BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Museum sebagai salah satu media pelestarian dan informasi benda warisan budaya dan ilmu pengetahuan sangat berpotensi untuk mendukung berkembangnya dunia kepariwisataan khususnya wisata budaya. Sejalan dengan kebijakan pemerintah Propinsi DKI Jakarta yang berusaha menjadikan Jakarta sebagai Kota Jasa dan Daerah Tujuan Wisata maka Museum milik Pemerintah Propinsi DKI Jakarta perlu mendukung kebijakan tersebut dengan melengkapi sarana informasi dan publikasi yang diperlukan. Sayangnya museum di Indonesia masih jauh dari standar museum internasional. Hal seperti buruknya pemeliharan fasilitas gedung, kurangnya *sign system* serta sistem penerangan, hingga kebersihan akan koleksi-koleksi museum masih menjadikan museum di Indonesia khususnya di Jakarta yang dikenal sebagai propinsi yang paling banyak memiliki museum, menjadi tempat yang tidak menyenangkan.

Sebuah museum yang baik adalah dimana museum tidak hanya sebagai tempat rekreasi, tetapi menjadi tempat interaksi dimana pengunjung mendapatkan pengalaman yang tak terlupakan saat berada di dalam museum.

1.2 Ruang Lingkup Tugas Akhir

Sebagai salah satu membangun branding Museum di Jakarta, diperlukan sebuah promosi yang dapat menjangkau target market. Terutama untuk generasi muda, oleh karena itulah diperlukan adanya promosi yang mampu bersifat persuasif agar merubah pandangan bahwa museum bukan sekedar tempat mempelajari sejarah. Dalam kaitannya dengan bidang studi Desain Komuniksai Visual maka diperlukan suatu branding untuk dapat mengkomunikasikannya dan salah satunya adalah dalam bentuk buku.

Ruang lingkup museum di dalam buku ini adalah mengangkat museum-museum yang selama ini berada di bawah penanganan Dinas Musuem dan Pemugaran DKI Jakarta yaitu berjumlah total 7 museum, yaitu:

- Museum Sejarah Jakarta.
- Museum Seni Rupa dan keramik.
- Museum Wayang
- Museum Bahari
- Museum Tekstil
- Museum Prasasti
- Museum Joang 45