

PENGEMBANGAN MEDIA PUBLIKASI MUSEUM SISA HARTAKU

Citra Dewi Utami

Jurusan Film dan Televisi, Fakultas Seni Rupa dan Desain, ISI Surakarta

Anung Rachman

Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, ISI Surakarta

Nerfita Primadewi S.Sn., M.Sn.

Jurusan Film dan Televisi, Fakultas Seni Rupa dan Desain, ISI Surakarta

Abstract

The aim of the Community Services Group Program is to increase the number of visits penginformasian through Sisa Hartaku and marketing globally Museum. Forms of development activities carried out in the form of media publicity in the form of websites. Training provided to support these activities in the form of workshops pengoperasiaan camera, online article writing workshops, workshop development and maintenance of websites. Subject training on this program are the members of the group manager of the museum and gift shop. The method used in the training is through discussion and practice. Through this training is expected to provide a solution to the problem petrified low levels of traffic in Sisa Hartaku Museum. The training lasted for eight sessions, with training materials through the planning, preparation, manufacture, testing and maintenance. Form of training starts from the discussion of the expected material related publications by program partners. Mount Merapi and Wedhus Gembel (Cloud Heat) selected as manifested in the form of brand and logo. Brand is an important guide in this publication media development program. Partners are expected to recognize the special characteristics of business and then used as an attraction for the public. So that potential visitors would come to the rest of my possessions Museum directly after getting information via the website www.sisahartaku.com. Training results indicate that the importance of website ownership for driving the business at this time. Website created quite informative and was able to increase the number of visitors to the Museum. Approximately thirty percent increase in the number of visits made media than pre- publication can be achieved. This has an impact on increasing the number manually souvenir product sales amounted to one hundred percent, but it has not happened yet online transactions during the execution of programs.

Key words : *website, museum, Merapi, Wedus Gembel*

PENDAHULUAN

Museum *Sisa Hartaku* mulai dirintis dua minggu setelah terjadinya erupsi gunung Merapi

terparah pada tanggal 5 November 2010. Peristiwa tersebut telah mengakibatkan banyak kerugian secara ekonomi khususnya bagi masyarakat dusun Petung, kelurahan Kepuharjo, kecamatan

Cangkingan, kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Dusun yang hanya berjarak 3 km dari puncak Merapi. Pendirinya adalah Sriyanto dan Wati, anak dan ibu yang tempat tinggal beserta harta bendanya telah menjadi korban erupsi gunung Merapi tahun 2010 lalu. Museum tersebut ditujukan untuk mengenang peristiwa sejarah erupsi gunung Merapi serta kedasyatan awan panas Wedhus Gembel.

Secara administrasi Desa Kepuharjo terletak di Kecamatan Cangkingan Kabupaten Sleman dengan batas sebelah utara yaitu Taman Nasional Gunung Merapi sebelah selatan yaitu Desa Wukirsari, sebelah barat yaitu dengan Desa Umbulharjo, serta sebelah timur dengan Desa Glagaharjo. Lokasi Desa Kepuharjo yang berada sekitar 7 Km arah Utara Kecamatan Cangkingan dan 27 Km arah timur laut Ibukota Sleman memiliki aksesibilitas baik, mudah dijangkau dan terhubung dengan daerah-daerah lain di sekitarnya oleh jalur transportasi jalan raya. Wilayah Desa Kepuharjo secara geografis berada di koordinat $07^{\circ}40'42.7''\text{LS}$ - $07^{\circ}43'00.9''\text{LS}$ dan $110^{\circ}27'59.9''\text{BT}$ - $110^{\circ}28'51.4''\text{BT}$. Dilihat dari topografi, ketinggian wilayah Kepuharjo berada pada 600 - 1200 m ketinggian dari permukaan air laut dengan curah hujan rata-rata 2500 mm/ tahun, serta suhu rata-rata per tahun adalah $16-17^{\circ}\text{C}$. Desa Kepuharjo dilalui Sungai Gendol yang berbatasan dengan Desa Glagaharjo di sebelah timur sebagai penyedia pasir dan batu yang terbawa oleh banjir ketika puncak Merapi turun hujan.

Peristiwa erupsi gunung Merapi pada tahun 2010 telah menjadikan jalanan rusak parah dan dipenuhi oleh pasir, sehingga sulit untuk dilalui. Kerusakan diperparah oleh aktivitas penambangan yang melibatkan kendaraan berat. Lalu lalang kendaraan berat yang memuat pasir dan batuan vulkanik dalam jumlah besar dan waktu yang lama telah memberikan kontribusi terkikisnya aspal jalan. Jalanan tersisa bebatuan yang tidak rata serta tertutup oleh pasir. Saat hujan turun jalanan menjadi licin dan cukup berbahaya jika dilalui oleh kendaraan yang tidak dalam kondisi prima serta pengendara

yang tidak berpengalaman. Oleh sebab itulah, diinisiasi penyediaan kendaraan *Hardtop* dan *Jeep* untuk kepentingan wisata.

Secara umum masyarakat Desa Kepuharjo mengandalkan hidup dari sektor pertanian, peternakan, galian C dan sebagian kecil wiraswasta dan PNS. Wilayah Desa Kepuharjo terdiri dari 8 padukuhan yaitu Kaliadem, Jambu, Petung, Kopeng, Batur, Pagerjurang, Kepuh, Manggong. Pemetaan pekonomian masyarakat berubah setelah peristiwa erupsi dasyat tahun 2010. Masyarakat hingga saat ini tinggal di penampungan sementara, namun tetap bekerja di siang hari di lokasi tanah garapan di area bekas bencana. Hal ini disebabkan belum ada kembali aliran listrik secara normal sehingga membutuhkan biaya besar untuk mendapatkannya.

Potensi wilayah Desa Kepuharjo dengan lahan seluas 875 Ha terbagi dalam beberapa peruntukan seperti bangunan umum, jalan, ladang, permukiman, pekuburan, tempat wisata, Lapangan Golf, lapangan olah raga, dan lain-lain. Luas lahan yang diperuntukkan bangunan umum adalah seluas 1.6880 Ha, jalan sepanjang 5.2237 ha sawah (-) tegalan seluas 260.3075 Ha, permukiman seluas 1.060 Ha, Pekarangan 188.1100 ha pekuburan dan Sultan Ground (SG) seluas 7.4450 Ha, dan peruntukkan lain-lain termasuk lapangan olahraga seluas 1.2000 m². Jumlah permukiman yang tidak terlalu banyak, menjadi berkurang drastis oleh bencana awan panas Wedhus Gembel. Bangunan perumahan dan fasilitas umum terbakar hingga hanya menyisakan puing-puing. Untuk itulah, dibutuhkan bantuan bagi masyarakat khususnya di dusun Petung guna kembali bangkit menghidupkan dinamika sosial dan ekonominya. Salah satu usaha yang telah dimulai adalah pembukaan area bencana menjadi sebuah kawasan wisata.

Para warga di beberapa dusun di kelurahan Kepuharjo telah merancang tour-tour wisata bencana melalui paket Perjalanan Merapi menggunakan transportasi mobil *Hardtop*. Paket yang disediakan terdiri dari tiga kelas, yaitu *short trip*, *medium trip* dan *long trip*. Masing-masing paket dibedakan oleh waktu kunjungan, jarak

tempuh dan titik-titik pemberhentian. Museum *Sisa Hartaku* telah dipilih sebagai titik pemberhentian dari ketiga paket yang disediakan, namun waktu yang dialokasikan cukup minim. Pengunjung tidak dikenai biaya retribusi secara langsung, pengelola akan mendapatkan bagian dari paket perjalanan yang dipilih pengunjung. Bagi pengunjung yang datang secara mandiri disediakan kotak sumbangan suka rela yang dapat diisikan. Pengelolaan demikian sangat tergantung dengan jumlah pengunjung yang datang melalui paket perjalanan wisata. Tingkat kunjungan yang tertinggi biasanya di hari Sabtu. Untuk itulah dibutuhkan usaha sampingan seperti penjualan souvenir dan tempat istirahat yang memadai, agar usaha yang ada menjadi optimal. Lapak penjualan souvenir telah ada, namun pengunjung jarang singgah dan membeli souvenir sebagai oleh-oleh.

Usaha optimalisasi jumlah pengunjung museum, salah satunya adalah melalui sarana media publikasi. Pada jaman informasi saat ini, media publikasi yang dirasa paling efektif adalah media baru (internet) dimana jangkauannya secara global. Kepemilikan website khusus yang berisi tentang profil dan beragam informasi serta promosi produk-produk khas dinilai penting untuk diwujudkan dalam usaha meningkatkan jumlah pengunjung. Hingga pada gilirannya akan mampu meningkatkan keuntungan secara ekonomi yang lebih luas.

Kelompok warga yang dipilih sebagai calon mitra dalam program pengabdian kepada masyarakat ini adalah kelompok pengelola museum dan kelompok pengelola penjualan souvenir. Keduanya memiliki usaha yang saling mendukung dengan mengandalkan konsumen dari para pengunjung museum. Upaya peningkatan kesinergian kedua usaha tersebut merupakan tantangan bagi perguruan tinggi. Masing-masing kelompok beranggotakan tiga orang. Kelompok pengelola museum diketuai oleh bapak Sriyanto dan kelompok pengelola penjualan souvenir diketuai oleh ibu Wati. Kelompok-kelompok tersebut berada dalam binaan Kelurahan Kepuharjo sebagai pemerintah administratifnya.

Sebenarnya Museum *Sisa Hartaku* memiliki potensi sebagai tujuan wisata berbasis lokasi peristiwa bersejarah. Potensi pemberdayaan masyarakat sekitar lokasi sangat dimungkinkan. Namun peluang ini membawa konsekuensi dan permasalahan. Persoalannya bukan pada kesulitan memperoleh barang koleksi, melainkan belum adanya upaya mewacanakan setiap barang koleksi menjadi sebuah koleksi yang penuh dengan kesaksian. Jumlah pengunjung yang masih sedikit merupakan persoalan utama yang dihadapi saat ini. Rendahnya tingkat penjualan souvenir khas museum *Sisa Hartaku* yang merupakan sarana pemberdayaan dan peningkatan pendapatan masyarakat sekitar adalah salah satu dampaknya. Permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana upaya peningkatan jumlah kunjungan ke Museum *Sisa Hartaku*.

TINJAUAN PUSTAKA

Masyarakat merupakan sekelompok individu yang memiliki kebutuhan jasmani sampai pada pemuasan batin yang wajib dipenuhi, seperti yang dikemukakan oleh Soedarso SP, bahwa :

Seni merupakan segala kegiatan dan hasil karya manusia yang mengutarakan pengalaman bathinnya. Suatu hasil karya seni lahir bukan karena didorong oleh hasrat memenuhi kebutuhan hidup manusia yang paling pokok, melainkan untuk memenuhi kebutuhan spiritualnya, melengkapi dan menyempurnakan derajat kemanusiaannya (1990:1).

Seni bukan hanya milik sekelompok masyarakat khusus saja, namun dapat dimiliki dan dinikmati oleh setiap individu pada beragam lapisan. *Brand* merupakan salah satu contoh karya seni yang diperuntukkan bagi masyarakat umum. Fungsi dari pembuatannya bukan hanya sebatas nilai estetis, namun lebih memberikan manfaat secara ekonomis. Peran serta karya seni dalam peningkatan perekonomian masyarakat dapat diwujudkan melalui program pengabdian kepada masyarakat perguruan

tinggi, khususnya oleh Institut Seni Indonesia Surakarta.

Terdapat beberapa alasan yang mendasari pentingnya sebuah usaha membangun *brand* antara lain :

1. bermanfaat untuk meningkatkan konsumen
2. guna membangun pencitraan positif
3. untuk membangun identitas bagi pengelola
4. upaya mempengaruhi investor dan calon investor
5. sarana membedakan diri dari pesaing.

Imaji visual yang diproyeksikan dalam sebuah *brand*, melaluinya konsumen akan menemukan beragam keuntungan melalui informasi yang disampaikan terkait dengan sebuah sejarah.¹ Media publikasi menjadi penting bagi masyarakat bukan hanya terkait secara langsung atas keuntungan finansial pemilik usaha, namun lebih kepada pengetahuan masyarakat secara luas. Pengetahuan tentang museum, serta hal-hal yang membedakannya dari museum yang lain. Pemaknaan tentang obyek ditransfer melalui visual-visual yang dihadirkan dalam karya media publikasi akan memunculkan pemahaman masing-masing.²

Penemuan cara untuk meningkatkan jumlah pengunjung Museum *Sisa Hartaku* adalah tujuan dari program PPM ini. Berdasarkan situasi dan kondisi yang ditemui selama riset awal, beberapa target yang akan diraih untuk mencapai tujuan, antar lain: terbangunnya *brand* museum; adanya dokumentasi koleksi museum yang dikelola dengan baik; dimilikinya media publikasi yang dapat dijangkau masyarakat luas secara global; dimilikinya sarana pemasaran souvenir.

Upaya di atas akan didukung oleh peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia dengan cara: Pemberian pelatihan pengoperasian kamera guna pembuatan dokumentasi koleksi museum secara berkelanjutan; Pemberian pelatihan penulisan informasi dalam bentuk artikel online; Pemberian pelatihan dan pendampingan pembuatan dan pengelolaan website; pemberian pelatihan

pemeliharaan website untuk keberlanjutan website; pelatihan dan pendampingan pemasaran souvenir secara online melalui website.

METODE

Program Pengabdian Kepada Masyarakat berjudul Pengembangan Media Publikasi Museum *Sisa Hartaku* ini dijalankan menggunakan metode partisipasi. Partisipasi berasal dari bahasa Inggris yaitu “participation” yang berarti pengambilan bagian atau pengikutsertaan. Partisipasi dapat dijelaskan sebagai metode yang melibatkan masyarakat dalam mencapai tujuan dan turut bertanggung jawab di dalamnya. Masyarakat mitra binaan memiliki peran utama dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Metode partisipasi ini dikembangkan dalam bentuk diskusi dan praktik. Keterlibatan masyarakat mulai dari tahap perencanaan, persiapan pembuatan, pembuatan, pengujian hingga pemeliharaan. Target luaran pada program ini adalah pengembangan media publikasi utama dalam wujud website. Berikut ini adalah tahapan dalam metode partisipasi yang diterapkan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini.

1. Perencanaan
Tahap awal ini dijalankan melalui diskusi informal antara pelaksana program dengan para peserta untuk menentukan branding usaha yang diharapkan.
2. Persiapan Pembuatan
Pada tahap ini, peserta pelatihan dikenalkan tentang pengertian-pengertian dasar website dan pembuatan email khusus. Persiapan pembuatan diawali dengan menentukan tujuan dari pembuatan website sesuai dengan *brand* yang diharapkan. Analisis dilakukan dengan mempertimbangkan ketersediaan dana dan hasil diskusi yang telah dilaksanakan pada tahap perencanaan. Pengenalan bermacam-macam bentuk website diberikan untuk memberikan pemahaman tentang kesesuaian media publikasi dengan materi publikasi. Penentuan pemilihan

domain dan *hosting* yang tepat dibantu oleh pemateri. Pemilihan antara website berbayar dan tidak berbayar dijelaskan kelebihan dan kekurangannya. Kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pengopersian kamera guna menyiapkan materi visual yang akan dijadikan materi pembuatan website

3. Pembuatan

Desain merupakan bagian penting dalam pembuatan website. Pengenalan terhadap *software* disampaikan dengan sesederhana mungkin agar dapat difahami oleh peserta pelatihan dengan mudah. Meskipun pada kenyataannya sebenarnya merupakan proses multi langkah yang berfokus pada empat atribut yang berbeda, yaitu struktur data, arsitektur *software*, representasi interface, dan detail (algoritma) prosedural. Jadi pada tahap ini proses mendesain harus berdasarkan kebutuhan sehingga sesuai dengan yang diharapkan sebelum memulai pengkodean. Pelatihan difokuskan pada bentuk desain yang diharapkan mampu merepresentasikan museum *Sisa Hartaku* secara baik dan komunikatif.

4. Pengujian

Tahap pengujian dijadikan sebagai evaluasi awal dari *website* yang telah dibuat. Peserta dilatih untuk membuka *website* dan diminta untuk memberikan penilaian terhadap tampilan serta isinya. Peserta diposisikan sebagai masyarakat umum sehingga dapat memberikan masukan yang berharga. Penyempurnaan desain dan materi dilaksanakan pada tahap ini.

5. Pemeliharaan

Pada tahap terakhir yang dilalui dengan jeda 30 hari dari tahap pengujian bertujuan untuk memberi kesempatan pengumpulan materi baru. Pada sesi ini peserta dilatih kemahiran dalam mengunggah gambar dan tulisan pada setiap halaman *website*. Beberapa langkah singkat dan proses sederhana dimahirkan agar nantinya peserta dapat memelihara *website* secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan media publikasi sebuah usaha memiliki kaitan erat dengan istilah *branding*. Informasi yang didapat melalui website: www.encarta.msn.com, 2007 menjelaskan tentang *branding* yang berasal dari kegiatan mem bakar daging dengan besi panas untuk menciptakan luka bakar dengan pola yang mudah dikenal bagi identifikasi atau tujuan lainnya. *Branding* pada awalnya digunakan pada narapidana, buruh dan tentara pembelot dan praktek ini ditolak di pertengahan abad 19. Saat ini penggunaan *branding* dibatasi hanya pada hewan ternak dengan bahan kimia, cat, tato dan label. Peternak telah mengaplikasikan *branding* pada awal bangsa Mesir yaitu 2000 SM. Praktek *Branding* pada kuda dan lembu dibawa ke Amerika Utara pada abad 16 oleh bangsawan Spanyol Hernán Cortés, digunakan pada awalnya sebagai bukti kepemilikan, *branding* dilakukan untuk menjaga catatan kualitas. Pada beberapa negara peternakan, mendaftarkan merek dibutuhkan oleh hukum dan memalsukan merek adalah pelanggaran kriminal. Pada hukum kriminal *branding*, terpidana diadili dengan bentuk hukum yang digunakan oleh bangsa Yunani dan Romawi.

Aaker (1991) menjelaskan bahwa *branding* memiliki fungsi strategis pada pengukuran kepuasan konsumen dan berdampak besar pada citra perusahaan. Terkait dengan hal ini Aaker juga menawarkan beberapa dimensi pengukuran yaitu:

1. *Loyalty* (kepuasan/loyalitas)
2. *Awareness* (kesadaran merek)
3. *Association/Differentiation* (nilai yang diharapkan, personalitas merek dan asosiasi organisasional)
4. *Perceived Quality/Leadership Measures* (kualitas yang diharapkan, kepemimpinan/popularitas)
5. *Market Behavior* (pangsa pasar, harga dan index distribusi)

Sedangkan dalam pengembangan media publikasi ini memiliki tujuan pembentukan kesadaran masyarakat akan eksistensi Museum *Sisa Hartaku* (*Awareness*) melalui website www.sisahartaku.com, sehingga pada gilirannya masyarakat akan berperilaku mengunjungi museum secara langsung (*Market Behavior*).

Pelaksanaan program PPM ini dilaksanakan secara berjangka dalam kurun waktu bulan Agustus, September, dan Oktober 2013. Hal tersebut disebabkan oleh panjangnya waktu yang dibutuhkan untuk membuat pengembangan media publikasi dengan metode partisipasi. Media publikasi berbentuk *world wide web* atau *www* atau juga dikenal dengan web adalah salah satu layanan yang didapat oleh pemakai computer yang terhubung melalui jaringan internet. Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*).

Pertemuan k-1 dan k-2

Pelaksanaan pertemuan k-2 pada tanggal 24 Agustus 2013, setelah terjadi pertemuan k-1 untuk menentukan jadwal pelaksanaan program seminggu sebelumnya. Dua kali pertemuan antara pelaksanaan program dengan mitra binaan adalah menjalankan tahap Perencanaan. Pada tahap awal ini diselenggarakan diskusi informal antara pelaksana program dengan kelompok pengelola museum dan kelompok penjualan souvenir. Target utama dari tahap ini adalah dirumuskannya *branding* museum *Sisa Hartaku* yang sesuai dengan harapan mitra. Persoalan besar yang ditemui adalah belum adanya kesadaran oleh mitra tentang pentingnya *branding* untuk sebuah usaha. Diskusi informal terbukti tepat dalam menggali beragam informasi yang dapat dimanfaatkan sebagai materi pembentukan *branding*. Kecerdasan dan kepolosan mitra

menjadikan proses perumusan menjadi mudah untuk dilaksanakan. Merapi dan awan panas Wedus Gembel terpilih sebagai materi utama. Keterkaitan peristiwa erupsi gunung Merapi yang memunculkan fenomena awan panas Wedus Gembel merupakan nilai jual dari museum ini. Hal lain yang menjadi target bahasan adalah penentuan fungsi dan jenis website yang akan dibuat nantinya. Pelaksana program memberikan penjelasan tentang beberapa fungsi dari website sebagai berikut.

1. Fungsi komunikasi

Situs web yang mempunyai fungsi komunikasi pada umumnya adalah situs web dinamis. Karena dibuat menggunakan pemrograman web (*server side*) maka dilengkapi fasilitas yang memberikan fungsi-fungsi komunikasi, seperti *web mail, form contact, chatting form*, dan yang lainnya.

2. Fungsi informasi

Situs web yang memiliki fungsi informasi pada umumnya lebih menekankan pada kualitas bagian kontennya, karena tujuan situs tersebut adalah menyampaikan isisnya. Situs ini sebaiknya berisi teks dan grafik yang dapat di download dengan cepat. Pembatasan penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak seperti *shockwave* dan *java* diyakini sebagai langkah yang tepat, diganti dengan fasilitas yang memberikan fungsi informasi seperti *news, profile company, library, reference, dan lain-lain*.

3. Fungsi entertainment

Situs web juga dapat memiliki fungsi entertainment/ hiburan. Bila situs web kita berfungsi sebagai sarana hiburan maka penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak dapat meningkatkan mutu presentasi desainnya, meski tetap harus mempertimbangkan kecepatan downloadnya. Beberapa fasilitas yang memberikan fungsi hiburan adalah *game online, film online, musik online*, dan sebagainya.

4. Fungsi transaksi

Situs web dapat dijadikan sarana transaksi

biisnis, baik barang, jasa, atau lainnya. Situs web ini menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik. Pembayaran bisa menggunakan kartu kredit, transfer, atau dengan membayar secara langsung.

Terdapat beberapa jenis situs web yang dikelompokkan sesuai tujuannya yaitu sebagai berikut.

1. Alat Pemasaran

Website adalah Media elektronik sejenis situs juga dapat digunakan sebagai media pemasaran. Pemasaran melalui internet lebih cepat sampai dan memiliki jangkauan yang jauh lebih luas. Pengenalan produk dan jasa secara global menjadi tepat jika menggunakan sarana website.

2. Nilai Tambah

Sebuah halaman web merupakan sarana promosi karena media promosi di web lebih murah dan efektif dibandingkan media promosi konvensional seperti brosur, majalah atau Koran. Pada umumnya konten situs web berupa referensi atau informasi tambahan dari apa yang sudah diberikan secara offline. Contohnya seperti di perpustakaan sudah disediakan koleksi skripsi secara tercetak namun di web perpustakaan terdapat repository skripsi yang lebih banyak dan dapat diakses dengan mudah dengan cara mendownload bentuk softfile nya.

3. Katalog

Untuk di perpustakaan katalognya berupa katalog online yang dapat diakses melalui web perpustakaan. Pada katalog tersebut tersedia koleksi-koleksi yang dimiliki oleh perpustakaan. Pemustaka dapat mengakses koleksi tersebut dengan cara memasukkan judul, pengarang maupun subjek dari suatu koleksi yang dibutuhkan. Sedangkan untuk melakukan peminjaman pemustaka dapat langsung meminjam ke perpustakaan.

4. E-Commerce

E-Commerce merupakan suatu kumpulan yang

dinamis antara teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik. Pada perpustakaan web bertujuan untuk menghubungkan antara perpustakaan yaitu melalui pemustaka dan pemustaka yang membutuhkan informasi sehingga terjadinya hubungan yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

5. E-Learning

Cisco menjelaskan filosofis e-learning sebagai berikut: **Pertama**, e-learning merupakan penyampaian informasi, komunikasi, pendidikan, pelatihan secara on-line. **Kedua**, e-learning menyediakan seperangkat alat yang dapat memperkaya nilai belajar secara konvensional (model belajar konvensional, kajian terhadap buku teks, CD-ROM, dan pelatihan berbasis computer) sehingga dapat menjawab tantangan perkembangan globalisasi. **Ketiga**, e-learning tidak berarti menggantikan model belajar konvensional di dalam kelas, tetapi memperkuat model belajar tersebut melalui pengayaan konten dan pengembangan teknologi pendidikan. **Keempat**, kapasitas siswa dalam menguasai bahan yang disampaikan lewat e-learning amat bervariasi, tergantung bentuk, isi, dan cara penyampaiannya. Makin baik keselarasan antar konten dan alat penyampai dengan gaya belajar, semakin baik penguasaan siswa yang pada gilirannya akan memberikan hasil yang lebih baik.

6. Komunitas

Sebuah situs web yang dibuat dengan tujuan untuk memungkinkan pengunjung berkomunikasi secara bersamaan. Pengunjung bisa berbagi pengalaman, cerita, ide, dan lainnya, bisa juga mencari dan menambah teman, atau untuk membuat suatu perkumpulan baru.

7. Portal

Portal adalah aplikasi berbasis web yang menyediakan akses suatu titik tunggal dari informasi online terdistribusi, seperti dokumen yang didapat melalui pencarian, kanal berita,

dan link ke situs khusus. Untuk memudahkan penggunaannya biasanya disediakan fasilitas pencarian dan pengorganisasian informasi.

8. Personal

Situs personal merupakan situs yang memiliki tujuan untuk mempromosikan atau menginformasikan tentang seseorang. Biasanya berisi tentang biodata, portofolio (kumpulan hasil karya yang pernah dibuat), prestasi, atau sebagai diary yang menceritakan kehidupan sehari-hari yang dipublish agar orang lain dapat mengetahui dan mengenal tentangnya.

Pemahaman tentang fungsi website menjadikan mitra mengetahui tentang hal-hal yang dapat dihadirkan di dalamnya. Mitra menentukan fungsi dari website yang akan dibuat adalah untuk fungsi komunikasi dan jenisnya adalah alat pemasaran. Hal tersebut juga memberikan pertimbangan terhadap keputusan pemilihan *hosting* dan *domain* berbayar untuk menjaga keamanan data maupun kemudahan pemeliharannya. Berdasarkan referensi dari anggota tim yang ahli dalam bidang multimedia terpilih *Master Web Network* sebagai penyedia layanan. Hasil dari pertemuan k-2 ini memberikan bekal untuk materi diskusi dan praktik pada pertemuan selanjutnya.

Pertemuan k-3 dan k-4

Selesaiannya tahap perencanaan berlanjut pada tahap persiapan pembuatan pada pertemuan k-3 yang berlangsung pada tanggal 25 Agustus 2013. Kegiatan kali ini difokuskan pada upaya menyiapkan beragam materi untuk pembuatan website. Materi teks dan gambar disiapkan untuk mengisi halaman demi halaman dari website yang akan dibuat. Pertemuan k-3 ini metode partisipasi yang diterapkan adalah praktik bersama. Kegiatan ini dibagi menjadi 2 sesi, sesi pertama adalah pelatihan pengopersian kamera dan sesi kedua adalah pelatihan penulisan berita. Peserta pelatihan masing-masing kelompok adalah satu orang, hal ini disebabkan oleh keterbatasan anggota kelompok dan sibuknya aktifitas museum di hari Minggu. Hasil

dari pelatihan ini adalah tulisan kegiatan dan foto-foto koleksi museum.

Pada tanggal 26 Agustus 2013 diselenggarakan pertemuan k-4 untuk mendiskusikan kembali terkait *hosting* dan *domain* yang dipilih. Pemateri memberikan arahan tentang bagaimana memilih layanan serta memandu langkah-langkah transaksi secara online. Terselesainya tahap persiapan pembuatan ditandai dengan terbelinya *hosting* dan *domain* secara online serta pembayaran melalui ATM dilanjutkan dengan konfirmasi pada tanggal 27 Agustus 2013. Konfirmasi menandai dimulainya masa layanan hingga satu tahun ke depan dengan alamat www.sisahartaku.com.

Pertemuan k-5 dan k-6

Tahap pembuatan website dimulai dengan diskusi tentang desain tampilan halaman demi halaman yang diinginkan dan bagaimana mewujudkannya. Desain merupakan bagian penting dalam pembuatan website. Pengenalan terhadap *software* disampaikan dengan sesederhana mungkin agar dapat difahami oleh peserta pelatihan dengan mudah. Meskipun pada kenyataannya sebenarnya merupakan proses multi langkah yang berfokus pada empat atribut yang berbeda, yaitu struktur data, arsitektur software, representasi interface, dan detail (algoritma) procedural. Jadi pada tahap ini proses mendesain harus berdasarkan kebutuhan sehingga sesuai dengan yang diharapkan sebelum memulai pengkodean. Pelatihan difokuskan pada bentuk desain yang diharapkan mampu merepresentasikan museum *Sisa Hartaku* secara baik dan komunikatif. Pelaksanaannya adalah secara berurutan pada tanggal 7 dan 8 September 2013. Beragam materi ulasan kegiatan dan foto-foto koleksi museum hasil pelatihan pada pertemuan k-3 dan k-4 dipilih untuk mengisi halaman demi halaman website. Peserta dipandu untuk mengetahui proses kerja mendesain sebuah website. Pembuatan logo museum dijalankan di sela-sela kegiatan mendesain. Logo bergambar gunung Merapi dan awan panas Wedus Gembel dibuat secara sederhana. *Tagline* yang dihasilkan

melalui proses diskusi juga ditentukan “Menengok Kembali Kedasyatan Erupsi Merapi”.

Pertemuan k-7

Tahap pengujian merupakan sarana evaluasi awal dari website yang telah dibuat. Pertemuan k-7 pada tanggal 9 September 2013 ini peserta dilatih untuk membuka website dan diminta untuk memberikan penilaian terhadap tampilan serta isinya. Peserta diposisikan sebagai masyarakat yang ingin mendapatkan informasi terkait dengan museum *Sisa Hartaku*. Pengujian dilaksanakan melalui proses diskusi guna mengetahui tingkat keinformatifan website. Pengujian kedua adalah tentang bagaimana informasi yang dihadirkan mampu membuat pengunjung website berkeinginan untuk datang langsung ke lokasi. Hal ini dilakukan untuk dapat memberikan masukan yang berharga bagi penyempurnaan desain dan materi dilaksanakan pada tahap ini. Terdapat beberapa kriteria dari tentang baiknya sebuah website:

1. Usability

Usability adalah sebagai suatu pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi atau situs web sampai pengguna dapat mengoperasikannya dengan mudah dan cepat. Situs web harus memenuhi lima syarat untuk mencapai tingkat usability yang ideal, antara lain: Mudah untuk dipelajari, Efisien dalam penggunaan, Mudah untuk diingat, Tingkat kesalahan rendah, Kepuasan pengguna bila usability diterapkan pada sebuah situs web, maka situs ini akan mudah dipelajari cara penggunaannya oleh pengunjung. Mudah diingat sistem navigasinya, dapat digunakan dengan efisien. Tingkat kesalahan user dalam mengoperasikan situs web tersebut menjadi minimal. Pengguna akan merasa puas dalam menggunakan situs web tersebut.

2. Sistem Navigasi

Navigasi membantu pengunjung untuk menemukan jalan yang mudah ketika menjelajahi situs web, memberitahu dimana mereka berada, kemana mereka bisa pergi. Dengan demikian

mereka dapat menemukan apa yang mereka cari dengan tepat dan mudah. Navigasi dapat ditampilkan dalam berbagai media, yaitu teks, image ataupun animasi. Syarat navigasi yang baik adalah sebagai berikut: Mudah dipelajari, Tetap konsisten, Memungkinkan *feedback*, Muncul dalam konteks, Menawarkan alternative lain, Memerlukan perhitungan waktu dan tindakan, Menyediakan pesan visual yang jelas, Menggunakan label yang jelas dan mudah dipahami, Mendukung tujuan dan perilaku user

3. Graphic Design (Desain Visual)

Kepuasan visual seorang user secara subyektif melibatkan bagaimana desainer visual situs web tersebut membawa mata user menikmati dan menjelajahi situs web dengan melalui layout, warna, bentuk, dan tipografi. Grafik membuat halaman menjadi indah tetapi bisa juga memperlambat akses dengan semakin besarnya ukuran file. Desain yang baik setidaknya memiliki komposisi warna yang baik dan konsisten, layout grafik yang konsisten, teks yang mudah dibaca, penggunaan grafik yang memperkuat isi teks, penggunaan animasi pada tempat yang tepat, isi animasi yang memperkuat isi teks, dan secara keseluruhan membentuk suatu pola yang harmonis.

4. Contents

Sebaik apapun situs web secara desain grafis, tanpa konten yang berguna dan bermanfaat maka akan kurang berarti. Konten di dalam situs web tersebut harus menarik dan relevan. Gaya penulisan dan bahasa yang dipergunakan harus sesuai dengan web dan target audien. Pada konten tersebut, yang harus diperhatikan adalah tata bahasa, tanda baca, header dan judul.

5. Compatibility

Situs web harus kompatibel dengan berbagai perangkat tampilannya (browser), harus memberikan alternatif bagi browser yang tidak dapat melihat situsnya.

6. Loading Time

Sebuah situs web yang tampil lebih cepat kemungkinan besar akan kembali dikunjungi,

apalagi bila dengan konten dan tampilan yang menarik. Waktu download memang tidak hanya dipengaruhi desain tetapi juga koneksi, server, dll. Namun demikian desainer web setidaknya harus memperhitungkan desain yang dibuatnya agar dapat tampil lebih cepat dengan menggunakan ukuran yang sekecil mungkin.

7. Functionality

Seberapa baik sebuah situs web bekerja dari aspek teknologinya, ini bisa melibatkan programmer dengan scriptnya, misalnya HTML, PHP, ASP, ColdFusion, CGI, SSI. dll.

8. Accessibility

Halaman web harus bisa dipakai oleh semua kalangan, baik anak-anak, orang tua, orang muda termasuk orang-orang cacat, agar pengguna tersebut bisa menukmatu halaman web yang telah dibuat desainer.

9. Interactivity

Interaktifitas adalah apa yang melibatkan pengguna situs web sebagai user experience dengan situs web itu sendiri. Dasar dari interaktifitas adalah hyperlinks (link) dan mekanisme feedback.

Pertemuan k-8

Persoalan pemeliharaan merupakan hal yang ditekankan pada pertemuan terakhir ini. Keberlanjutan dari tumbuh kembang website museum menjadi penting untuk dijaga. Tanggal 6 Oktober 2013 dilaksanakan serah terima website yang ditandai dengan penyerahan *username* dan *password* secara simbolis. Pada tahap terakhir ini diberikan jeda 30 hari dari tahap pengujian bertujuan untuk memberi kesempatan pengumpulan materi baru. Pada sesi ini Peserta dilatih kemahiran dalam mengunggah gambar dan teks pada setiap halaman website. Beberapa langkah singkat dan proses sederhana dimahirkan agar nantinya peserta dapat memelihara website secara berkelanjutan.

Jeda waktu yang cukup panjang, juga ditujukan untuk mengetahui efek dari dibuatnya website. Pendataan jumlah pengunjung dan dijalankannya surviue sederhana tentang diketahui

tidaknya website museum *Sisa Hartaku* dijalankan untuk menilai keberhasilan program ini. Hasil yang didapat adalah terjadinya peningkatan jumlah pengunjung museum dan dikenalnya website www.sisahartaku.com. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan media publikasi telah berhasil sesuai dengan yang direncanakan. Namun belum adanya permintaan pembelian cendramata secara online menunjukkan belum berhasilnya pemasaran melalui website. Beberapa solusi yang dijalankan adalah mengganti gambar-gambar produk yang ditawarkan menjadi lebih detail, sehingga lebih jelas dan memancing hasrat membeli.

KESIMPULAN

Pengembangan media publikasi dalam bentuk website pada dewasa ini merupakan kebutuhan vital. Museum *Sisa Hartaku* yang dahulunya hanya dikenal melalui tulisan maupun gambar-gambar dari para pengunjung, kini telah memiliki website pribadi dengan alamat www.sisahartaku.com. Penyebaran informasi secara lengkap baik teks, gambar dan video menjadi mudah dan cepat. Website dapat dijadikan sarana pemasaran yang dampaknya dapat meningkatkan jumlah pengunjung museum. Hal ini dapat diketahui dari informasi yang diberikan pengunjung tentang bagaimana cara mengetahui keberadaan museum. Sehingga sampai dengan berakhirnya program, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian kepada masyarakat ini berhasil. Namun hal ini tidak dapat menutupi kekurangan atas belum berhasilnya penjualan cendramata secara online. Selama masa evaluasi belum terjadi transaksi. Meski demikian, dengan meningkatnya jumlah pengunjung, menjadikan penjualan secara langsung juga meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Ewen, Stuart. 2001. *Captains of Consciousness; Advertising and the Social Roots of Consumer Culture*. Basic Book: USA.

- Joko Dewanto. 2006. *Web Desain (Metode Aplikasi dan Implementasi)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Saleh, Abdul Rahman. 2010. *Membangun Perpustakaan Digital: Step by Step*. Jakarta: Sagung Seto.
- Saputro, Hendra W. 2007. *Pengertian Website dan Unsur-unsurnya*.
- Soedarso SP. 1980. *Sejarah Perkembangan Seni Rupa Modern*, Yogyakarta : Saku Dayar Sana.
- Suyanto, Asep Herman. 2007. *Step by Step: Web Design Theory and Practices*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Williamson, Judith. 2002. *Decoding Advertisements; Ideology and Meaning in Advertising*. Marion Boyars: UK.

Sumber Internet:

- <http://id.shvoong.com/business-management/marketing/1948086-beberapa-manfaat-membangun-citra-perusahaan/#ixzz1YUdw5SsZ>. Diunduh tanggal 20 Januari 2013.
- _____. 2012. *Definisi dan Pengertian Web Menurut Para Ahli*. [Online]. Tersedia: <http://www.sambureki.com/definisi/definisi-dan-pengertian-web-menurut-para-ahli.html>. [29 September 2012, 17.32 WIB].
- <http://raghibnuruddin217.blogspot.com/>