

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang Masalah**

Museum adalah Institusi yang Mempersembahkan koleksi benda-benda alami, Sejarah, Budaya atau Seni, dan membuatnya tersedia untuk Publik untuk dipelajari, dinikmati, dan diapresiasi. Menurut ICOM (*International Council of Museums*), Museum didefinisikan sebagai "sebuah institusi permanen tanpa tujuan menghasilkan keuntungan yang mengumpulkan, menyimpan, merawat, mengolah, mengkomunikasikan, dan memajang benda-benda fisik dari nilai signifikan bagi masyarakat, dengan tujuan memperbaiki pemahaman masyarakat tentang diri dan dunia." Maka dari itu bisa kita lihat Museum Galeri Nasional Indonesia mempunyai beberapa koleksi Seni Rupa yang dimiliki oleh Museum ini, serta kegiatan yang dilakukan oleh Museum dalam mengembangkan dan melestarikan Seni Rupa Indonesia. Selain itu Museum Galeri Nasional Indonesia tidak hanya menampilkan Seni Rupa saja tetapi menampilkan beberapa seni lainnya seperti bangunan-bangunan arsitektur dari museum tersebut dan masih banyak lagi (Purwanto et al., 2022)

Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta sebagai lembaga kebudayaan yang berfokus pada Seni Rupa Indonesia memainkan peran penting dalam melestarikan, mempromosikan, dan mengembangkan Seni Rupa di Indonesia. Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta telah

lama menjadi tempat penyimpanan koleksi Seni Rupa Nasional, yang meliputi Lukisan, Patung, Grafik, Seni Rupa Terapan, dan Seni Instalasi.

Namun, meskipun Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta memiliki koleksi Seni Rupa yang sangat berharga, jumlah pengunjung yang datang ke Museum ini masih relatif rendah. Salah satu faktor yang mempengaruhi hal ini adalah kurangnya daya tarik dan inovasi dalam pameran Seni Rupa yang dipamerkan oleh Museum. Untuk mengatasi masalah ini, Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dapat mempertimbangkan untuk mengimplementasikan Teknologi *Augmented reality* (AR) dalam pameran seni rupa mereka. *Augmented reality* (AR) adalah Teknologi yang memungkinkan pengguna untuk mengalami realitas yang ditingkatkan dengan menambahkan objek virtual yang dihasilkan komputer ke dunia nyata.

Dalam Era Modern ini, Media Digital telah menjadi kebutuhan penting bagi Manusia. Hal ini dikarenakan kemampuan Media Digital yang luar biasa dalam memudahkan penerimaan dan pengiriman informasi. Media Digital dapat membantu kita mengakses informasi secara cepat dan mudah, dari mana saja dan kapan saja. Kemampuan Media Digital untuk menyajikan informasi dengan cara yang menarik juga sangat penting. Informasi yang disajikan dengan cara yang menarik akan lebih mudah diingat oleh masyarakat awam. Oleh karena itu, para pembuat konten digital harus memastikan bahwa informasi yang disajikan memilih kualitas yang baik dan menarik bagi Audiens.

Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta merupakan salah satu dari beberapa Museum yang sudah menggunakan Teknologi *Augmented Reality* (AR) ini, karena bisa dilihat tidak semua dari Museum Galeri Nasional sudah menggunakan dan menerapkan Teknologi terbaru ini dengan adanya penggunaan Teknologi *Augmented Reality* (AR), bisa dilihat sebelum menggunakan dan menerapkan teknologi *Augmented Reality* (AR) ini memberikan kesan monoton dan kurangnya minat pengunjung. Bedanya dengan sesudah menggunakan teknologi *Augmented Reality* (AR) memberikan Minat Pengunjung yang baik dan lebih menarik, penggunaan teknologi *Augmented Reality* (AR) ini sudah digunakan selama 2-3 Bulan dan itu memberikan efek yang baik kepada pengunjung dan juga pihak Museum.

Menurut (Brata & Brata, 2018), seorang ahli Museum, teknologi *Augmented reality* (AR) dapat membantu Museum untuk lebih menarik Minat Pengunjung, terutama dari kalangan muda yang lebih menggemari teknologi. Selain itu, menurut Peter Samis, seorang kurator Museum, teknologi *Augmented reality* (AR) juga dapat membantu pengunjung untuk lebih memahami dan menghargai karya Seni Rupa yang dipamerkan. Sesuai dengan pengertian komunikasi Pemasaran rencana yang dirancang untuk mengarahkan pesan komunikasi kepada khalayak sasaran dengan tujuan mencapai hasil pemasaran yang diinginkan. Strategi Komunikasi Pemasaran ini melibatkan pemilihan saluran komunikasi yang tepat, pengembangan pesan yang efektif, serta pengaturan waktu dan frekuensi komunikasi.

komunikasi Pemasaran yang dapat dilakukan di Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dalam meningkatkan minat Pengunjung dengan menggunakan teknologi *Augmented reality* (AR) dalam pameran Seni Rupa ada beberapa strategi komunikasi Pemasaran yang bisa dilakukan yaitu seperti, Promosi melalui Media Sosial dan Website Museum dapat memanfaatkan Media Sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk mempromosikan pameran Seni Rupa yang menggunakan teknologi *Augmented reality* (AR). Museum juga dapat meng-update informasi tentang pameran dan teknologi *Augmented reality* (AR) melalui website resmi mereka. Penggunaan QR code Museum dapat memasang QR code di dekat karya seni rupa yang menggunakan teknologi *Augmented reality* (AR), sehingga pengunjung dapat dengan mudah mengakses informasi lebih lengkap tentang karya seni tersebut melalui smartphone mereka. Penggunaan Audioguide Museum dapat menyediakan Audioguide yang menggunakan teknologi *Augmented reality* (AR), sehingga pengunjung dapat mendengarkan informasi tentang karya Seni Rupa yang sedang mereka lihat dengan lebih detail dan menarik. Penyelenggaraan workshop Museum dapat menyelenggarakan workshop atau pelatihan tentang teknologi *Augmented reality* (AR) dan pameran Seni Rupa kepada masyarakat, terutama siswa atau mahasiswa yang berminat dalam Seni Rupa dan teknologi (Ghouaiel et al., 2017).

Minat Pengunjung terhadap teknologi *Augmented reality* (AR) dapat disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk keinginan untuk pengalaman

yang lebih interaktif dan mendalam, rasa ingin tahu tentang teknologi terbaru, dan kebutuhan untuk meningkatkan daya tarik acara atau tempat wisata. Dengan memanfaatkan teknologi *Augmented Reality* (AR), pengunjung dapat berpartisipasi dalam aktivitas yang lebih menarik, seperti berburu harta karun virtual atau mengikuti tur interaktif (Singhal et al., 2012)

Tidak hanya itu Implementasi teknologi *Augmented reality* (AR) pada pameran Seni Rupa dapat memiliki dampak yang signifikan pada minat pengunjung, *Augmented Reality* (AR) juga memungkinkan pengunjung untuk terlibat secara aktif dalam pengalaman Seni Rupa. Pengunjung juga sangat interaktif dan mengubah cara mereka berinteraksi dengan karya Seni. Dengan teknologi *Augmented reality* (AR), karya Seni jadi lebih menarik dan menantang bagi pengunjung dan memberikan pengalaman yang lebih mendalam.

Menurut sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Lin et al., 2019), mengenai dampak teknologi *Augmented reality* (AR) pada minat pengunjung dalam pameran Seni Rupa, ditemukan bahwa penggunaan teknologi *Augmented reality* (AR) dalam pameran Seni Rupa dapat meningkatkan minat pengunjung untuk melihat karya Seni lebih lanjut. Selain itu, teknologi *Augmented reality* (AR), juga dapat meningkatkan pemahaman pengunjung tentang karya Seni dan menciptakan pengalaman yang lebih menarik bagi mereka.

Penelitian yang sama juga menemukan bahwa penggunaan teknologi *Augmented reality* (AR) dalam pameran Seni Rupa dapat meningkatkan minat pengunjung dalam membeli karya Seni. Hal ini terjadi karena teknologi *Augmented reality* (AR) dapat membantu pengunjung untuk melihat karya Seni dalam lingkungan yang lebih realistis, sehingga mereka dapat memahami karya Seni dengan lebih baik dan membuat keputusan pembelian yang lebih informatif (Lin et al., 2019)

Seiring dengan kemajuan teknologi, pengunjung kini cenderung mencari pengalaman yang lebih interaktif dan mendalam ketika mengunjungi Museum dan Galeri Seni Rupa. Museum dan Galeri Seni Rupa di Indonesia juga mengalami tantangan dalam mempertahankan minat pengunjung dan menarik generasi muda yang lebih suka menghabiskan waktu mereka di media sosial dan perangkat digital lainnya. Dalam rangka mengatasi tantangan ini, teknologi *Augmented reality* (AR) dapat digunakan untuk meningkatkan pengalaman pengunjung dalam mengunjungi pameran Seni Rupa. *Augmented reality* (AR) memungkinkan pengunjung untuk mengalami karya Seni secara lebih interaktif dan mendalam, serta memberikan penjelasan tambahan dan informasi lebih tentang karya Seni dan pengarangnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dapat mengimplementasikan teknologi *Augmented reality* (AR) dalam strategi komunikasi Pemasarannya untuk meningkatkan minat pengunjung pada pameran seni rupa. Penelitian ini juga

bertujuan untuk mengetahui pendapat pengunjung tentang penggunaan teknologi *Augmented reality* (AR) dalam pameran Seni Rupa dan dampaknya pada pengalaman pengunjung. Dari pemaparan diatas, peneliti tertarik terhadap kasus yang diangkat yaitu mengenai minat pengunjung Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta terhadap teknologi *Augmented Reality* (AR), Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta Melalui Implementasi Teknologi *Augmented Reality* dalam Meningkatkan Minat Pengunjung pada Pameran Seni Rupa (Studi Deskriptif mengenai Strategi Komunikasi Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta melalui Implementasi Teknologi *Augmented Reality* dalam meningkatkan minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa).**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang Masalah diatas maka peneliti telah merumuskan masalah dalam penelitian ini, terbagi menjadi rumusan masalah makro dan rumusan masalah mikro:

### **1.2.1 Rumusan Masalah Makro**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan inti dari permasalahan dalam penelitian ini kedalam rumusan masalah makro yaitu, Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta untuk mengimplementasikan

teknologi Augmented reality dalam pameran seni rupa dan meningkatkan minat pengunjung pada pameran Seni rupa?

### **1.2.2 Rumusan Masalah Mikro**

Berdasarkan Rumusan Masalah Makro diatas, Maka peneliti merumuskan masalah Mikro sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi **Periklanan** yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dalam meningkatkan minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa?
2. Bagaimana Strategi **Pemasaran Personal** yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dalam meningkatkan minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa?
3. Bagaimana Strategi **Publisitas** yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dalam meningkatkan minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa?
4. Bagaimana **Daya Tarik** yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dalam meningkatkan minat pengunjung di Pameran seni Rupa?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini, Untuk mengetahui dan menggambarkan secara langsung dan menceritakan bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta melalui



implementasi Teknologi Augmented Reality dalam meningkatkan minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa.

#### **1.3.1.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas maka tujuan yang akan dihasilkan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Strategi **Periklanan** yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dalam meningkatkan minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa
2. Untuk mengetahui Strategi **Pemasaran Personal** yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dalam meningkatkan minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa
3. Untuk mengetahui Strategi **Publisitas** yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dalam meningkatkan minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa
4. Untuk mengetahui **Daya Tarik** yang dilakukan oleh Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta dalam meningkatkan minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan ilmu yaitu baik ilmu komunikasi secara umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pencerahan

terutama mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta Melalui Implementasi Teknologi *Augmented Reality* (AR) dalam meningkatkan Minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa. Informasi dan pengetahuan ini dapat menjadi bahan untuk menambah referensi dalam bidang ilmu pengetahuan, khususnya dalam pengetahuan Ilmu Komunikasi.

#### **1.4.1 Kegunaan praktis**

Adapun hasil penelitian secara praktis, diharapkan dapat memberikan suatu masukan yang dapat diaplikasikan dan menjadi pertimbangan. Dan kegunaan secara praktis penelitian ini sebagai berikut:

##### **1. Kegunaan Bagi Peneliti**

Peneliti dapat menambah pengetahuan serta pemahaman yang berhubungan dengan Strategi Komunikasi Museum Galeri Nasional Indonesia Jakarta Melalui Implementasi Teknologi *Augmented Reality* (AR) dalam meningkatkan Minat pengunjung pada Pameran Seni Rupa. Selain itu dapat meningkatkan kompetensi didalam bidang penelitian.

##### **2. Kegunaan Bagi Akademik**

Kegunaan penelitian ini berguna bagi mahasiswa universitas komputer Indonesia Bandung secara umum, dan mahasiswa program ilmu komunikasi secara khusus, sebagai literatur terutama mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama.

### 3. Kegunaan Bagi Museum Galeri Nasional Indonesia

Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat bahwa di Museum Galeri Nasional Indonesia ini tidak hanya menampilkan beberapa seni rupa dengan secara langsung saja, tetapi bisa menggunakan teknologi terbaru yaitu dengan menggunakan *Augmented Reality* (AR) sehingga dapat meningkatkan daya tarik.