BAB III . STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Berdasarkan beberapa masalah yang telah dituliskan, maka ditetapkan media promosi cetak sebagai media yang cocok sebagai alternatif solusi penyelesaian masalah yang ada. Dengan memunculkan karya visul yang mengandung unsur kebudayaan Tionghoa yang kuat berguna untuk membangun citra bagi Museum Benteng Heritage sebagai salah satu museum Tionghoa pertama di Indonesia yang ikut serta menjaga dan melestarikan kebudayaan dari generasi ke generasi

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi dalam perancangan media promosi Museum Benteng Heritage akan mempromosikan Museum Benteng Heritage dengan memanfaatkan foto dan penjelasan tentang sejarah dari museum dan hal – hal yang ada di museum untuk menyampaikan promosi kepada *audiene* dan dibuat semenarik mungkin. Berdasarkan masalah tersebut maka budaya China akan digunakan sebagai pendekatan dalam perancangan promosi ini.

II.1.1.1 Pendekatan Visual

Pendekatan visual dalam pembuatan media promosi ini mengunakan gambar dan foto sebagai bahan penyampaian promosi, memanfaatkan gambar yang unik dari bagunan museum dan foto dalam museum.

III.1.1.2 Pendekatan Verbal

Dalam perancangan media promosi pendekatan verbal menggunakan kalimat yang formal dan menggunakan bahasa Indonesia yang baku yang menginformasikan dengan detail bagian bagian dari Museum Benteng Heritage sehingga promosi yang disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh masyarakat.

III.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif lebih ditekankan pada proses pengolahan media visual yang di kemas secara maksimal yaitu dengan memadukan elemen-elemen estetis seperti beberapa tekstur yang di ambil dari bangunan pintu museum dan pilihan warna merah sebagai identik budaya Tionghoa. Semuanya berguna untuk membangun

kesan seni, tradisional yang kuat dan mampu memunculkan citra khas kebudayaan dan tunjang dengan pemilihan jenis huruf yang telah di sesuaikan

III.1.3 Tujuan Perancangan

Media promosi yang di buat mempunyai beberapa tujuan, yaitu :

- Agar masyarakat luas mengetahui akan keberadaan Museum Benteng Heritage.
- Agar masyarakat luas mengetahui adanya sejarah etnis Tionghoa Tangerang di Museum Benteng Heritage.
- Meningkatkan jumlah kunjungan museum.

III.1.4. Pendekatan kreatif

Pendekatan kreatif dimulai visual yang memunculkan ilustrasi dari bangunan museum sebagai *icon* Museum Benteng Heritage yang merupakan termasuk bangunan yang memiliki tekstur kebudayaan Tionghoa. Oleh karena itu musuem Benteng Heritage mengajak seluruh masyarakat luar maupun lokal untuk mengetahui adanya sejarah etnis Tionghoa di Museum Benteng Heritage dan mencantumkan berupa *tagline* yang berbunyi “Warisan Budaya Tionghoa Tangerang” hampir dikeseluruhan media visual dibuat.

III.1.5 Strategi Media

Media yang digunakan dalam mempromosikan Museum Benteng Heritage adalah media promosi cetak, sebab media ini mudah disampaikan ke setiap orang atau masyarakat luas. Media promosi cetak ini sangat cocok dan efektif untung mengatasi masalah yang ada serta mudah di akses terutama di tempat-tempat pusat kota Tangerang terutama di tempat mading sekolah, mading kampus, dan di jalan protokol dipusat keramaian.

III.1.6 Pemilihan Media

Pemilihan media akan di optimalkan sesuai dengan kebutuhan, baik waktu pembuatan maupun visual yang di tampilkan agar dapat mudah di mengerti oleh masyarakat :

III.1.6.1 Media Utama

Media utama yang di gunakan dalm perancangan promosi ini adalah : Brosur merupakan media utama yang digunakan oleh penulis untuk memperkenalkan museum Benteng Heritage yang berisi tagline, tentang museum dan sejarah singkat museum. Tujuan memakai media brosur adalah dapat mencakup informasi lebih banyak dan mudah diakses oleh masyarakat luas.

III.1.6.2 Media Pendukung

Poster

selembaran yang mudah diakses dan mudah disebarluaskan karena memiliki ukuran yang kecil dan mengajak. Ditempatkan disekolah, perguruan tinggi, dan pusat tempat keramaian di Kota Tangerang.

Tiket

Media pendukung yang diaplikasikan ditempat wisatanya bertujuan memberikan kesan yang berbeda dengan mengunakan media seperti tiket gelang.

X-banner

Merupakan media pendukung yang berguna untuk memperkuat akan keberadan museum.

Pin

Merupakan salah satu cindramata yang mudah di akses walaupun kecil.

Stiker

Merupakan gambar pada kertas pelekat yang dapat diletakan dibenda lain.

Kaos

Merupakan salah satu cinderamata yang diberikan atas ketentua tertentu sebagai alat promosi untuk menarik minat masyarakat.

Sosial Media

Merupakan akses untuk mempromosikan dalam jangkauan luas kapan saja dan dimanapun seperti facebook dan twitter.

Map

Merupakan media kemas kertas serta berbagai media cetak lainnya.

Paper bag

Merupakan alat untuk menyimpan cindramata dalam acara atau untuk para tamu.

III.1.7 Strategi Distribusi

Strategi distribusi media promosi Museum Benteng Heritage ini akan disebarkan di sekolah, kampus dan dijalan protokolol dipusat keramaian di Kota Tangerang. Pelaksanaan penyebaran promosi ini akan di mulai awal bulan September 2016, tempatnya pada tanggal 1 September sampai akhir bulan Desember.

Media	September				Oktober				November				Desember			
Media Utama																
Stiker																
Poster																
Tiket Gelang																
x-banner																
Kaos																

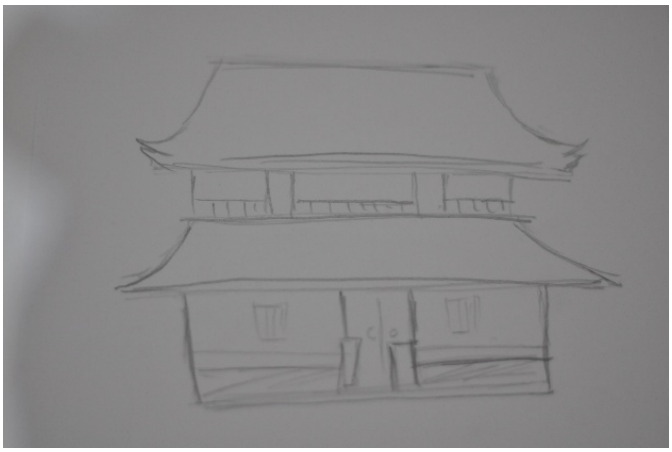
Table III.1 Strategi distribusi
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 1 April 2016)

III.2 Konsep Visual

Konsep visual yang dimaksud adalah memadukan ilustrasi berupa bangunan museum Benteng Heritage, dan bentuk visual berupa pintu museum serta jenis huruf yang disesuaikan. Semua berguna untuk membangun kesan dari budaya Tionghoa.



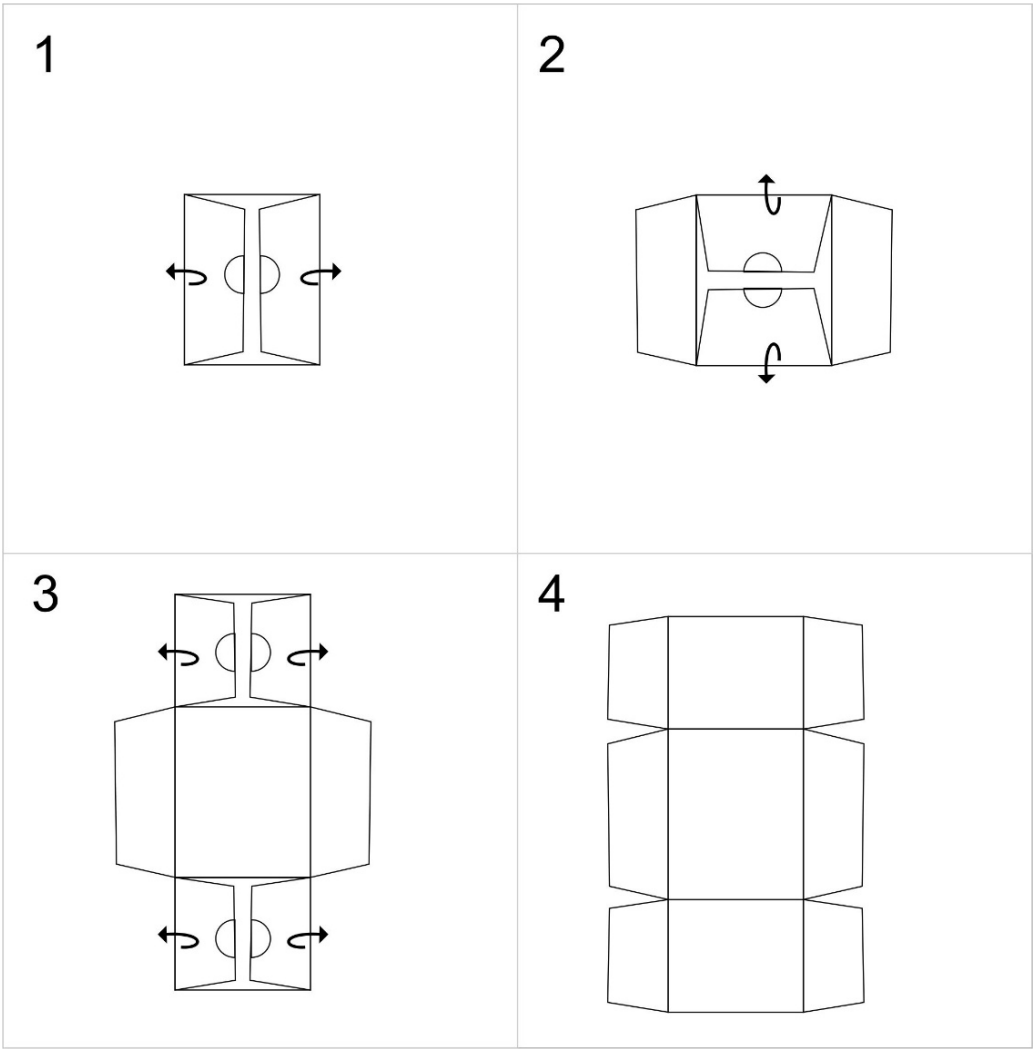
Gambar III.1 Museum Benteng Heritage
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 1 April 2016)



Gambar III.2 sketsa
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 1 April 2016)

III.2.1 Format Desain Brosur Sebagai Media Utama

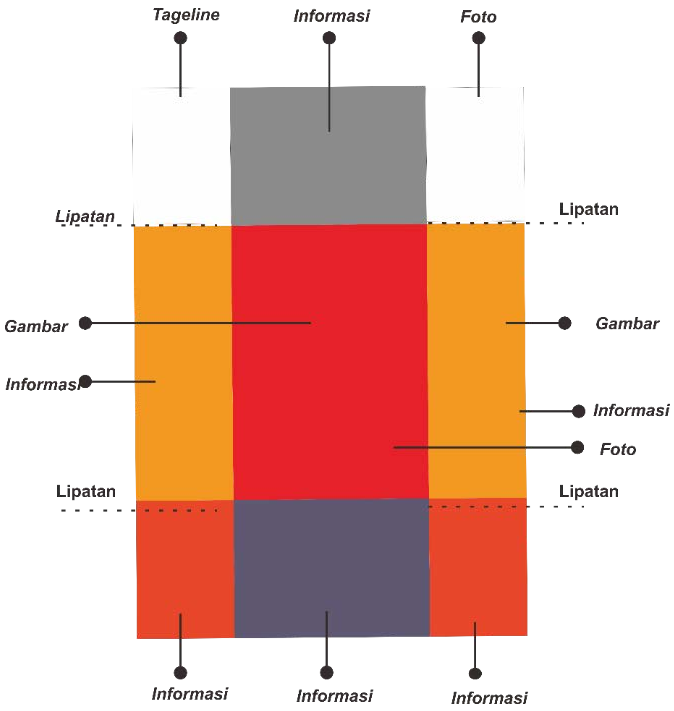
Format desain yang digunakan pada media utama brosur adalah berukuran 42x30 dengan 9 kotak halaman atau empat kali lipatan.



Gambar III.3 Format lipatan kotak brosur
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 25 juli 2016)

Brosur Museum Benteng Heritage ini memiliki bukaan seperti pintu yang memiliki empat bukaan, bukaan brosur diambil dari salah satu bagian pintu yang ada di Museum yang memiliki arsitektur dari bangunan budaya Tionghoa.

III.2.2 Tata Letak



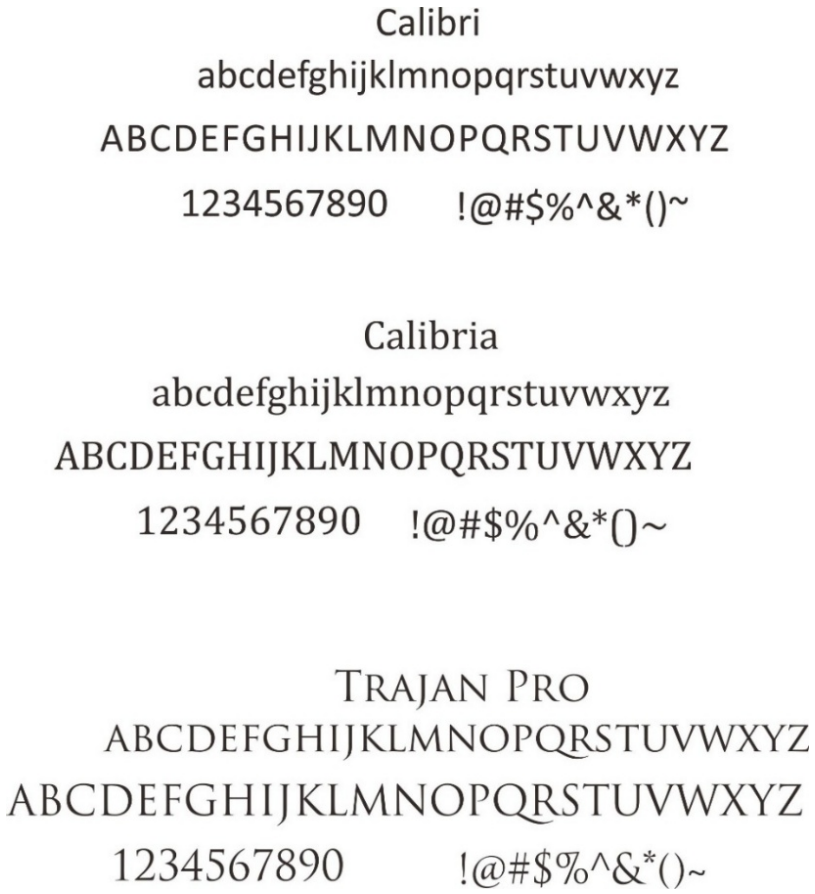
Gambar III.4 Tata Letak
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 25 juli 2016)

Komposisi dan tata letak dalam sebuah desain sangat berpengaruh terhadap baik dan tidaknya sebuah desain. Desain yang baik kemungkinan besar akan menarik perhatin target *audiance*, menetapkan komposisi dan tata letak sehingga komposisi yang ditampilkan bisa terlihat menonjol sehingga dapat menyebabkan target *audiance* untuk berkunjung ke meseum .

III.2.3 Tipografi

Tipografi adalah huruf dalam suatu keluarga huruf yang digunakan alternatif huruf untuk berbagai media, sehingga lebih cepat untuk dipahami isi dan pesan yang disampaikan. Pemilihan huruf yang baik harus mengarah pada karakter dari pesan yang ingin disampaikan. Pada perancangan media promosi ini mengunakan jenis huruf "Trajan Pro" untuk Tagline, "Cambrian" untuk headline, untuk konten isi mengunakan jenis huruf "Calibri".

Jenis huruf yang dipilih untuk media perancangan sebagai berikut :



Gambar III.5 Tipografi
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 25 juli 2016)

- **Calibri**

  Calibri adalah jenis huruf *sans serif*, jenis huruf ini digunakan di *body text* agar lebih mudah untuk di baca.

- **Calibria**

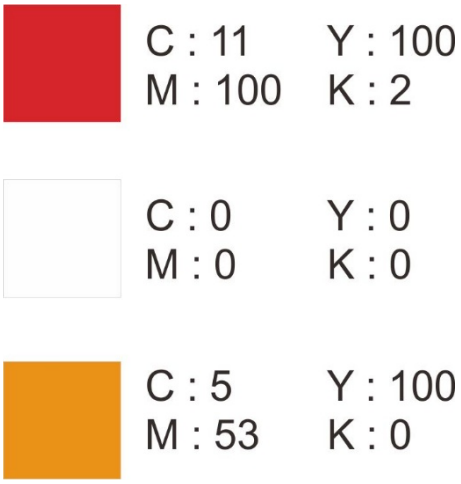
  Calibria adalah jenis huruf *serif* yang di gunakan untuk *headline* agar lebih mudah di baca.

- **Trajan Pro**

  Adalah jenis huruf *serif* yang digunakan untuk *tageline* karna jenis huruf ini memliki ujung lengkung dan lancip yang mewakili dari atap Museum Benteng Heritage

III.2.4 Warna

Karakter warna yang digunakan sebagai media utama adalah warna yang diambil dari museum sendiri. Warna adalah komponen utama yang tidak bisa dilepas oleh proses desain grafis yang anda lakukan (Yoga, 2004). Warna digunakan dalam simbol-simbol grafis untuk mempertegas maksud simbol tersebut.



Gambar III.6 Warna
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 25 juli 2016)

- Warna merah adalah melambangkan antusiasme, semangat dan keberuntungan. Masyarakat cina meyakini bahwa warna merah membawa keberuntungan.
- Warna putih adalah menujukan perdamaian, pempercayai diri dan kesucian.
- Warna kuning adalah mencerminkan rasa berani dan melambangkan kehidupan dengan gaya menarik tersendiri dan memiliki arti ke indahan

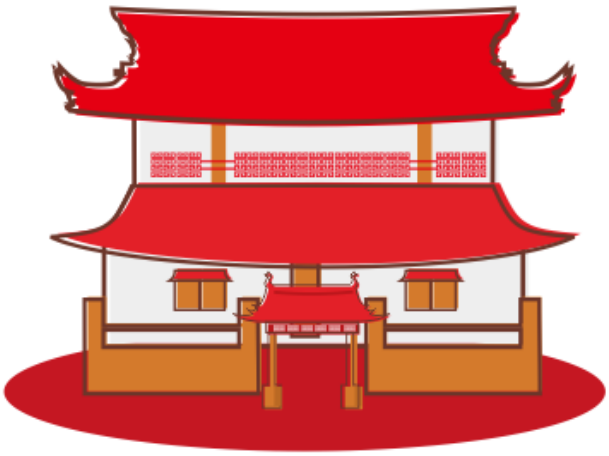
III.2.5 Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari kata *ilustrate* (Latin) yang artinya menerangkan atau menjelaskan. Oleh karna itu, gambar yang berfungsi untuk memberikan penjelasan atau memperindah penampilan suatu tulisan disebut fotografi.



Gambar III.7 Tampak Depan Museum Benteng Heritage
(Sumber Gambar : Dokumentasi Pribadi 1 April 2016)

Museum Benteng Heritage yang sudah ada kemudian diseleksi kembari sesuai kebutuhan dirancang secara sederhana sehingga seperti yang ada di bawah ini.



Gambar III.8 Illustrasi
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 25 juli 2016)

Museum Benteng Heritage ini memberikan pesan dalam bangunan bersejarah yang memiliki arsitektur budaya Tionghoa sebagai unsur pendukung dalam perancangan media.