu, yang dimaksud merupakan proses komunikasi pesan yang mengarahkan pada gagasan ide kreatif besar yang dianggap benar sesuai keadaan karakteristik merek (Rangkuti, 2009, h.29). Dengan tujuan memperkenalkan kepada masyarakat Kota Bandung khususnya para pelajar di Kota Bandung mengenai program Barli *artschool* yang ditawarkan museum Barli secara menarik dan informatif melalui media video iklan. Menurut Shimp, (2003) secara umum periklanan mempunyai fungsi komunikasi yang paling penting bagi perusahaan bisnis dan organisasi lainnya seperti memberi informasi, mempersuasi, mengingatkan, memberikan nilai tambahan, mendampingi yang memfasilitasi upaya lain.