BAB 2. PERANCANGAN PROMOSI MUSEUM BENTENG HERITAGE

II.1. Promosi

Promosi adalah kegiatan perusahaan yang menyebar luaskan arus informasi agar target *audience* terus mengingatnya sehingga timbul keinginan konsumen untuk mencoba dan mengunjungi perusahaan. Walaupun promosi sering dihubungkan dengan penjualan tetapi kenyataanya promosi mempunyai arti yang lebih luas dari pada penjualan, sedangkan promosi adalah tujuan untuk memberitahukan, membujuk atau mempengaruhi konsumen untuk berkunjung ke suatu tempat tersebut.

Adapun definisi pengertian promosi adalah sebagai berikut :

- Promosi adalah semua yang dilakukan untuk membantu memberitahukan suatu perusahaan ditiap jaringan, mulai dari bahan-bahan media yang digunakan sampai mengetahui hingga media sosial agar memporoleh pesan yang meluas.
- Promosi adalah bersangkutan dengan metode komunikasi yang ditujukan kepada target *audience* tentang perusahaan.

Promosi meliputi semua alat dalam kombinasi pemasaran yang peran utamanya adalah untuk mengadakan komunikasi yang sifatnya memujuk promosi merupakan suatu proses komunikasi dari penyampaian, amanat atau berita tentang produk atau perusahaan.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi adalah usah-usaha yang dilakukan oleh perusahaan yang dihasilkan untuk menyampaikan berita yang dihasilkan yang sifatnya membujuk.

II.2 Etnis Tionghoa Tangerang

Menurut Wahidin Halim (2005 hal.21). Pemukiman etnis Tionghoa di kawasan Tangerang sudah ada sejak beberapa abad lalu. Menurut penulis Portugis, Tome Pires, etnis China di Tangerang ada sejak tahun 1513. Kehadiran etnis Cina di Tangerang sudah ada jauh sebelum Belanda datang ke Indonesia. Pada tahun 1407, sebuah perahu dari Cina memuat sekitar 100 orang terdampar di muara Sungai Cisadane. Rombongan itu dipimpin Tjen Tjie Lung atau Halung. Pada saat itu, wilayah tersebut dikuasai Sanghyang Anggalarang dari Kerajaan Pajajaran.

Dalam parahu itu ada gadis cantik. Sanghyang Anggalarang mempersuntingnya dengan kompensasi sembilan bidang tanah, sejak saat itu muncul peranakan China dikawasan Tangerang semakin meluas. Namun di tahun 1740, keturunan etnis Tionghoa ini mulai menyebar ke beberapa daerah seperti Pondok Cabe, Pondok Pinang, Pondok Aren dan Telaga Pasir.

Etnis Tionghoa di Tangerang disebut China Benteng karena wilayah etnis Tionghoa berada di pemukiman dekat benteng Belanda. Kedatangan etnis Cina Benteng di Tangerang sudah memberi warna pada masyarakat lokal, dan memiliki budaya percampuran dengan masyarakat lokal. Masyarakat Cina Benteng masih membaur di kawasan Pasar Lama Tangerang, etnis Cina Benteng bahkan sudah menjadi *icon* dari Pasar Lama kota Tangerang yang menjadi pemungkiman tempat tinggal maupun berjualan di kawasan Pasar Lama Tangerang.

Sejarah Tionghoa Tangerang sulit dipisahkan dengan kawasan Pasar Lama, merupakan permukiman pertama masyarakat Tionghoa di sana. Pasar Lama merupakan sebuah kawasan pencinan yang terletak di Kota Tangerang, letaknya bersebelahan dengan sungai Cisadane dan jalan yang identik dengan Pasar Lama adalah jalan Kisamaun. Jalan ini adalah pintu masuk jika mulai menjelajah Pasar Lama itu sendiri. Dijalan Kisamaun ada jalan langsung masuk menuju Pasar Tradisional yang membuat kawasan ini memiliki nama Pasar Lama. Di Pasar Lama ini dapat ditemukan banyak hal. Tidak hanya kebutuhan pokok dan berbagai makanan saja tapi ada juga kelenteng tertua dan bangun bersejarah. Di kawasan Pasar Lama ini banyak rumah penduduk etis Tionghoa dan memiliki bangunan arsitek Cina pada zaman dulu.



Gambar II.1 Pasar Lama Tangerang
(Sumber Gambar : Dokumentasi Pribadi 1 April 2016)

II.3 Museum

Menurut Departemen Pendidikan Kebudayaan dan Dirjen kebudayaan (1993 hal.15), Pengertian museum seperti yang telah dirumuskan oleh *ICOM (International Council of Museums)* yaitu, suatu badan kerjasama professional di bidang permuseuman yang didirikan oleh kalangan profesi permuseuman dari seluruh dunia, ialah :

Museum adalah sebuah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat, dan terbuka untuk umum, yang mengumpulkan, merawat dan memamerkan, untuk tujuan penelitian, pendidikan, dan lingkungan.

Dengan berbagai definisi diatas dapat disimpulkan museum merupakan sebuah wadah yang menyediakan, menyimpan, merawat dan mengumpulkan koleksi benda yang menjadi bukti bagi manusia dan lingkungannya. Museum pun memiliki sifat yang tetap dan dalam keberadaanya, museum bersifat tidak mencari keuntungan (non profit) semata-mata hanya untuk menjadi wadah dalam melanjutkan informasi kepada masyarakat agar tidak punah.

II.3.1 Macam-Macam Museum

Menurut Departemen Pendidikan Kebudayaan Dirjen Kebudayaan (1993 hal.36). Kategori museum berdasarkan jenis benda koleksi :

- Museum Umum

  Museum yang koleksinya terdiri dari kumpulan bukti material manusia dan lingkunganya, yang berkaitan dengan berbagai cabang seni, disiplin ilmu dan teknologi.
- Museum Khusus

  Museum yang koleksinya terdiri dari kumpulan bukti material manusia dan lingkungannya, yang berkaitan dengan satu cabang seni, satu cabang ilmu atau satu cabang teknologi.

Museum merupakan salah satu tempat penyimpanan benda-benda yang mempunyai nilai sejarah yang dijaga keberadaanya, karena museum ini merupakan tempat yang harus diperhatikan dan dijaga. Salah satu museum yang berada di Tangerang yaitu Museum Benteng Heritage yang termasuk dalam kategori museum khusus dimana museum ini menyimpan bukti-bukti masuknya etnis Tionghoa ke Indonesia tepatnya di Tangerang.

II. 3.2 Museum Benteng Haritage

Museum dengan bangunan berarsitektur Tiongkok yang memiliki nilai sejarah warisan budaya peranakan Tionghoa Tangerang. Museum Tionghoa ini belum pernah dibuat sebelumnya di Indonesia, bisa dibilang bahwa Museum Benteng Haritage adalah pelopor museum yang mengambil tema tentang warisan sejarah peranakan etnis Tionghoa di Indonesia. Museum ini akan mengingatkan pengunjungnya bahwa peranakan Tionghoa telah ikut memperkaya budaya nasional Indonesia sejak ratusan tahun.

Museum Benteng Heritage merupakan hasil restorasi sebuah bangunan tua beraksitektur tradisional Tionghoa yang dibangun pada sekitar abad ke 17 dan merupakan bamgunan tertua di Kota Tangerang. Bangunan ini diresmikan menjadi Museum Benteng Heritage pada pukul 20 : 11 wib, tanggal 11 bulan 11 tahun 2011. Bangunan yang berada di tengah Pasar Lama ini, memiliki dua tingkat. Lantai satu museum dijadikan sebagai restoran, penjualan suvenir, dan sebagainya. Sedangkan di lantai dualah berbagai artefak-artefak koleksi museum. Museum ini menyimpan berbagai barang yang berkaitan dengan sejarah etnis Tionghoa di Indonesia serta berbagai artefak yang menjadi saksi bisu masa lalu.

Museum Benteng Heritage dikelolah secara swadana oleh pemilik tunggal dan koleksinya berasal dari koleksi pribadi serta sumbangan dari warga sekitar Tangerang.



Gambar II.2 Tampak Depan Museum Benteng Heritage
(Sumber Gambar : Dokumentasi Pribadi 1 April 2016)



Gambar II.3 Tampak Pintu Masuk Museum Benteng Heritage
(Sumber Gambar : Dokumentasi Pribadi 1 April 2016)



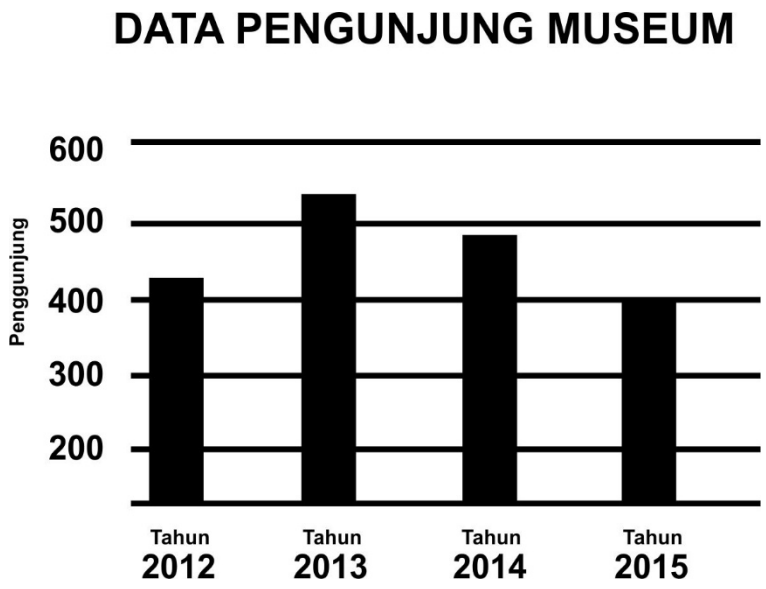
Gambar II.4 Tampak Dalam Museum Benteng Heritage
(Sumber Gambar : http://www.bentengheritage.com/site/galeri-foto/nggallery/galeri-foto/interior 1 April 2016)

II.3.3 Profil Museum

Nama Perusahaan	: Museum Benteng Heritage
Pendiri	: Hudaya Halim
Jam Buka dan Tutup	: Selasa - Minggu 09.00 sampai 18.00 WIB
Tiket Masuk	: 25 ribu / orang
Alamat Perushaan	: Jl. Cilema No. 18/20, Pasar Lama – Kota Tangerang 15111, Banten.
Telepon / Fax	: +62 21 55791139
Email	: info@bentengheritage.com

II.3.4 Data Pengunjung Museum Benteng Heritage

Terlihat dari jumlah pengunjung yang cenderung mengalami penurunan jumlah pengunjung setiap tahunnya, adanya indikasi penurunan jumlah pengunjung dapat dilihat darin table data jumlah pengunjung berikut :



Tabel II.1 Jumlah Pengunjung Museum tahun 2012-2015
(Sumber : Buku Data Pengunjung Museum Benteng Heritage 1 April 2016)

Dari data yang didapat dari Museum Benteng Heritage memiliki penurunan dari jumlah pengunjung, hal ini disebabkan oleh responden atau masyarakat umum yang berpotensi menjadi wisatawan atau pengunjung disebabkan karena kurangnya pemberitahuan atau promosi tentang Museum Benteng Heritage. Dari pihak Museum Benteng Heritage sendiri tidak mengadakan sebuah kegiatan pemasaran secara maksimal dan kurangnya promosi terhadap Museum Benteng Heritage kepada masyarakat kota Tangerang, yang memnyebabkan turunya data pengunjung yang datang ke Museum Benteng Haritage hal ini berdampak kepada nilai-nilai sejarah yang ada di Museum Benteng Heritage yang sudah menjadi bagian dari budaya Kota Tangerang.

II.4 S.W.O.T

Analisa SWOT dimaksudkan untuk memperjelas semua kekuatan dan kelemahan.

	Museum Benteng Heritage	Museum Tionghoa TMII
S	- Memiliki sejarah yang menjadi bukti dari nilai-nilai budaya kehidupan Cina Benteng yang telah menjadi bagian dari sejarah Kota Tangerang	-Berwisata ditaman perkampungan Tionghoa mengenai sejarah masuknya etnis Tinghoa ke Nusantara
W	-Akses ke museum sangat sulit karena berada didalam pasar tradisional dan lingkungan di museum terkesan kotor -Kurangnya informasi terhadap museum	-wisatawan Museum Tionghoa Tmii lebih menarik ke tamannya dibandingkan mengenal sejarahnya
O	-Belum adanya petunjuk arah menuju museum -Kurangnya media promosi kepada masyarakat khususnya di kota Tangerang	-
T	-Banyaknya promosi menuju museum lain yang lebih mudah untuk dikunjungi dan menarik wisatawan -Kurangnya perhatian umum terhadap museum yang merupakan saksi dari nilai nilai sejarah etnis Cina Benteng yang telah menjadi sejarahnya Kota Tangerang	-Tempat museum sering digunakan untuk suthing sinetron, sehingga masyarakat tidak mengetahui nilai dari sejarahnya yang ada dimuseum

Tabel II.2 SWOT
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 5 juli 2016)

II.5 5W+1H

Analisis ini digunakan untuk mengetahui kemana arah perancangan media promosi ini. Analisis yang dilakukan yaitu :

- Apa *(What)*

  Museum Benteng Heritage yang berada di tengah pasar tradisional di Pasar Lama Kota Tangerang.

- Siapa *(Who)*

  Target sasaran dari promosi ini ditujukan kepada mahasiswa dan pelajar.

- Mengapa *(Why)*

  Media promosi pada museum Benteng Heritage ini penting karena suatu informasi yang mempromosikan tempat museum membantu para pengunjung semakin mengenal bahwa di Museum Benteng Heritage memiliki nilai sejarah kebudayaan yang penting untuk di pelajari.

- Dimana *(Where)*

  Media promosi disebarkan di sekolah, kampus, dan dipusat keramaian Kota Tangerang.

- Kapan *(When)*

  Penyebaran media promosi akan di mulai dari bulan september.

- Bagaimana *(How)*

  Media promosi ini akan di sebarkan disekolah, kampus-kampus, dan dipusat keramaian Kota Tangerang.

II.6 Khalayak

Kelompok sasaran dipilih berdasarkan uraian secara spesifik dari sumber data yang telah diperoleh berupa:

1. Demografis

   Pengelompokan target pasar berdasarkan usia rata-rata, jenis kelamin dan tingkat sosial ekonomi:

   - Pria dan Wanita
   - Remaja dan Dewasa
   - Pelajar dan mahasiswa
   - Status ekonomi : menengah dan menengah keatas.

2. Geografis

   Segmentasi perancangan brosur adalah masyarakat yang berada di Tangerang dan sekitarnya. Alasannya karena ingin menunjukan kepada masyarakat khususnya di Tangerang bahwa di Museum Benteng Heritage memiliki sejarah penting yang telah menjadi bagian sejarah Kota Tangerang

3. Psikografis

   Dilihat dari segmentasi yang terurai diatas maka dapat disimpulkan bahwa target sasaran dari perancangan media promosi ini adalah pelajar, mahasiswa dan lanjut usia dengan kisaran usia 15 – 45 tahun yang mempunya kegiatan, setiap harinya belajar dan peduli akan kelestarian budaya bangsa.

II.7 Khalayak Sasaran

1. *Consumer Insight*

Ipan Pranashakti. (2012). *Consumer Insight* adalah upaya menangkap kebutuhan konsumen. Dalam perkembangannya *consumer insight* jadi tempat berpijak untuk

mambangun inovasi dalam dunia usaha, terutama bisnis yang fokus mempromosikan. *Audience* utama media ini adalah pelajar dan mahasiswa diwilayah Banten, Jakarta, dan Jawa Barat dan khususnya di Kota Tangerang. Namun tidak menutup kemungkinan perancangan ini akan mempengaruhi masyarakat selain target *audiens*.

Berikut *insight* dari *audiens*:

- Rasa ingin mengetahui
- Rasa ingin mencoba
- Terbuka serta mengikuti perkembangan terhadap keragaman budaya, sejarah, dan teknologi baru
- Eksistensi menjadi prioritas
- Fokus terhadap pelajaran

2. *Cunsumer Jurney*

Waktu	**Aktivitas Pengunjung**	**Tempat**	***Point Of Contact***
07.00-14.00	Mandi pagi, sarapan, belajar, Perjalanan Sekolah	Kamar,kamar mandi, ruang kelas	Handphone, Brosur, flyer, poster
14.0016.00	Makan siang, pulang sekolah, tidur siang	kantin, jalan, kamar	Handphone, poster, media sosial
16.00-19.00	Mandi sore, belajar	Kamar mandi, tempat eles,	Brosur, Handphone, poster
20.00-	Makan malam, istirahat, tidur	Rumah, kamar	Brosur, Flayer Handphone

Tabel II.3 *Cunsumer Jurney*
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 1 April 2016)

II.8 Analisis

Setelah data primer dan sekunder dianalisis, maka masalah yang didapati terhadap Museum Benteng Heritage adalah kurangnya promosi tentang Museum Benteng Heritage. Jika masalah ini tidak diatasi, maka masyarakat Kota Tangerang tidak akan mengenal dan mengetahui nilai-nilai sejarah yang ada di Museum Benteng Heritage karena sejarah Tionghoa Tangerang sudah menjadi bagian kebudayaan Kota Tangerang.

II.9 Resume Dan Solusi

Dari permasalahan yang telah dijabarkan pada analisa, maka solusi untuk mengatasinya adalah dengan cara mempromosikan kepada target *audience* agar dapat mengetahui sejarah masuknya etnis Tionghoa ke Tangerang yang ada di Muaeum Benteng Heritage. Media untuk menyampaikan akan mengunakan media brosur. Media tersebut sangat baik untuk mempromosikan serta membantu pengunjung dan masyarakat untuk mengetahui nilai sejarah yang ada di museum karena sejarah tersebut adalah bagian dari budaya masyarakat Tangerang. Dengan adanya promosi tersebut masyarakat akan mudah mengetahui tentang nilai sejarah etnis Tionghoa yang sudah menjadi bagian budaya Kota Tangerang.