Laporan Pengantar Proyek Tugas Akhir

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MONUMEN PERJUANGAN RAKYAT JAWA BARAT

DK 38315 Tugas Akhir

Semester I 2009/2010

Oleh :
A.FAHMI ALKAFF
51904195
Program Studi Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2010

Lembar Pengesahan

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
MONUMEN PERJUANGAN RAKYAT JAWA BARAT

DK 38315 Tugas Akhir

Semester I 2009/2010

Oleh :

A.FAHMI ALKAFF
51904195
Program Studi Desain Komunikasi Visual

Disahkan Oleh :

Pembimbing

Taufan Hidayatullah, M.Ds.

Koordinator Tugas Akhir

Yully Ambarsih Ekawardhani, M.Sn.

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrohmaanirrohiim

Alhamdulillah, lantunan ungkapan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Shalawat serta salam senantiasa terlimpahkan kepada Rasulullah SAW, keluarga dan sahabatnya.

Penulis bersyukur kehadirat Allah SWT, karena dengan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **"PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MONUMEN PERJUANGAN RAKYAT JAWA BARAT".**

Alasan penulis mengangkat tema tersebut karena Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat merupakan Monumen terlengkap di Jawa Barat yang memiliki museum dan berbagai fasilitas lainnya, akan tetapi masyarakat belum menyadari kehadiran museum yang berada pada monumen ini. Oleh karena itu dengan adanya perancangan karya ilmiah ini diharapkan bisa bermanfaat bagi banyak pihak.

Akhir kata, semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pembaca, mampu menambah wawasan dan pengetahuan, khususnya di bidang desain. Amin.

Bandung, 8 Januari 2010

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Tugas akhir ini penulis susun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan program sarjana di Fakultas Desain di Universitas Komputer Bandung. Penulis menyadari, tanpa bantuan dan dorongan, baik dalam bentuk motivasi, bimbingan, konsultasi, diskusi dan informasi, Tugas akhir ini tidak akan terwujud. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar – besarnya kepada pihak yang telah memberi bantuan, diantaranya :

1. Taufan Hidayatullhah, M.Ds, selaku selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan pengarahan dengan penuh ketelitian, keikhlasan dan kesabaran kepada penulis selama penulisan Tugas akhir ini.
2. Tiara Isfiaty, M. Sn. Dan Kankan Kasmana, S. Sn., selaku dosen penguji sidang Tugas Akhir.
3. Bapak Romulo, selaku Staf perlindungan Museum Sri Baduga.
4. Staf Promosi Departemen Kebudayaan dan Pariwisata.
5. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda atas kebaikan dan bantuan yang diberikan kepada penulis selama mengikuti studi di Bidang Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain, Universitas Komputer Bandung. Amiin. *Jazzakumullah khairan katsiran.*

Bandung, Januari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan

Kata Pengantar i

Ucapan terima kasih ii

Daftar Isi iii

Daftar Gambar v

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah 1

1.2. Identifikasi Masalah 3

1.3. Fokus Masalah 3

1.4. Tujuan Perancangan 4

1.5. Kata Kunci 4

BAB II TINJAUAN MONUMEN PERJUANGAN RAKYAT JAWA BARAT

2.1. Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat 5

2.1.1. Struktur Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat 5

2.1.2. Relief 7

2.1.3. Ruang Pameran Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat 8

2.1.4. Ruang Diorama….. 9

2.1.5. Ruang Foto Dokumenter……. 13

2.1.6. Ruang Pamer Benda Bersejarah 14

2.1.7. Ruang Teknis Pendukung Pameran dan Ruang Auditorium…… 15

2.1.8. Ruang Lobi…… 16

2.1.9. Ruang Perpustakaan …… 17

2.2 Pengertian Promosi 18

2.3 Khalayak Sasaran …… 19

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Komunikasi 21
3.1.1. Pesan Utama 21
3.1.2. Materi Pesan 21
3.1.3. Positioning 20
3.2. Strategi Kreatif 22
3.2.1. Pendekatan Kreatif 21
3.2.2. Pendekatan Visual 21
3.3. Strategi Media 22
3.3.1. Pemilihan Media 22
3.3.2. Pertimbangan Dasar Penyebaran 23
3.4. Strategi Distribusi 25
3.4.1. Pertimbangan Dasar Distribusi 25
3.4.2. Jalur Distribusi 26
3.5. Konsep Visual 27
3.5.1. Gaya dan Kesan 27
3.5.2. Format Desain 28
3.5.3. Layout 28
3.5.4. Tipografi 28
3.5.5. Ilustrasi 29
3.5.6. Warna 30

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

4.1. Media Tercetak 31
4.2. Teknik dan Material Produksi Media 31

DAFTAR PUSTAKA…….. 45
LAMPIRAN…….. 46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 7
Gambar 2.2 8
Gambar 2.3 9
Gambar 2.4 11
Gambar 2.5 11
Gambar 2.6 12
Gambar 2.7 12
Gambar 2.8 13
Gambar 2.9 13
Gambar 2.10 14
Gambar 2.11 15
Gambar 2.12 16
Gambar 2.13 16
Gambar 2.14 17
Gambar 2.15. 17
Gambar 2.16 18
Gambar 2.17 19
Gambar 3.1 27
Gambar 3.2 29
Gambar 3.3 30
Gambar 3.4 30
Gambar 3.5 31
Gambar 4.1 33
Gambar 4.2. 17
Gambar 4.3 18
Gambar 4.4 19
Gambar 4.5 27
Gambar 4.6 29
Gambar 4.7 30
Gambar 4.8 30
Gambar 4.9 31
Gambar 4.10 33

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perjalanan sejarahnya, kota Bandung mewariskan sejumlah bangunan yang bernilai historis, sebagai salah satu bukti dari eksistensi dan kejayaan kota pada masa lampau. Dengan kata lain, Bangunan-bangunan bersejarah merupakan arsip arsitektur bangunan tua yang bernilai estetis tinggi. Monumen merupakan salah satu bangunan yang memiliki arti penting bagi sejarah kota Bandung. Salah satunya adalah Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat.

Surat Keputusan Gubernur Jawa Barat (Kepala Daerah Tingkat I Jawa Barat) tanggal 28 Januari 1982 No.593.82/Sk.133.Pem.Um/82, tentang Penetapan lokasi untuk pembangunan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat. Di dalam Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat terdapat suatu ruang yang berfungsi sebagai Museum. Pembangunan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat bersama-sama dengan Lapangan Upacara yang direncanakan sebagai sumbu pusat pemerintahan Provinsi Jawa Barat. Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat berlokasi di Jalan Dipati Ukur, Kelurahan Lebak Gede dan Sadang Serang, Kecamatan Coblong, wilayah Cibeunying Kota Bandung.

Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat berada di kawasan terbuka, bergaris bentang lurus antara Gedung Sate, Lapangan Gasibu dengan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat, berdiri di atas lahan seluas ± 72.040 m2,sedangkan luas bangunan 2.143 m2. Pembangunan dilakukan secara bertahap sejak tahun 1991 dan dibiayai oleh APBD Provinsi Jawa Barat tahun anggaran 1991-1992 sampai dengan 1995-1996. Pada saat didirikan, Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat dikelola oleh Yayasan Dharma Bakti (*Islamic Centre*) salah satu yayasan Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Pendirian Yayasan tercantum dalam Akta Notaris Nomor 68 tanggal 21 Pebruari 1992 dan diperbaharui

dengan Akta Nomor 14 tanggal 13 November 1996. Penentuan desain ditempuh melalui sayembara dengan melibatkan ahli teknis dan seniman serta sesepuh sehingga desain dapat mencerminkan nilai-nilai perjuangan rakyat Jawa Barat. Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat dirancang oleh arsitek Bandung Slamet Wirasonjaya dan perupa Sunaryo.

Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat dirancang untuk dijadikan museum sejarah. Namun demikian, hingga sekarang museum tersebut belum dibuka untuk umum. Sebagai konsekuensi logis belum dibukanya museum tersebut kepada publik, menyebabkan masyarakat umum belum mengetahui keberadaan museum Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat. Pernyataan ini diperkuat lagi oleh hasil penelitian yang dikemukakan oleh Dadang Sulaeman (2008:114) bahwa secara umum masyarakat belum menyadari kehadiran monumen ini sebagai salah satu tempat mengenang peristiwa perjuangan walaupun realitas Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat dapat menjadi pencitraan kota Bandung dan daerah Jawa Barat pada umumnya. Yang melatar belakangi didirikannya Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat ialah sebagai pengabdian nilai-nilai kebudayaan dan sebagai sarana pewarisan nilai-nilai perjuangan rakyat Jawa Barat kepada generasi yang akan datang.

Di samping itu, kurangnya kesadaran masyarakat tentang kehadiran museum ini menyebabkan pula terjadinya vandalisme pada bangunan monumen dan ditambah lagi dengan pemanfaatan kawasan untuk kegiatan sosial, olah raga, pedagang kaki lima, dan lain-lainnya yang pada akhirnya dapat memperlihatkan suatu kenyataan bahwa kawasan tersebut seolah-olah tidak bernilai penting. Untuk meminimalkan perilaku tersebut, petugas jaga monumen membuat pagar kawat 5 berduri di halaman depan. Namun, karena kurangnya pemahaman pengelola kawasan, pemagaran menyebabkan citra Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat semakin buruk dalam penilaian masyarakat. Hal tersebut diperparah lagi oleh kurangnya pemahaman masyarakat tentang fungsi monumen bersejarah, yang memandang monumen sebagai simbol

kepahlawanan masa lalu, pasif, esklusif dan monoton, belum memahami bahwa fungsi monumen salah satunya sebagai tempat mengenang peristiwa-peristiwa masa lalu, sebagai suatu tempat konservasi.

Mencermati permasalahan di atas, penelitian ini mengkaji bagaimana cara mempromosikan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat sehingga monumen dapat berfungsi sebagaimana tujuan penyelenggaraan sebuah museum sejarah. Dengan demikian, persepsi masyarakat tentang monumen, khususnya penilaian terhadap Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat akan menjadi lebih baik. Pengkajian ini perlu dilakukan karena masyarakat kurang menyadari kehadiran monumen ini sebagai salah satu tempat mengenang peristiwa perjuangan walaupun realitas Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat dapat menjadi pencitraan kota Bandung dan daerah Jawa Barat.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka telah teridentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Masih kurangnya perhatian masyarakat Bandung terhadap monumen perjuangan rakyat Jawa Barat.
2. Belum berfungsinya dengan baik semua fasilitas-fasilitas yang ada pada Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat.
3. Kurangnya pemahaman pengelola kawasan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat yang menyebabkan rusaknya citra monumen di mata masyarakat.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan diteliti antara lain :

1. Bagaimana cara menumbuhkan semangat nasionalisme dan menghargai monumen kepada generasi muda sejak dini?

2. Bagaimana merancang media promosi yang bersifat edukatif, sehingga dapat menarik perhatian untuk mengunjungi monumen?

1.3 Fokus Masalah

Untuk membatasi ruang lingkup masalah yang sudah diidentifikasikan, maka batasan masalah yang akan ditetapkan adalah perancangan media promosi dan media pendukung lainnya.

1.4 Tujuan perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah:

1. Memberikan kemudahan bagi para pengunjung untuk memperoleh informasi mengenai objek wisata sejarah Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat.
2. Mengarahkan target khalayak untuk mengunjungi Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat.
3. Memaksimalkan fungsi dari monumen perjuangan rakyat Jawa Barat sebagai objek wisata sejarah.

1.5 Kata Kunci

Kata kunci yang diperoleh untuk promosi ini adalah:

- Monumen adalah simbol yang tidak hanya memberikan suatu perlambangan atas suatu kejadian, visi atau benda semata. Tetapi juga memberikan makna bagi yang melihatnya.
- Promosi menurut *Onong Uchjana Effendy* adalah : “Promosi atau *promotion* berasal dari bahasa latin, yang terdiri dari dua kata yaitu *“Pro”* dan *“Movere*”. *Pro* berarti maju dan *movere* berarti bergerak. Jadi promosi maknanya ialah membuat sesuatu tampak terbuka dan hidup senantiasa”. (Effendy, 1986:180).

BAB II

Tinjauan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat

2.1 Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat

Monumen merupakan sebuah simbol yang tidak tidak hanya memberikan suatu perlambangan atas suatu kejadian, visi atau benda semata, tapi juga memberikan makna bagi yang melihatnya (Leonardi Suryakanta, 2001).

Istilah monumen berasal dari bahasa latin yaitu *"monumentum"*, berasal dari kata *"monere"* yang artinya menenangkan atau mengingatkan kembali. seperti dikutip dari M.Itradi Subari, 1981 : 45

Dari keterangan diatas, ciri pokok pada istilah monumen ialah unsur waktu, artinya ada sesuatu peristiwa atau kejadian yang lampau yang diusahakan tetap dirasakan hingga waktu sekarang.

2.1.1. Struktur Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat

Tampilan depan bangunan MPRJB menyerupai serumpun bambu yang terdiri dari lima pilar berjejer vertikal dan melengkung. Pilar tertinggi 17 m2 menandakan tanggal kemerdekaan RI. Pilar tersebut terbuat dari beton bertulang, tersusun simetris dan memberikan ruang lobi di tengah dengan lantai marmer serta warna pondasi pelatarannya terbuat dari marmer abu-abu.



Gambar 2.1. Bangunan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat

Sumber: Romulo

Lantai dasar monumen dicapai dengan menaiki tangga menyerupai tata letak sebuah punden (suatu tinggalan bangunan megalikum yang selalu berada di dataran tinggi). Dasar monumen berbentuk lingkaran, berdiameter 45 m^2, Memiliki makna tahun kemerdekaan Republik Indonesia. Jumlah 8 buah tangga melambangkan bulan kemerdekaan RI. Untuk mencapai ruang plaza ini, pengunjung harus menaiki dua tahap tangga. Tahap pertama terdiri dari 8 anak tangga dan kedua 17 buah anak tangga. Pada kedua sisi kiri dan kanan plaza terdapat 8 (delapan) buah pilar. Tampak dari depan, konfigurasi nilai historis dan budaya lebih menonjol dari pada unsur kegunaan praktis.

Dari arah utara, desain bangunan tampak menyerupai kubah masjid yang melambangkan sifat religius masyarakat Jawa Barat.



Gambar 2.2 Desain bangunan MPRJB arah utara

Sumber: Romulo

Unsur manfaat praktis Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat adalah dengan menghadirkan relief peristiwa sejarah pada dinding sebelah utara. Relief ini menceritakan peristiwa sejarah yang dimulai sejak masa Kerajaan Sunda, masa kolonial, Sumpah Pemuda, Perjanjian Linggarjati 1946, Pembrontakan DII/TII, Long March Devisi Siliwangi, Tritura (Tiga Tuntutan Rakyat, yaitu: Bubarkan PKI, Bersihkan Kabinet, Turunkan Harga), Konferensi Asia-Afrika mencetuskan Dasa Sila Bandung. Ruangan ini sebagai pengantar untuk menuju materi ruang pameran museum di bawah bangunan monumen. Dengan demikian, terdapat dua bagian utama pada Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat, yaitu Monumen itu sendiri sebagai daya tarik tampilan luar dan museum sebagai ruang publik, sebuah ruangan yang menginformasikan latar belakang pendirian Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat.

2.1.2. Relief

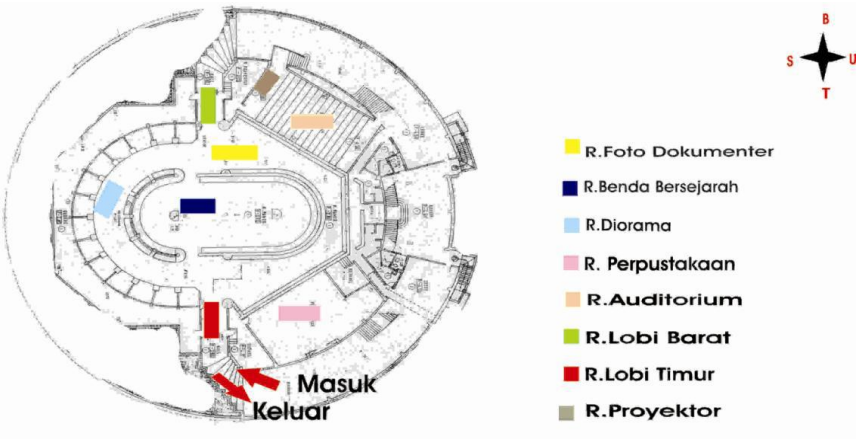
Relief ini menceritakan peristiwa sejarah yang dimulai sejak masa Kerajaan Sunda, masa kolonial, Sumpah Pemuda,

Perjanjian Linggarjati 1946, Pembrontakan DII/TII, Long March Devisi Siliwangi, Tritura (Tiga Tuntutan Rakyat, yaitu: Bubarkan PKI, Bersihkan Kabinet, Turunkan Harga), Konferensi Asia-Afrika mencetuskan Dasa Sila Bandung. Ruangan ini sebagai pengantar untuk menuju materi ruang pameran museum di bawah bangunan monumen.

Dengan demikian, terdapat dua bagian utama pada Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat, yaitu Monumen itu sendiri sebagai daya tarik tampilan luar dan museum sebagai ruang publik, sebuah ruangan yang menginformasikan latar belakang pendirian Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat.

2.1.3. Ruang Pameran Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat

Ruang Pameran Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat terdiri dari tiga ruang, yaitu : Ruang Diorama, Ruang Foto Dokumenter serta Ruang Pamer Benda Bersejarah. Ruang Pameran ini didukung oleh ruang fungsional sebagaimana penyelenggaraan sebuah museum. Berikut Denah Ruang di bawah bangunan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat.



Gambar 2.3 Denah Ruang Pameran Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat

Sumber: Romulo

Pintu masuk ke ruang bawah sebenarnya dari arah Barat tapi karena tidak berfungsi, pintu ini ditutup sebagai gantinya pintu keluar dijadikan pintu masuk. Dengan demikian, pintu masuk dan keluar berada satu pintu, yakni di tengah arah belakang ruang plaza, tepatnya di antara ruang relief ke arah utara bangunan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat. Setelah melalui ruang lobi timur, pengunjung memutar ke kiri menuju Ruang Diorama, apabila mengambil arah lurus akan memasuki Ruang Benda Bersejarah. Antara Ruang Diorama dan Ruang Benda Bersejarah terdapat dinding beton sebagai pemisah. Dinding tersebut sejajar vertikal dengan bangunan dan antara dinding pemisah dengan bangunan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat terdapat ruang diorama.

2.1.4. Ruang Diorama

Ruang Diorama berbentuk slinder dengan luas 450 m2. Ruang Pameran (Museum) tersebut sudah dilengkapi dengan sarana teknis antara lain: *air conditioner* 30 buah, lampu pijar 50 buah, lampu tempel *plafond (bare)* 2 buah, lampu sorot *(spot light)* 103 buah, *loud speaker* 19 buah, *smoke dete*ctor 19 buah dan *splinkler* 41 buah. Di ruangan ini terdapat 7 diorama, yaitu : Perjuangan Sultan Agung Tirtayasa bersama rakyat menentang VOC tahun 1658, kerja *Rodi* dengan membangun jalan raya dari Anyer di ujung barat jawa bagian barat sampai dengan Panarukan di ujung timur Pulau Jawa, Perundingan Linggarjati 1947, Bandung Lautan Api 24 Maret 1946, *Long March* Siliwangi Januari 1949, Konferensi Asia-Afrika di Bandung 1955, Operasi Pagar Betis atau Operasi Brata Yudha 1962.



Gambar 2.4 Diorama Peristiwa Sultan Agung Tirtayasa

Sumber: Romulo



Gambar 2.5 Diorama Peristiwa Kerja Rodi

Sumber: Romulo



Gambar 2.6 Diorama Peristiwa Perjanjian Linggarjati

Sumber: Romulo



Gambar 2.7 Diorama Peristiwa Bandung Lautan Api 24 Maret 1946

Sumber: Romulo



Gambar 2.8 Diorama Peristiwa Operasi Pagar Betis atau Operasi Brata Yudha 1962. Penangkapan S.M.Kartosuwiryo

Sumber: Romulo



Gambar 2.9 Long March Siliwangi Januari 1949

Sumber: Romulo



Gambar 2.10 Diorama Peristiwa Konferensi Asia Afrika Bandung 1955.
Sumber: Romulo

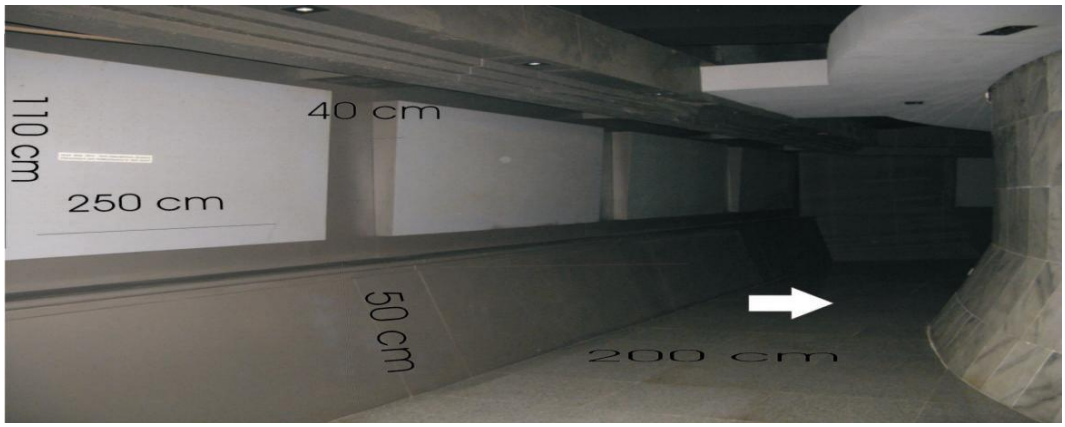
2.1.5. Ruang Foto Dokumenter

Materi Ruang Pameran yang disajikan adalah foto pahlawan K.H. Zaenal Mustofa, Rd. Dewi Sartika, Indische Partij: E.F.E. Douwes Dekker, Dr. Cipto Mangunkusumo dan R.M. Suwardi Suryadiningrat, Indonesia Menggugat, Karawang – Bekasi, Konferensi Asia Afrika.



Gambar 2.11 Materi Ruang Foto Dokumenter
Sumber: Romulo

Foto-foto tersebut tanpa bingkai ditempel pada dua lembar panel dari 14 buah yang tersedia. Panel-panel tertempel langsung ke tembok bangunan. Ukuran setiap panel adalah tinggi 110 Cm2 dan lebar 250 Cm2. Jarak spasi antarpanel 50 Cm2. Jarak lantai dengan bagian bawah panel 50 Cm2. Panjang ruangan 70 m dan Lebar 2 m berbentuk lingkaran mengikuti bentuk bangunan.



Gambar 2.12 Ukuran Panel Ruang dan kondisi ruang

Sumber: Romulo

2.1.6. Ruang Pamer Benda Bersejarah

Ruang ini berbentuk lingkaran, berada di bawah bangunan MPRJB. Pada bagian dinding terdapat vitrin berjumlah 18 buah yang dibagi ke dalam 2 kelompok, yaitu 6 vitrin di bagian selatan dan 12 di bagian utara. Tinggi vitrin adalah 120 cm2 dan Lebar 300 cm2. Setiapvitrin bertingkat tiga dan ditutup dengan kaca. Di bagian tengah terdapat dua vitrin yang ditempel ke tiang penyangga bangunan. Tiang Penyangga tersebut berbentuk setengah lingkaran dengan diameter 60 cm2 dan tinggi 250 cm2.



Gambar 2.13 Ruang Pamer Benda Bersejarah.

Sumber: Romulo

2.1.7. Ruang Teknis Pendukung Pameran dan Ruang Auditorium

Ruang Auditorium di museum merupakan sarana penunjang untuk pemutaran film dan ruang untuk pertemuan. Pengunjung rombongan sebelum memasuki ruang pameran terlebih dahulu diberikan pengantar. Materi yang disampaikan adalah bersifat memotivasi agar pengunjung berkeinginan melanjutkan ke ruang pameran. Karena bersifat pengantar, durasi waktu untuk pengantar diupayakan antara 15-20 menit. Berkaitan dengan tujuan di atas, Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat dilengkapi dengan Ruang Auditorium dengan luas 153 meter2 dan berkapasitas 144 tempat duduk. Ruang Auditorium itu sudah dilengkapai peralatan taknis, yaitu : mimbar 1 buah, *air conditioner* 6 buah, lampu TL 32 buah, layar proyektor 1 buah, *smoke detector* 1 buah, *loud speaker* 4 buah, bel alarm 1 buah, lampu sorot *(spot light*) 46 buah, lampu pijar 22 buah, lampu dinding 14 buah, *white board* 2 buah, logo Pemda Jawa Barat 1 buah.

Auditorium terdapat ruang proyektor dengan luas 30 m2., dan sudah dilengkapi *air conditioner* 1 buah, lampu TL 6 buah, meja tulis 1 buah, lemari 2 buah, *sound system* 6 set. Kondisi lampu dan alat pendingin di Ruang Auditorium berfungsi dengan baik.



Gambar 2.14 Kondisi Ruang Auditorium

Sumber: Romulo

2.1.8. Ruang Lobi

Ruang Lobi atau Hall berada di sebelah timur dan barat. Luas ruangan kedua-duanya adalah 600 m2. Setiap ukuran ruang lobi berbeda. Ruang lobi timur dilengkapi dengan *air conditioner* 7 buah, lampu dinding 6 buah, lampu pijar 26 buah, lampu TL 16 buah, *smoke detector* 6 buah. Ruang lobi barat sudah dilengkapi dengan *air conditioner* 7 buah, *Splinkler* 6 buah, lampu sorot, 26 buah, lampu TL 16 buah, lampu pijar 6 buah, lampu tanda keluar 1 buah, *smoke detector* 7 buah. Di sisi kanan bagian tengah ruang lobi timur terdapat perpustakaan sedangkan di ujung ruangan bagian atas terpampang papan petunjuk ke ruang Museum, R. Diorama, R. Foto Dokumen, R. Pamer Benda Bersejarah.

Lantai terbuat dari ubin marmer warna krem, sedangkan temboknya dilapisi marmer pualam warna biru muda. Untuk penerangan di ruang lobi bersumber dari cahaya alam dan cahaya buatan. Cahaya alam adalah cahaya langit dan sinar matahari *(artificial light)* yang tembus melalui *glass block.*



Gambar 2.15 Lobby timur

Sumber: Romulo



Gambar 2.16 Lobby barat

Sumber: Romulo

2.1.9. Ruang Perpustakaan

Fungsi perpustakaan museum lebih bersifat ke dalam, yaitu menyediakan buku referensi yang diperlukan serta sarana publikasi hasil penelitian kurator museum. Ruang Perpustakaan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat memiliki luas 160 m2

dan belum tersedia buku-buku tetapi sudah dilengkapi dengan sarana teknis, yakni : *Air conditioner* 4 buah, lampu TL 21 buah, meja *counter* dan kursi tamu 1 set, meja tulis 1 buah, meja baca 15 buah, kursi baca 17 buah, lemari buku 11 buah, lemari dinding 1 buah, rak buku 14 buah, *smoke detector* 7 buah*, loud speaker* 5 buah, partisi kaca 3 buah, alarm 1 buah, lampu alarm 1 buah. Kondisi lampu di Perpustakaan berfungsi dengan baik.



Gambar 2.17 Perpustakaan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat
Sumber: Romulo

2.2 Pengertian Promosi

Promosi menurut *Onong Uchjana Effendy* adalah : “Promosi atau *promotion* berasal dari bahasa latin, yang terdiri dari dua kata yaitu *“Pro”* dan *“Movere*”. *Pro* berarti maju dan *movere* berarti bergerak. Jadi promosi maknanya ialah membuat sesuatu tampak terbuka dan hidup senantiasa”. (Effendy, 1986:180).

Promosi merupakan suatu kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak tentang sesuatu yang dijadikan bahan promosi agar khalayak merasa tertarik atau bertambah informasinya.

Promosi merupakan salah satu rangkaian kegiatan pemasaran suatu produk atau pelayanan jasa. Oleh karena itu berbagai informasi yang disampaikan melalui promosi diharapkan dapat memperkenalkan kepada masyarakat konsumen agar mengetahui apa yang telah diperkenalkan.

2.3 Khalayak Sasaran

1. Demografis (jenis / tipe orang)
   ditujukan secara khusus untuk khalayak sasaran dengan usia antara 6-12 tahun; dimana pada usia tersebut merupakan tingkat pada saat mengenyam pendidikan Sekolah Dasar. Adapun untuk tingkat sosial tidak dibatasi, karena perancangan lebih bersifat edukasi kepada siswa pelajar.
2. Geografis (berdasarkan lokasi)
   Secara geografis segmentasi anak-anak tinggal di kota Bandung.
4. Psikografis (karakter / sifat)
   Tertarik untuk lebih mengetahui tentang sejarah-sejarah perjuangan.
5. *Bihavioral* (prilaku)
   Dari segi prilaku adalah anak-anak yang suka dengan kebudayaan, kesenian dan nilai-nilai sejarah yang ada di Jawa Barat.

BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Komunikasi

Diperlukan suatu program dan media yang bisa mendukung promosi untuk memperkenalkan kembali monumen pada masyarakat sebagai solusi yang dapat merubah citra monumen dimata masyarakat. Untuk itu perancangan promosi harus disusun secara tepat, baik materi, cara penyampaian, dan efektif pada target khalayak. Melalui pendekatan secara persuasif yang bertujuan untuk mengajak khalayak untuk berkunjung ke Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat.

3.1.1. Pesan Utama

Pesan utama yang ingin disampaikan dari promosi ini adalah mengungkapkan keberadaan museum yang berada pada komplek Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat dan memiliki beberapa keunikan serta fasilitas-fasilitas pendukung yang selama ini tidak diketahui oleh masyarakat luas .

Adapun positioning (slogan) pada perancangan ini adalah “Bangkitkan semangatmu, Wujudkan kreasimu” positioning ini bertujuan untuk mengajak anak-anak untuk peduli dan bersemangat dalam menuntut ilmu.

3.1.2. Materi Pesan

Materi yang ingin disampaikan penulis dalam promosi tersebut ialah Memperkenalkan fasilitas-fasilitas yang ada pada monumen melalui event lomba melukis dan menggambar yang bertempat di area Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat.

3.1.3. Positioning

Positioning yang dilakukan pada promosi ini adalah Monumen yang memiliki fasilitas terlengkap di se- Jawa Barat

3.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan digunakan pada promosi ini adalah dengan menggunakan pendekatan persuasif dengan mengangkat tema semangat perjuangan pahlawan Republik Indonesia.

3.2.1. Pendekatan Kreatif

Dengan menggunakan pendekatan secara emosional diharapkan dapat menimbulkan keingintahuan dan semangat nasionalisme dalam diri khalayak.

3.2.2. Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang akan dilakukan pada promosi ini adalah:

- Menggunakan logo, sebagai identitas yang akan digunakan pada media-media promosi sehingga media tersebut memiliki identitas yang jelas.
- Tipografi yang dipakai disesuaikan dengan konsep sehingga menarik bagi anak-anak yang merupakan target utama dari event tersebut.
- Ilustrasi dan warna yang cerah sehingga dapat menarik perhatian serta membangkitkan semangat nasionalisme.Huruf-huruf yang digunakan juga
- Berkesan dinamis dan penuh semangat yang mempunyai unsur keterbacaan yang jelas agar dapat tersampaikan.

3.3 Strategi Media

Setelah perancangan strategi komunikasi dan strategi kreatif maka yang dibutuhkan adalah perancangan strategi media komunikasi karena dalam menyampaikan suatu pesan ke khalayak dibutuhkan sebuah media, pemilihan media ini bertujuan agar pesan yang disampaikan bisa diterima dan dapat menggugah rasa keingintahuan kepada target khalayak. Penggunaan media untuk kegiatan ini yaitu media lini atas (Above The Line) dan media lini bawah (Below The Line).

3.3.1. Pemilihan Media

pada perancangan promosi Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat bisa sampai kepada khalayak. Oleh karena itu dirancang sebuah perancangan promosi dengan menggunakan media-media yang dekat dan dapat dijangkau oleh target sasaran.Media Utama pada perancangan ini berupa poster yang mencakup seluruh aspek promosi dan informasi.

Sebagai media yang menginformasikan dan mengenalkan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat adalah:

1. Poster (Media Utama)

   Menurut kamus istilah periklanan Indonesia poster adalah Iklan warna berukuran besar yang dicetak pada selembaran kertas dan ditempatkan pada panel, dinding atau jendela kaca. Poster yang akan ditampilkan berupa informasi yang sifatnya mempersuasikan atau ajakan dalam keikutsertaan masyarakat akan berlangsungnya event ini yang bertujuan mempromosikan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat.

2. Billboard

   Adalah media luar ruang yang memiliki ukuran lebih besar. Yang dipasang pada tempat-tempat khusus yaitu jalan-jalan

protokol, persimpangan jalan, dengan ukurannya yang besar diusahakan promosi dapat bisa lebih mudah sampai kepada target sasaran.

3. X-Banner

   Adalah media dalam ruangan yang bersifat sebagai pendukung promosi yang di tempatkan pada tempat-tempat tertentu sehingga informasi terhadap jalanya event dapat di ketahui oleh khalayak umum.

4. Flyer

   Media Flyer merupakan media fleksibel karena penyebaranya begitu cepat dan dapat di aplikasikan di berbagai tempat dan kondisi.

5. Balon udara

   Media balon udara sangat menarik perhatian pada kawasan sekitar event berlangsung sehingga menimbulkan ketertarikan masyarakat sekitar dan sekaligus memberikan kesan sebuah event yang sedang berlangsung.

6. Stand event

   Media ini merupakan panggung tempat berbagai acara yang diadakan selama event berlangsung dan sekaligus tempat untuk memberikan pengarahan pada lomba serta berfungsi sebagai panggung untuk tempat hiburan yang akan memeriahkan event.

7. Gimmik

   Menurut kamus istilah periklanan Indonesia Gimmik adalah usaha untuk menarik perhatian khalayak melalui objek atau

cara yang dianggap sebagai hal baru atau luar biasa sehingga menimbulkan minat dan gairah untuk membeli produk tersebut.

3.3.2. Pertimbangan Dasar Penyebaran

Dengan pemilihan media seperti Billboard, Poster, X banner, dan *Gimmic* dll. Diharapkan dengan media-media tersebut promosi Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat dalam penyampaian informasinya bisa dengan mudah sampai kepada target sasaran. Karena media-media ini bisa dijangkau oleh target sasaran yang dituju dan penempatan media yang strategis sehingga dapat ditemukan dengan mudah.

Dalam penyebaran media-media yang telah disebutkan diatas, akan melibatkan pihak-pihak yang dapat dengan mudah membantu penyebaran media promosi ini. Seperti dinas pariwisata dan kebudayaan serta departemen pendidikan nasional terkait.

3.4 Strategi Distribusi

Dalam menyusun strategi distribusi perlu dipertimbangkan hal yang mendasari tentang lamanya menginformasikan dan memperkenalkan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat, termasuk setiap tahapan yang ada. Jalur distribusi yang akan digunakan pun harus jelas, jalur-jalur yang digunakan bisa melalui dinas pemerintah daerah dan melalui media pers

3.4.1. Pertimbangan Dasar Distribusi

Agar promosi ini sampai pada target *audiens* maka perlu adanya strategi dalam mendistribusikan media promosi yang dibuat, hal ini dilakukan agar apa yang diharapkan dalam pendistribusian media promosi ini benar-benar sampai pada

target audiens, untuk itu maka perlu adanya langkah-langkah dengan menjalin kerjasama dengan beberapa pihak yang erat hubungannya dengan pihak dinas pariwisata dan kebudayaan, dengan mendapatkan dukungan sepenuhnya dari PEMDA Kota Bandung, Ini dilakukan untuk membuka jalur kemudahan dalam pendistribusian media promosi yang dibuat.

3.4.2. Jalur Distribusi

Jalur distribusi dalam promosi Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat ini, dibagi dalam dua jalur yaitu, jalur umum dan jalur khusus.

Adapun jalur distribusi dengan jalur umum, adalah dengan cara memperkenalkan langsung media-media promosi kepada target sasaran. media tersebut adalah flyer, poster, billboard, brosur Yang ditempatkan di jalan-jalan umum diwilayah Bandung, dan tempat-tempat umum Bandung yang biasanya menjadi tempat yang banyak dikunjungi para target audiens.

Jalur khusus adalah penyebaran media yang khusus melalui media banner,dan instansi terkait yaitu Dinas Pariwisata Kota Bandung. Yang penyebaran medianya bisa diikuti dengan mendapatkan informasi yang lebih jelas mengenai Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat.

Media Promosi	Jalur Distribusi
Poster	Sekolah-sekolah, tempat-tempat umum dan jalan-jalan yang umum dilalui orang di wilayah kota Bandung dan pameran berlangsung
Billboard	Jalan-Jalan raya di wilayah Bandung Seperti jalan setia budi, asia afrika, tegalega, pasir koja, pasteur, cileunyi.
X Banner	1. JARANITRA jln. Cibogo no.9

	No. 23, Bandung 2. DISBUDPAR Jawa Barat, Jl. RE. Martadinata No.209, Bandung
Brosur	1. Tempat-tempat umum, sekolah-sekolah dan jalan-jalan yang umum dilalui orang di wilayah Bandung.
Gimmic	Diperjual belikan pada saat wisatawan berkunjung atau pameran

3.5. Konsep Visual

Panel konsep Background



Gambar 3.1 Panel Background

tampilan background menggunakan warna merah menyala yang melambangkan semangat perjuangan dengan tampilan ikon-ikon alat-alat menggambar sebanyak 8 jenis, dimaksudkan sebagai penegas kegiatan yang akan di lakukan pada saat acara menggambar

3.5.1. Gaya dan Kesan

Gaya visual yang digunakan pada konsep perancangan Sosialisasi ini adalah dengan menampilkan ilustrasi dua orang anak sekolah dasar yang sedang membawa pensil warna dan kuas cat. Dengan mengenakan ikat kepala yang berwana merah putih dan mengayunkan satu tangannya ke atas yang berkesan semangat untuk berkreasi.

3.5.2. Format Desain

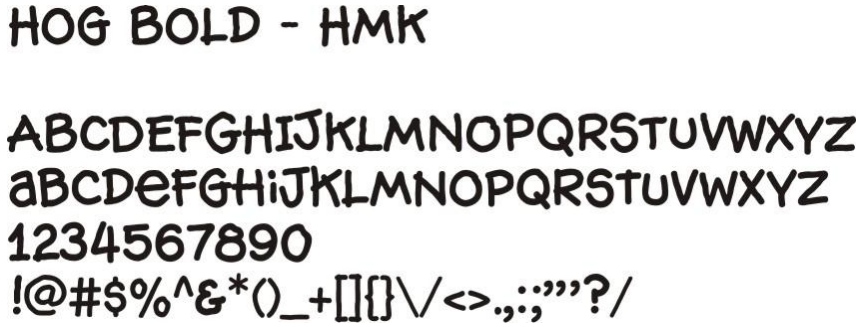
Pada desain untuk perancangan media akan digunakan komposisi landscape, portrait dan format logo pada media yang akan ditempatkan pada setiap media yang digunakan.

3.5.3. Layout

Layout atau tata letak yang meliputi penempatan semua unsur desain, yaitu gambar, ilustrasi dan teks. Perancangan dibuat berkesan memacu emosi anak-anak untuk menimbulkan ketertarikan dan keingintahuan.

3.5.4. Tipografi

Secara garis besar jenis-jenis huruf yang digunakan merupakan jenis huruf yang cocok untuk anak-anak dengan tingkat keterbacaan yang baik, sehingga dapat menjadi satu kesatuan dengan visual sesuai dengan khalayak sasaran yang ingin dicapai, yaitu anak-anak. berikut ini merupakan contoh tampilan huruf yang digunakan dalam media visual.



BEAR PAW

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

3.5.5. Ilustrasi

Penggunaan ilustrasi berfungsi untuk menjelaskan ,mempertegas dan sekaligus sebagai persuasi terhadap event tersebut.Ilustrasi yang dipakai pada media utama pendukung maupun pendukung tidak lepas dari unsur-unsur keceriaan pada event sehingga dapat mempengaruhi minat target audien.

gambar berbagai macam ekspresi dan kegiatan orang-orang yang sedang melakukan aktivitas layaknya seorang pejuang yang membawa senjata bambu,akan tetapi senjata tersebut diganti dengan alat-alat gambar sehingga bisa diartikan sebagai anak-anak yang bersemangat berjuang untuk menjadi pemenang dalam acara event tersebut



Gambar 3.2 ilustrasi final Pada Media

Gaya desain yang digunakan untuk menampilkan ilustrasi secara keseluruhan media adalah vektor grafis .gaya inilah yang dianggap paling representatif dengan selera anak-anak pada saat ini ini. Aplikasi pada desain kemudian diwujudkan tanpa penggunaan outline dan pewarnaan secara digital untuk obyek yang ditampilkan.



Gambar 3.3 Ilustrasi Anak Pada Media

karakter anak anak yang ditampilkan adalah illustrasi dari kecerian seorang anak dalam menyambut dan memeriahkan hari kemerdekaan Republik Indonesia.



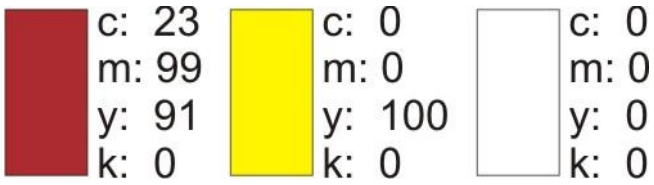
Gambar 3.4 Ilustrasi Bintang keluar dari Kotak

Ilustrasi yang berfungsi untuk penegasan, dengan tujuan untuk memperindah, menambah nilai estetis karya sehingga memberikan daya tarik besar dan memenuhi kepuasan estetis bagi pengamatnya.

3.5.6. Warna

Warna merupakan unsur desain yang sangat mempengaruhi kesan. Warna dalam konsep perancangan promosi ini adalah lebih menonjolkan warna merah, kuning dan putih pada teks media.

- Warna merah digunakan karena sesuai dengan target sasaran yang identik dengan warna merah dan putih, warna merah juga berguna untuk membangkitkan semangat khalayak.
- Warna kuning yang memiliki makna tegas, penuh semangat dan warna ini di anggap memiliki keterbacaan yang baik apabila diginakan diatas warna merah.
- Putih dapat diasosiasikan dengan kebersihan serta netral dan memiliki keterbacaan yang baik apabila di atas warna gelap.



Gambar 3.5 Warna Umum Pada Visual

BAB IV
MEDIA DAN TEKNIK PRODUKSI

4.1. Media Tercetak

Adapun media yang dipilih dalam teknik produksi pada perancangan promosi ini adalah iklan dalam bentuk media cetak, agar dapat menjangkau semua khalayak (target sasaran) dan sangat praktis penggunaannya dalam penyebaran media.

a. Teknik dan Material Produksi Media

Teknik yang dilakukan dalam proses pembuatan media utama (media lini atas) yaitu iklan poster, dibuat menggunakan software komputer untuk membantu proses pembuatan iklan cetak yaitu dengan menggunakan *software*: Corel Draw X4, Adobe Photoshop CS 3, untuk pembuatan stand event digunakan *software:* 3Dmax 9. Setelah proses pembuatan iklan televisi tersebut selesai maka file disimpan dengan format file CDR.

Adapun material yang digunakan pada produksi media kampanye tertera seperti rincian di bawah ini:

1. Poster



Gambar 4.1 Poster

Poster adalah Iklan warna berukuran besar yang dicetak pada selembaran kertas dan ditempatkan pada panel, dinding atau jendela kaca. Poster yang akan ditampilkan berupa informasi yang sifatnya ajakan.

Poster itu bisa terlihat di jalan mana saja, di halte bus, stasiun kereta api. Poster dapat menjadi sarana iklan yang efektif, praktis, dan harga murah.

Ukuran : 59,4 X 42,0 cm

Material : Art Paper 100 gram

Teknis cetak : Offset

Pra Cetak : Cutting

(memotong ukuran kertas plano menjadi dua bagian sama rata untuk menyesuaikan kertas ke mesin cetak)

Pasca cetak : Laminasi Glosy

Mesin Cetak : Grampuss 66

2. Flyer



Gambar 4.2 Flyer

Flyer adalah media informasi yang efektif untuk memberikan informasi yang lengkap kepada target sasaran dengan mempersuasi sasaran, penyebaran langsung ditunjukan pada sasaran pada saat penyuluhan.

Ukuran : 20 X 27 cm

Material : Art Paper 210 gram (Doubleside)

Teknis cetak : Offset

Pra Cetak : Cutting

(memotong ukuran kertas plano menjadi empat bagian sama rata untukmenyesuaikan kertas ke mesin cetak

Pasca cetak : Cutting

(memotong media yang tidak tercetak)

Mesin cetak : PM GTO

3. X-banner



Gambar 4.3 X- Banner

Banner adalah media yang biasa digunakan di dalam ruangan dan bersifat sebagai media pendukung yang ditempatkan pada tempat-tempat tertentu seperti Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Pemda JABAR.

Ukuran : 59,4 cm X 160 cm

Material : Collybrate Flexy Frontlite

Teknis cetak : Digital printing laminasi doff Rp.150.000,-

Pasca cetak : Mata 4 titik dan kaki rangka display

4. T-Shirt



Gambar 4.5 T-Shirt

Digunakan pada saat acara berlangsung, T-shirt tersebut diberikan kepada anak-anak dengan tujuan sebagai salah satu media yang bisa mengingatkan bagi para pembacanya untuk mengingat kan dimana acara berlangsung.

Ukuran : Disesuaikan
Material : Cotton Combat
Teknis cetak : Sablon
Harga : Rp. 20.000,- / T-Shirt

5. Stiker



Gambar 4.7 Stiker

Stiker merupakan media pendukung yang memiliki fungsi sebagai media pengingat dan Diberikan secara gratis kepada semua peserta lomba setelah acara berlangsung.

Ukuran : 4 X 13 cm – 4.5 X 10.5 cm

Material : Glossy paper
Teknis cetak : Cetak Digital
Pra Cetak : Cutting
Pasca cetak : Cutting
Mesin cetak : Epson R-230

6. Gantungan Kunci



Gambar 4.8 Gantungan Kunci

Gantungan kunci merupakan media pengingat yang akan diberikan kepada khalayak sasaran bersamaan dengan media gimmik lainnya.Diberikan secara gratis kepada semua peserta lomba setelah acara berlangsung.

Ukuran : 4.4 X 4.4cm
Material : Glosy paper
Teknis cetak : Cetak Digital
Pasca cetak : Laminasi doft
Mesin cetak : Epson R-230

7. Pin



Gambar 4.9 Pin

Pin merupakan media pengingat yang akan diberikan kepada khalayak sasaran bersamaan dengan media gimmik lainnya.Diberikan secara gratis kepada semua peserta lomba setelah acara berlangsung.

Ukuran : diameter 5,9 cm
Material : Viber plastik, lmunium
Teknis cetak : Cetak Digital
Pasca cetak : Laminasi doff Rp. 2.500,-
Mesin cetak : Epson R-230

8. Spanduk



Gambar 4.10 spanduk

Spanduk adalah media informasi yang efektif untuk memberikan informasi yang lengkap kepada target sasaran, dengan ukurannya yang lebar dapat memuat informasi yang lengkap.

Ukuran : 3.0 x 0.9 m
Material : Viber plastik, lmunium
Teknis cetak : Cetak Digital
Pasca cetak : Laminasi doff Rp. 25.000/m^2,-
Teknis cetak : Offset
Mesin Cetak : Grampuss 66

9. Billboard



Gambar 4.11 billboard

Billboard adalah media luar ruang dengan ukuran yang lebih besar dan ditempatkan pada tempat-tempat khusus ataupun jalan yang sering dilalui oleh orang banyak sehingga pesan yang ingin disampaikan akan lebih mudah sampai dan diingat oleh target khalayak.

Ukuran : 3 x 5 m
Material : Viber plastik, lmunium
Teknis cetak : Cetak Digital
Pasca cetak : Laminasi doff Rp. 25.000/m^2,-
Teknis cetak : Offset
Mesin Cetak : Grampuss 66

10. Balon udara



Gambar 4.12 balon udara

pemakaian balon promosi bertujuan untuk menjadikan promosi event tampak begitu khas dan berkelas dengan pemakaian balon terbang promosi .

Jenis bahan: PVC

Ukuran : oval:jari-jari: 2m

Kotak: 3x3x3 m

Teknis cetak : cetak digital

Mesin Cetak : Grampuss 66

Harga sewa balon Udara Oval Diameter 12 meter : Rp 5.500.000,-

Harga sewa balon Udara Kotak 3x3x3 meter : Rp 6.000.000,-

11. Umbul-umbul



Gambar 4.10 spanduk

Digunakan sebagai media promosi dan juga sebagai pengantar menuju tempat acara berlangsung.

Ukuran : 3 x 5 m

Material : TC2

Teknis cetak : Sablon

Harga : Rp. 7000,- / meter

12. Puzzle



puzzle merupakan media permainan yang bertujuan sebagai pengingat yang akan diberikan kepada khalayak sasaran bersamaan dengan media gimmik lainnya.Diberikan secara gratis kepada semua peserta lomba setelah acara berlangsung.

Ukuran : 20x20 cm
Material : duplex
Teknis cetak : Sablon press
Harga : Rp. 20.000 /pc

13. Gapura



Gapura merupakan gerbang menuju tempat acara berlangsung yang bertujuan sebagai

Ukuran : tinggi: 3,5 x

Material : triplek, PVC

Teknis cetak : digital

14. Iklan Majalah



Iklan majalah dalam penyampaian informasi mengenai event acara yang dimaksudkan untuk menarik minat anak-anak yang menjadi konsumen media majalah. Adapun pemilihan majalah yang dipilih adalah majalah anak-anak yang sesuai dengan target khalayak yakni majalah Bobo.

Ukuran :21 x 28 cm

Material :HVS

Teknis cetak : offset

Mesin cetak : PM GTO

15. Pulpen



Pulpen merupakan salah satu media gimmick yang bertujuan sebagai media pengingat dan akan disebarkan bersamaan dengan media gimmik lainnya.

Ukuran : 8 x 1,5 cm
Material : plastik
Teknis cetak : cetak digital
Mesin cetak : R-230

16. Name tag

Name tag berikut ini merupakan petunjuk identitas yang diberikan kepada para peserta lomba gambar saat mengunjungi acara. Secara garis besar pembuatan gambar pada name tag dikerjakan menggunakan software CorelDraw.



Ukuran	: 10 x 6 m
Material	: Viber plastik
Teknis cetak	: Cetak Digital
Pasca cetak	: Laminasi doff
Teknis cetak	: Offset
Mesin Cetak	: GTO

17. Stand event



Gambar 4.11 stand event

Media ini merupakan panggung tempat berbagai acara yang diadakan selama event berlangsung dan sekaligus tempat untuk memberikan pengarahan pada lomba serta berfungsi sebagai panggung untuk tempat hiburan yang akan memeriahkan event.

DAFTAR PUSTAKA

- Kunto, Haryoto, 1984. Wajah Bandoeng Tempoe Doeloe. Granesia

- Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi

- Romulo. (2009). *Kajian Tata Pameran Dalam Upaya Pemberdayaan Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat Sebagai Media Informasi Sejarah.* UNPAD: Thesis

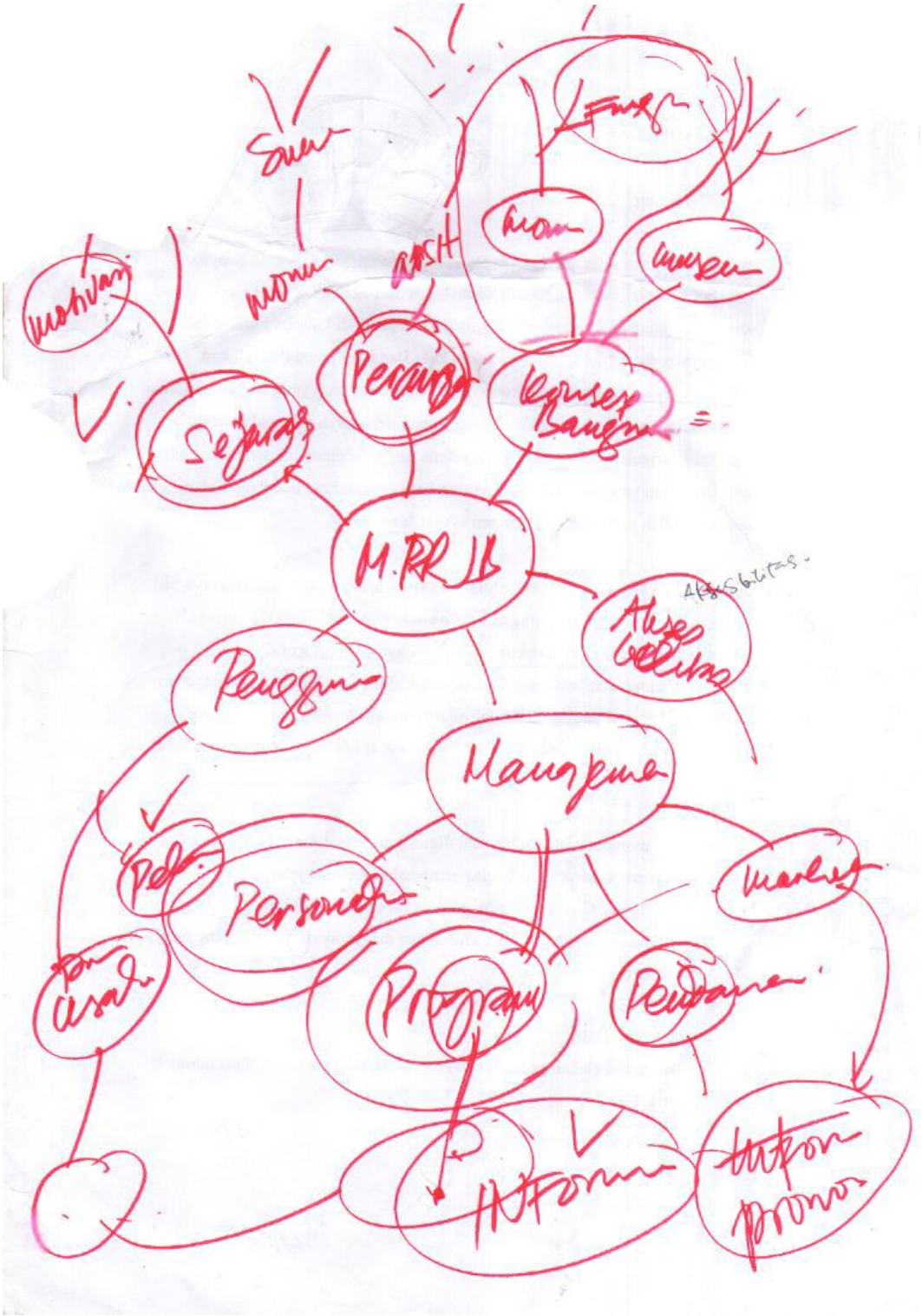
.

- Sulaeman, Dadang. (2008) *Analisis Patung Monumen Perjuangan Di Kota Bandung Karya Sunaryo*. ITB: Thesis.

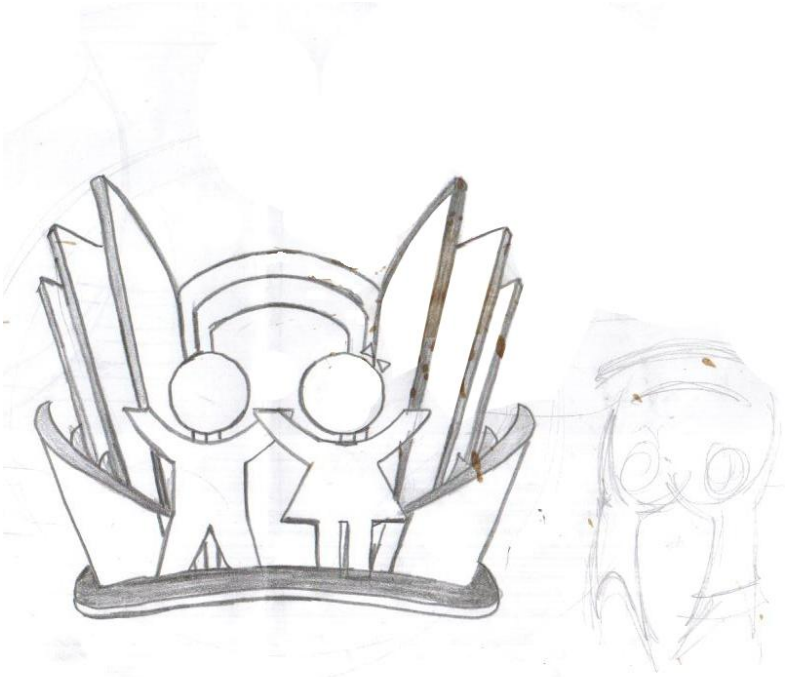
- Widagdo. Rita, 1984. Apa Itu Bentuk. Bandung: SR-ITB.

- Nugraha, Dadan. 2008. Bandoeng Laoetan Api. Tersedia di: http://www.bandungheritage.org (24 maret 2008)

Lampiran










bangkitkan semangatmu
wujudkan kreasimu
bangkitkan semangatmu
wujudkan kreasimu
BANGKITKAN SEMANGATMU
WUJUDKAN KREASIMU
Arti warna:
pengetahuan
muda,kesuburan
semangat
kreatif,menyenangkan
masa lalu,perjuangan,klasik
ceria,bahagia
Alternatif font:
bangkitkan semangatmu
wujudkan kreasimu
bangkitkan semangatmu
wujudkan kreasimu
BANGKITKAN SEMANGATMU
WUJUDKAN KREASIMU
BANGKITKAN SEMANGATMU
WUJUDKAN KREASIMU
Bangkitkan semangatmu
wujudkan kreasimu



