BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia sepanjang hidupnya tidak bisa dipisahkan dengan seni sebab seni adalah bagian dari kehidupan manusia, dan suatu karya seni dapat berfungsi baik secara individual bagi penciptanya dan penikmatnya, maupun secara sosial dalam kehidupan sehari – hari. Mengingat perkembangan dan pertumbuhan Kota Bandung saat ini semakin menggeliat dalam bidang perekonomian. Selain itu, Bandung sudah menjadi kota tujuan wisata, baik untuk wisatawaan lokal maupun domestik.

Di Kota Bandung terdapat museum seni lukis yaitu Museum Seni Barli yang menyediakan wadah bagi para pengamat dan para pecinta seni untuk selain dapat menikmati nlai-nilai intelektual estetika, dan ekspresi artistik karya-karya Barli atau ruang bagi masyarakat kota Bandung terlebih untuk anak sekolah yang memiliki keinginan atau kreatifitas-kreatifitas yang terus berkembang dan butuh tempat untuk dapat mengekspresikan atau memberikan apresiasi tentang seni dan budaya.

Dari semua itu dengan adanya museum seni rupa di kota Bandung, tidak hanya untuk konsumsi wisatawan, tetapi juga untuk proses belajar dan mengajar seni rupa, yang bila berhadapan dengan sejarah, fakta-faktanya bisa secara langsung diapresiasi oleh para pelajar, mahasiswa, maupun masyarakat.

Museum Seni Barli memiliki koleksi-koleksi atau karya-karya cukup banyak baik itu dari Barli, keluarga atau rekanan-rekanan sesama pelukis dan budayawan, koleksi yang adapun seperti lukisan-lukisan realisitik, ekspresif, dan banyak lainya. Didalam Museum Seni Barli ini juga terdapat sejarah-sejarah tentang Barli, koleksi benda-benda yang pernah digunakan oleh Barli, piagam-piagam penghargaan, karya yang pertama kali dibuat dan banyak lagi lainya.

Di museum masyarakat bisa mengamati dan belajar mengenai apa yang terdapat di dalam museum tersebut. Sayangnya keberadaan museum tidak mendapat perhatian dan kurang diminati oleh masyarakat. Museum seolah-olah adalah tempat kuno yang membosankan dan tidak menarik sama sekali. Jarang ada orang yang tertarik untuk pergi ke museum dan belajar serta melihat objek yang ada di dalamnya.Kurangnya perhatian dan sosialisasi mengakibatkan masyarakat mulai menganggap bahwa museum adalah tempat yang kuno , membosankan.

Program-program yang ada di museum Barli merupakan bentuk upaya mempromosikan museum, tetapi sarana informasi untuk memberitahukan kepada masyarakat bahwa di museum Barli itu memiliki program-program atau kegiatan menarik sangat kurang, maka dari itu banyak dari masyarakat yang kurang memperhatikan keberadaan program-program yang menarik yang dimiliki oleh Museum Seni Barli.

1.2. Identifikasi Masalah

Dalam upaya menjelaskan ruang lingkup permasalahan yang dihadapi yaitu, minat masyarakat mengunjungi Museum Seni Barli yang sedikit demi sedikit mulai berkurang dan masyarakatyang kurang meminati untuk mempelajari tentang seni dan budaya, terutama pada seni lukis. Adapun masalah yang teridentifikasi adalah :

- Program atau kegiatan yang menarik kurang di informasikan kepada masyarakat.
- Minat untuk mencoba tentang seni luki sedikit demi sedikit mulai berkurang.
- Minat belajar atau mengetahui tentang seni lukis sedikit berkurang.
- Program sekolah lukis yang sedikit demi sedikit menurun minatnya.

Masyarakat kurang mengetahui akan informasi tentang program-program yang terdapat di Museum Barli ini dan minat untuk belajar atau mengetahui tentang seni lukis sedikit demi sedikit mulai berkurang.

1.3. Fokus Masalah

Minat masyarakat untuk untuk belajar atau mengetahui, mengenal dan mencoba tentang seni budaya khususnya seni lukis sedikit demi sedikit mulai berkurang.

1.4. Tujuan Perancangan

Banyak yang tidak mengetahui tentang Museum Seni Barli, baik itu dari lokasi Museum Seni Barli itu sendiri dan tentang begitu banyak koleksi atau pun program yang telah di buat oleh museum Barli, program-program yang telah dibuat oleh Museum Seni Barli ini di peruntukan kepada semua kalangan atau untuk umum yang dapat mengikuti program-program yang terdapat di museum Barli.

Dengan fokus masalah yang telah dijabarkan maka dari itu tujuan perancangan adalah memberikan dan informasikan tentangMuseum Seni Barli dan program-program atau informasi lainnya yang dibutuhkan kepada masyarakat luas agar masyarakat dapat mengenal, mengajak, dan mencoba tentang seni dan budaya terutama seni lukis dan meningkatkan minat masyarakat untuk mempelajari tentang seni lukis.

1.5. Kata Kunci

- Promosi : suatu bentuk komunikasi antara penjual dan pembeli yangbertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal sehingga menjadi pembeli atau pelanggan dan tetap mengingat produk tersebut.

- Event : sesuatu yang dana, tidak abadi, dan setiap event merupakan suatu campuran yang unik dari durasi, pengaturan, pengurus dan orang-orangnya. Sedangkan spesial event adalah suatu ritual istimewa, penunjukan, penampilan, atau perayaan yang pasti direncanakan dan dibat untuk menandai acara-acara khusus atau untuk mencapai tujuan sosial, budaya atau tujuan bersama-sama.

BAB II

PROFIL MUSEUM SENI BARLI

2.1. Profil Museum Seni Barli

Museum Barli ini berada di Jl.Prof.Ir.Sutami No.91 Bandung, Jawa Barat, Indonesia, dan Museum Barli didirikan pada tanggal 26 Oktober 1992 Jawa Barat, Indonesia. Museum ini banyak memiliki koleksi dan memamerkan karya-karya kontemporer Museum yang berperan sebagai sarana apreasi ini mengumpulkan banyak karya seni rupa pilihan dengan nilai-nilai estetik yang patut menjadi tonggak sejarah perjalanan seni rupa Bandung. Alternatif lain, dan sangat ideal, banyak gedung atau bangunan baik itu milik pemerintah, perorangan atau umum menyediakan ruangan khusus yang dipakai untuk pusat kegiatan budaya (cultural center) yang permanen, yang dikelola secara profesional. Keberadaan pusat budaya diprogramkan sedemikian rupa sehingga dapat berperan meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap karya-karya seni atau budaya yang ada. Dalam perkembangannya, museum ini berusaha meningkatkan rasa cinta tanah air dan perkembangan seni budaya. Barli menduduki posisi dalam seni realistik sebagai basis perkembangan seni rupa di Indonesia.

2.1.1. Biografi Pendiri Museum Barli

Berdasarkan gagasan Barli Sasmitawinata yang terpendam sejak puluhan tahun lalu, didirkanlah Museum Barli ini yang berbentuk museum perorangan, maka dengan tanpa mengenal batas dan perannya dalam mewujudkan cita-cita, ikut pula seluruh keluarganya dalam upaya mendukung berdirinya museum ini. Dengan dibantu pula oleh Charles Ali—arsitek muda Bandung, maka terwujudlah gagasan itu. Barli Sasmitawinata adalah seorang maestro seni lukis realistik. Pria yang lahir di Bandung 18

Maret 1921 itu menjadi pelukis berawal atas permintaan kakak iparnya, tahun 1935, Sasmitawinata, agar Barli memulai belajar melukis di studio milik Jos Pluimentz, seorang pelukis asal Belgia yang tinggal di Bandung. Perjalanan karir lukis Barli dimulai sejak tahun 1930-an sebagai ilustrator terkenal di Balai Pustaka, Jakarta. Selain itu sebagai ilustrator untuk beberapa koran yang terbit di Bandung.

Dia juga dipakai sebagai ilustrator untuk beberapa koran yang terbit di Bandung. Keterampilan tersebut masih berlanjut di tahun 1950-an saat dia sudah melanglang buana ke mancanegara. Barli Sasmitawinata (86), pelukis dan guru yang berperan penting dalam perkembangan seni rupa Indonesia, telah pergi. Seniman ini meninggal di Rumah Sakit Advent Bandung, Kamis 8 Februari 2007 sekitar pukul 16.30.

2.1.2. Visi dan Misi

- **Visi** : Museum Barli dibangun agar dapat menjadi asset nasional sebagai keberadaan senirupa Indonesia dalam percaturan Internasional.
- **Misi** : Menyediakan wadah bagi masyarakat, para pengamat dan para pecinta seni untuk selain dapat menikmati nlai-nilai intelektual estetika, dan ekspresi artistik karya-karya Barli ataupun para pelukis lain yang ingin memanfaatkan wadah ini.

2.1.3. Koleksi Museum Barli

Adapun koleksi-koleksi yang dimiliki oleh miliki oleh museum Barli adalah koleksi lukisan dangan jenis lukisan yang beraneka ragam alirannya, ada lukisan abstrak, lukisan realis, lukisan ekspresionis, seni pahat patung. Adapun perjalanan sejarah seni modern di indonesiaSeni lukis modern Indonesia dimulai dengan masuknya penjajahan Belanda di Indonesia. Seni lukis Indonesia tidak melalui perkembangan yang sama seperti zaman renaisans Eropa, sehingga perkembangannya pun tidak melalui tahapan yang sama. Era revolusi di Indonesia membuat banyak pelukis Indonesia beralih dari tema-tema romantisme menjadi cenderung ke arah "kerakyatan". Objek yang berhubungan dengan keindahan alam Indonesia dianggap sebagai tema yang mengkhianati bangsa, sebab dianggap menjilat kepada kaum kapitalis yang menjadi musuh ideologi komunisme yang populer pada masa itu. Selain itu, alat lukis seperti cat dan kanvas yang semakin sulit didapat membuat lukisan Indonesia cenderung ke bentuk-bentuk yang lebih sederhana, sehingga melahirkan abstraksi.

Adapun koleksi-koleksi yang dimiliki oleh miliki oleh museum Barli adalah :



Gambar 2.1 Lukisan Pasar Bunga 1



Gambar 2.2 Lukisan Wanita



Gambar 2.3 Lukisan Pasar Bunga 2



Gambar 2.4 Lukisan Penari 1



Gambar 2.5 Lukisan Gambar Diri

2.2. Analisa Museum Barli

Museum Barli ingin menjadi museum dimana siapa pun dapat menyaksikan perkembangan seni lukis Barli dari masa ke masa. Ini diharapkan dapat menjadi ajang seni para seniman, atau siapun yang menjadi generasi penerus, dan masyarakat Kota Bandung. Museum ini menjadi salah satu tempat pameran dan sarana apresiasi seni dan budaya bagi masyarakat Indonesia, masyarakat Jawa Barat, Bandung khususnya. Dan akan bermanfaat bagi para seniman muda atau masyarakat yang ingin mengadakan pameran atau mengekspresikan dan mengapresiasikan tentang seni dan budaya, Museum Barli ini dilengkapi sarana pendidikan.

Museum Barli adalah museum yang memiliki berbagai macam karya seni lukis baik itu dari Barli sendiri atau dari pelukis-pelukis lainya, ada pula sekolah melukis untuk semua umur, dan museum Barli ini terdiri dari 3 Lantai yaitu :

- Lantai dasar diberi nama lantai Agung dimanfaatkan untuk pendidikan, diskusi, forum kecil membahas tentang seni dan budaya, dan pergelaran seni.
- Lantai satu di beri nama Chandra's Gallery dimanfaatkan untuk ruangan pameran, bagi siapun yang inging memamerkan hasil karyanya.
- Lantai dua diberi nama Atikah, dimanfaatkan untuk koleksi Barli Sasmitawinata dan koleksi khusus.

2.3. Analisa Museum Barli

Metode yang digunakan yaitu menggunakan 5W + 1H yaitu merupakan salah satu cara mengidentifikasi dari data yang diperoleh.

a. *What*

Museum Seni Barli adalah museum yang berbentuk museum perorangan, didalamnya terdapat sejarah-sejarah tentang Barli, koleksi benda-benda

yang pernah digunakan oleh Barli, piagam-piagam penghargaan, karya yang pertama kali dibuat, karya-karya lukis Barli yang beragai jenis, dan karya para seniman-seniman lainya. Museum Barli juga memiliki sekolah lukis yang diperuntukan bagi siapa pun yang ingin belajar melukis. Museum Seni Barli juga memiliki berbagai macam jenis program menarik, seperti sekolah lukis, yang terbuka pendaftarannya untuk semua kalangan.

b. *Why*

Museum Barli ingin menjadi museum dimana siapa pun dapat menyaksikan perkembangan seni lukis Barli dari masa ke masa.dan agar masyarakat mendapat pilihan tempat untuk dapat mengekspresikan dan mengapresiasikan tentang seni dan budaya,dan agar masyarakat dapat mengenal, menilai, dan mencoba tentang seni dan budaya terutama seni lukis.

c. *Where*

Museum Seni Barli ini berada di Jl.Prof.Ir.Sutami No.91 Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Museum Seni Barli memiliki tempat atau atsmosfer yang begitu untuk mendukung sebuah kegiatan yang memiliki hubungan tentang seni dan budaya terutama seni lukis karena begitu banyak karya-karya seni lukis baik itu dari Barli sendiri atau pun para seniman-seniman lainya.

d. *Who*

Siapa pun dapat dating dan mengunjungi museum Seni Barli karena museum ini diperuntukan untuk umum, dan museum ini memiliki sekolah lukis yang diperuntukan untuk semua kalangan.

e. *When*

Msueum Seni Barli dibuka pada pukul 10.00-17.00 Selasa s/d Minggu, dan untuk sekolah lukis sendiri dimulai pada pukul 15.00-17.00 dari hari Selasa s/d Minggu, pada hari Senin itu merupakan hari libur d museum Seni Barli.

How

Minat untuk mengunjungi atau mempelajari tentang seni dan budaya khususnya seni lukis sedik demi sedik mulai berkurang, minat untuk mempelajari atau mencoba seni lukis dapat di tingkat dengan cara mengadakan event lomba melukis yang di adakan di Museum Seni Barli.

Dapat dilihat dari analisa diatas Museum Seni Barli ingin memberikan ruang bagi siapa pun yang ingin mengenal, mengajak, dan mencoba tentang seni dan budaya terutama seni lukis maka dari itu perlu diadakan nya langkah-langkah untuk dapat meningkatkan minat mengunjungi museum Barli ini.

2.4. Promosi

Promosi menurut Julian Cummins mendefinisikan *" promosi sebagai serangkaian teknik yang digunkan untuk mencapai sasaran penjualan atau pemasaran dengan penggunaan biaya yang efektif, dengan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada para perantara maupun pemakai langsung, biasanya tidak di batasi dalam jangka waktu tertentu".*Promosi dapat memberikan informasi, menarik perhatian, dan memberi pengaruh terhadap audiens terhadap seni dan budaya.

2.5. Perancangan Promosi Terpadu

Museum Seni Barli berpotensi untuk menjadi wisata pendidikan karena, di museum ini memiliki koleksi-koleksi dari Barli dan di museum ini tidak hanya itu tetapi museum Barli ini memiliki program-program yang menarik yang dapat dijadi sebagai informasi bagi para siswa yang ingin mengetahui tentang seni dan budaya, dan museum ini terbuka untuk umum. Museum Barli memiliki program-program menarik seperti sekolah melukis, museum yang menyimpan koleksi-koleksi lukisan dari Barli sampai para pelukis terkenal.

Promosi yang dilakukan oleh museum Barli ini dilihat kurang, hanya kalangan-kalangan tertentu yang mengetahui apa saja yang terdapat di museum Barli ini, dan sekarang ini koleksi-koleksi yang dimiliki oleh museum kurang dipublikasikan danupaya promosi tidak banyakdilakukan. Perhatikan informasiapa saja yang ada didalam museum,informasi tentang koleksi, informasi tentang lukisan atau karya seni siapa saja yang ada di museum tersebut, promosi baik itu dari karya seni yang ada di dalam museum.

Adapun bentuk rancangan program untuk meningkatkan minat mengunjungi museum Barli ini adalah sebagai berikut :

NO	Program	Kegiatan	Keterangan
1	Kunjungan	• Melihat karya-karya lukis yang terdapat di Museum Barli • Melihat karya-karya seniman lain yang terdapat di Museum Barli • Melihat koleksi karya Barli Sasmitawinata • Talkshow mengenai museum Barli dan sharing tentang seni	adalah bulan dimana kegiatan ini efektif untuk dilakukan.

		dan budaya	
2	Sekolah Lukis	• Mempelajari seni lukis • Sharing tentang seni dan Budaya • Diskusi mini tentang karya lukis	Sekolah lukis adalah program yang dimiliki Museum Barli
3	Pameran	• Pameran Lukisan Karya Agung wikekaputra • Pameran Lukisan Karya Bunawijaya • Pameran Lukisan Karya Empal Gentong	Pameran-pameran ini adalah bentuk museum Barli sebagai wadah bagi para seniman atau pun masyarakat untuk memberikan apresiasi tentang seni lukis
5	Mini Event komunitas	• Perpaduan budaya urban dan daerah • Discjockie (diskusi dan performa • Video Jockie (diskusi dan performa) • Kreasi Kondom (talkshow) • Art Fotografi (pameran dan talkshow)	Mini event ini juga adalah bentuk promosi museum Barli untuk komunitas atau kelompok untuk mengekspresikan tentang berbagai bentuk seni dan budaya.
6	Spesial Event	Lomba melukis	Dengan tema “Natural”

Tabel 2.5

Pada baris no 6 itu adalah rancangan promosi spesial event, untuk bentuk dari perancangan itu sendiri akan dibahas di BAB selanjutnya.

2.6. Tujuan Perancangan Promosi Terpadu

Dibuatnya Perancangan promosi terpadu tersebut untuk menumbuhkan dan meningkatkan minat masyarakat untuk mengunjungi Museum Seni Barli ini dan agar masyarakat dapat menyaksikan perkembangan seni lukis Barli dari masa ke masa, sehingga masyarakat mendapat pilihan tempat untuk dapat megetahui tentangprogram-program atau informasi lainnya yang dibutuhkan dan agar masyarakat dapat mengenal, mengajak, dan mencoba tentang seni dan budaya terutama seni lukis dan meningkatkan minat masyarakat untuk mempelajari tentang seni lukis.

2.7. Khalayak Sasaran

Demografis : Siswa sekolah usia 15 tahun status SMP

Geografis : Kota Bandung, Jawa Barat.

Psikografis : Anak-anak yang memiliki minat belajar tinggi, rasa ingin tahu akan sesuatu yang baru sangat besar, tentang seni dan budaya.

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN

3.1. Strategi Perancangan

Untuk mencapai tujuan dari promosi yang baik, maka diperlukan beberapa strategi diantaranya adalah : strategi komunikasi, strategi kreatif, strategi media, dan strategi distribusi, yang akan dibahas sebagai berikut.

6	Spesial Event	Lomba Melukis	Dengan tema "Natural"

Tabel 3.1

Pada tabel Program Terpadu diatas merupakan event lomba yang diperuntukan untuk para anak sekolah, dengan target umur 15 tahun, dengan kategori bebas dengan tema " Natural". Disini memiliki tujuan agar para anak-anak sekolah dapat mengekspresikan dan mencintai tentang sebuah keindahaan sebuah lukisan dan agar dapatmengenal, mengajak, dan mencoba tentang seni dan budaya terutama seni lukis dengan peka terhadapa apa yang ada disekitar, dan dapat mengekspresikannya dalam sebuah buntuk karya lukis.

Bentuk strategi perancangan dari event tersebut adalah sebagai berikut :

Pra event	Pameran keliling ke sekolah-sekolah di sekitar Bandung memberikan informasi tentang museum barli dan event " Lomba melukis Naturalis"	Kegiatan yang dilakukan di pra event ini leih di khususkan untuk target audiens yaitu anak sekolah, pameran keliling dilakukan untuk memberikan informasi tentang museum Barli di

		sekolah-sekolah yang di kota Bandung
Event	Lomba Melukis dengan tema "Natural"	Lomba melukis yang berlokasi di Museum Barli di jl.Prof.ir.Sutami no 91
Pasca event	Kerja sama bersama Departemen Pendidikan dan Kebudayaan daerah Kota bandung untuk mengadakan Pameran keliling ke sekolah-sekolah yang ada di Kota Bandung.	Kegiatan yang di lakukan untuk kedepan agar dapat mendukung program-program atau kegiatan yang ada di Museum Barli

Tabel 3.2

Tema yang diangkat yaitu tema "Natural", museum Seni Barli memiliki berbagai koleksi karya-karya seni lukis, disni target diajak untuk dapat peka atau mengenal seni lukis dan dapat mencoba menggambarkan tentang sebuah keindahan alam atau sekitarnya.

Dan akhirnya masyarakat umum khususnya siswa siswi sekolah mendapatkan pilihan bagaimana menyalurkan atau mengekspresikan tentang seni dan budaya itu dapat dilakukan di museum Barli, karena museum Barli memiliki atsmofer dan ruang lingkup tentang seni dan budaya. Sasmitawinata karena ini dirasa cukup efisien dan efektif adapun tujuan yang ada ;

- Tujuan jangka pendek dari event ini adalah dapat memberikan informasi tentang museum Barli dan memberikan apresiasi untuk Museum Barli
- Tujuan jangka panjang dari event ini adalah museum Barli memiliki program rutin tahunan, dan agar dapat mengekspresikan dan mencintai tentang sebuah keindahaan sebuah lukisan dan agar

dapatmengenal, mengajak, dan mencoba tentang seni dan budaya terutama seni lukis dengan peka terhadap apa yang ada disekitar, dan dapat mengekspresikannya dalam sebuah bentuk karya lukis.

3.1.1. Strategi Komunikasi

Secara umum komunikasi berarti penyampaian pesan atau informasi, pernyataan yang dilakukan oleh seseorang terhadap orang lain dalam hubungan sosial. Adanya masalah yang ada diperlukan sebuah media yang memberikan atau mendukung promosi Museum Barli Bandung seiring dengan kurangnya minat masyarakat untuk datang atau mengunjungi, mengetahui dan mempelajari tentang seni dan budaya terutama seni lukis.

a. Tujuan komunikasi

Tujuannya adalah untuk pengunjung para siswa siswi sekolah untuk lebih mengetahui dan mencintai tentang seni dan budaya.

b. Materi Pesan

Materi pesan yang ingin disampaikan adalah adalah memberikan dan informasikan tentang Museum Seni Barli dan program-program atau informasi lainnya yang dibutuhkan kepada masyarakat luas agar masyarakat dapat mengenal, mengajak, dan mencoba tentang seni dan budaya terutama seni lukis dan meningkatkan minat masyarakat untuk mempelajari tentang seni lukis.

3.2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan digunakan salah satunya adalah dengan memberikan alat-alat gambar dan brosur yang berbentuk standard yang memiliki kesan tentang seni dan budaya, lebih di utamakan untuk seni lukis.

3.2.1 Pendekatan kreatif

Pendekatan kreatif yang digunakan dalam menyampaikan informasi promosi event Lomba Melukis dengan Tema “Natural” adalah dengan pemaparan secara umum terhadap pembahasan “Lomba Melukis dengan Tema Natural”, singkat dan jelas, dan dikemas secara jelas dengan menampilkan element visual berupa penggabungankonsep vektor.

3.2.2 Rasionalisasi visual

Pendekatan visual yang digunakan lebih difokuskan pada sesuatu yang bersifat untuk bebas berekspresi, keindahaan alam, dan kehidupan sekitar.

3.3. Strategi Media

Media yang akan digunakan dalam strategi ini adalah media-media yang dalam pendistribusiannya tidak menyulitkan target. Pemilihan media pun lebih dipikirkan lagi, dengan maksud agar informasi yang akan disampaikan lebih efektif dan tepat sasaran.

3.3.1. Pemilihan Media

Media yang digunakan untuk menyampaikan informasi tentang Museum Barli yaitu :

1. Media Cetak ;
    a. Poster

        Menurut kamus istilah periklanan Indonesia poster adalah iklan warna berukuran besar yang dicetak pada selembaran kertas dan ditempatkan pada panel, dinding.Disini poster akan dipasang pada pusat-pusat keramain dan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Disini poster di temple 1 bulan sebelum event dilaksanakan dan ditempelkan ditempat yang efektif, dan poster ini adalah media utama untuk penyampaian pesan atau informasi tentang even Lomba Melukis Bebas Gaya Barli.

    b. Brosur dan Flyer ;

        Brosur dan flyer ini juga akan ditempatkan atau disebarkan di tempat keramaian, sekolah-sekolah SMP. Brosur ini di berikan dengan sisipan flyer,isi brosur dan flyer tentang pengetahuan tentang museum Barli itu sendiri, dan tentang event Lomba Melukis dengan tema " Natural ".

    c. Media traffic ;

        Spanduk, umbul-umbul, Baligho ini akan ditempatkan di sekitar area museum Barli. Untuk media traffic ini di pasang 1 bulan sebelum acara dilaksanakan.

d. Media gimmick ;

   Pin, t-shirt, sticker, gantungan kunci, topi, Jam dinding, Sketch book,tempat alat lukis, pensil. Ini adalah salah satu usaha untuk menarik perhatian khalayak melalui objek sehingga menimbulkan minat dan gairah untuk membeli produk tersebut.

e. Media instore ;

   X-banner, duduk ini akan ditempatkan di Lingkungan Museum Barli.untuk x-banner diletakan disetiap sekolah yang telah di tentukan.

3.4. Konsep Visual

Konsep visual merupakan suatu konsep yang muncul dari ide verbal yang kemudian diolah kedalam bahasa visual, Konsep visual terdiri dari beberapa unsur visual yang terdapat pesan didalamnya.

Dalam konsep visual terkait masalah gaya & kesan, format desain, lay-out tipografi ilustrasi dan konsep vektor. Semuanya merupakan kesatuan yang dapat mendukung perancangan promosi sesuai dengan tujuan komunikasi yang ingin di capai.

3.4.1. Gaya dan kesan

Gaya dan kesan yang ditampilkan dalam perancangan promosi museum Barli ini mengambil gaya dan bentuk sederhana yang lebih mengutamakan tampilan lay-out yang ditata sesederhana mungkin dan juga menampilkan gaya yang abstrak dan lebih mengikuti target audiens yaitu anak sekolah dengan umur 15 tahun dengan menggunakan konsep vektor.

Konsep Vektor dalam artian bahwa media promosi ini memiliki system navigasi yang tidak terlalu rumit sehingga informasi

yang akan disampaikan dapat dengan mudah diterima oleh audience, dan tampilan visualisasi lay-out yang dibuat menggunakan gambar vektor agar visualisasi menjadi lebih sederhana dan lebih mudah jelas dilihat dan dapat diingat oleh pembaca.

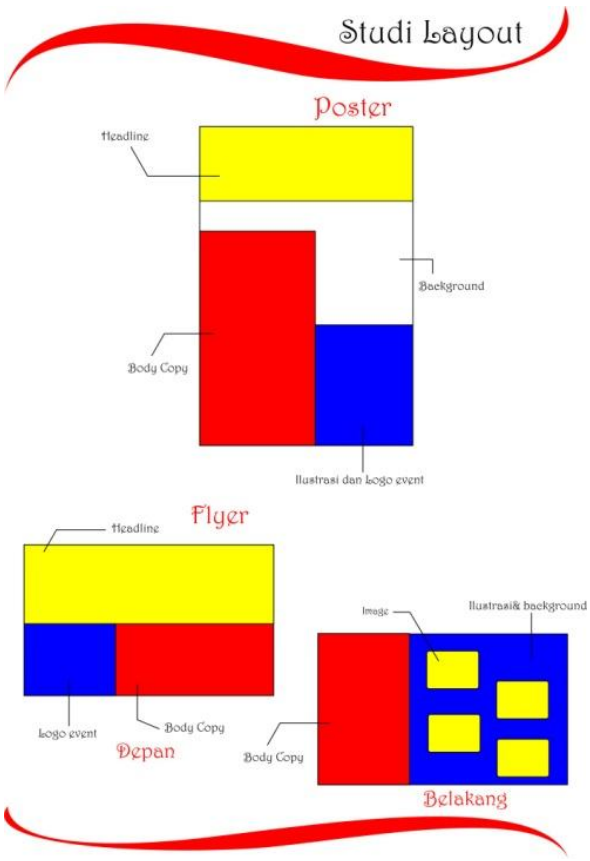
3.4.2. Format Desain

Format desain perancangan promosi ini dibuat sesederhana mungkin dengan mengikuti karakter dari event tersebut yaitu Lomba Melukis dengan tema “Natural” itu sendiri. Dengan memperhatikan keseimbangan lay-out pada masing-masing rancangan desain. Layout yang baik bisamenarik perhatian target, merupakan pemilihan yang tepat untuk komposisi dan tata letak sehingga dapat menyebabkan target untuk terlebih dahulu memilih apa yang target baca dan target lihat.

3.4.3. Lay out

Tujuan utama dari layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar mudah dimengerti oleh pembaca dan lebih komunikatif lagi terhadap informasi yang disajikan.

Unsur-unsur garis yang dipakai dalam media informasi ini dipadukan menjadi suatu visual yang menarik,yang di komposisikan menggunakan konsep vektor, yang diposisikan pada setiap tampilan secara utuh dan seimbang sehingga terlihat media tersebut terlihat menarik. Dalam media pun layout yang disusun mengacu pada konsep awal yaitu penempatan unsur-unsur grafis yang disusun secara dengan baik agar mendapatkan kesan yang menarik dan informatif.



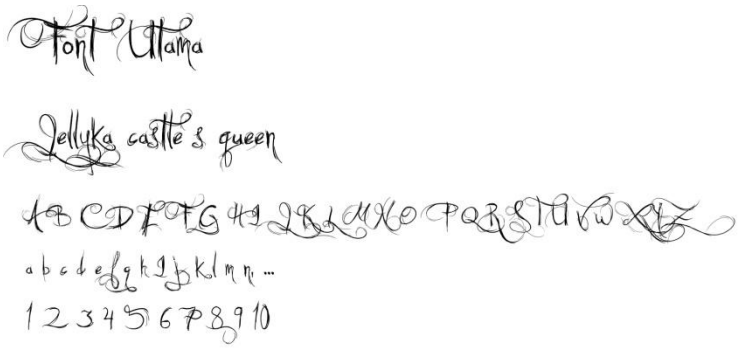
3.4.4. Tipografi

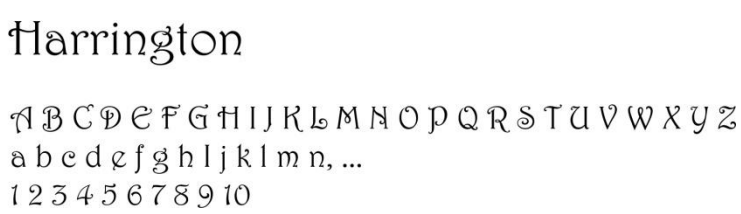
Pada dasarnya beberapa jenis huruf memiliki energy yang dapat mengaktifkan gerak mata. Hal itu dapat dimanfaatkan dalam pengunaanya apabila diperhatikan kaida-kaidah estetika kenyamanan dalam pembacaan, seta interaksi huruf terhadap ruang elemen-elemen visual disekitarya. Pilihan huruf yang digunakan dalam pembuatan promosi ini disesuaikan dengan kebutuhan untuk mendukung museum Barli dan maksud yang diinginkan.

- Jellyka castle queen

  Jenis huruf ini mempunyai karakter unik, dan memiliki nilai artistic yang mendukung dengan tema yang telah ditentukan yaitu tema “ Natural” ini Font atau huruf yang digunakan pada tulisan utama atau pada logo dan

tema merupakan modifikasi dari font Jellyka, kesan yang di timbulkan adalah usapan pensil atau kuas yang flesksible yang mengikuti kemana arah tangan akan membawa seseoran berkreasi.



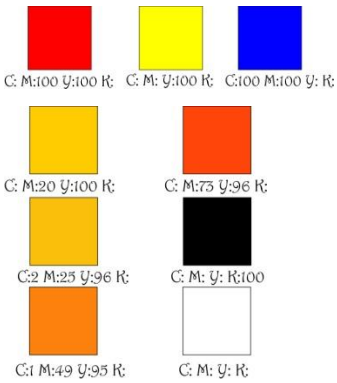


- Haringtон

Jenis huruf ini mempunyai karakter unik, dan memiliki nilai klasik, huruf ini digunakan teks pada perencanaan media, digunakan karena agar mudah dibaca oleh siapaun tetapi tetap terdapat nuansa fleksibel dan sederhana.

3.4.5. Warna

Pada dasarnya warna-warna yang digunakan pada media-media yang ada digunakan warna-warna yang banyak menarik perhatian seperti warna :



Warna di atas adalah warna yang timbul pada logo event, warna-warna yang direncanakan adalah warna-warna yang dapat menarik perhatian mata bagi para penerima informasi.

3.4.6. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada media-media yang ada mengacu pada kesan yang sederhana, agar terlihat lebih natural. Dan disusun dengan baik agar mendapatkan kesan yang menarik dan informatif.Kesan yang ingin ditimbulkan adalah kesan natural yang menggunakan warna-warna yang menraik perhatian, dengan komposisi ilustrasi yang sederhana membuat ilustrasi dan penyampaian informasi yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik dan sesuai dengan apa yang menjadi tujuan promosi yaitu mengajak.

Disini ilustrasi utama yang digunakan yaitu konsep vector dari gambar tangan yang di sederahanakan,tangan tersebut anggota tubuh yang dapat digunakan untuk dapat membuat sebuah lukisan, terdapat kuas sebagai alat yang digunakan untuk melukis, dan ilustrasi tangan yang sedang memegang kuas tersebut mempunyai arti mengajak seseorang untuk dapat mengikuti lomba melukis.

Kemudian percikan air yang memiliki makna bahwa yang digunakan pada lomba ini menggunakan cat air, dan air juga memiliki nuansa natural, dan memiliki nuansa fleksibel.

Kemudian pada background terdapat bentuk-bentuk lengkung yang menjadi bacgroun pada tulisan atau bodycopy, lengkungan tersebut memiliki arti bahwa melukis bernuansa fleksibel, kemudian terdapat background gambar yang menunjukan tentang pemandangan pasar bunga, menunjukan dan menyesuaikan dengan tema yang di angkat yaitu tema “Natural”.

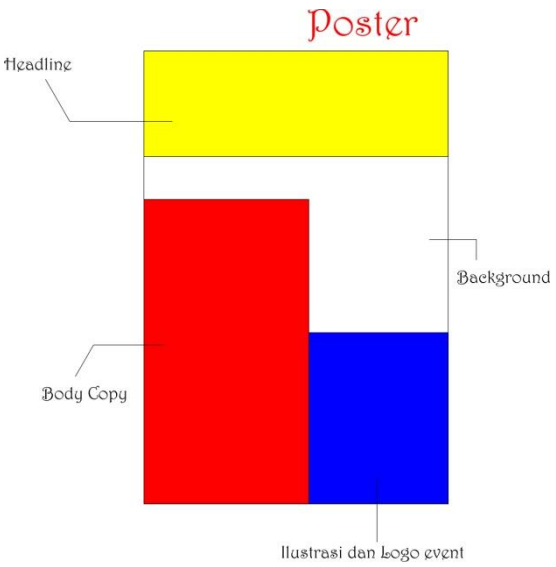




BAB IV
MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

4.1. Poster





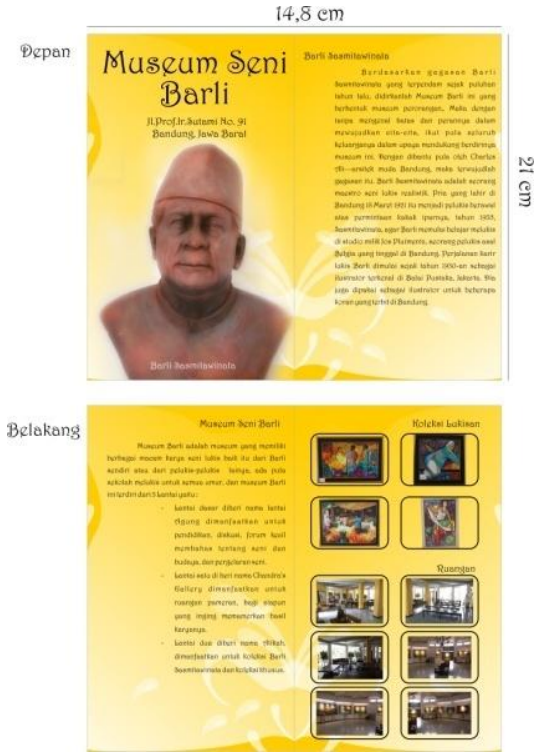
Ukuran : A3 (29,7cmx42cm

Material : Kertas Poster

Teknis : cetak Offset

Poster ini adalah media utama yang digunakan dalam upaya melakukan promosi event Lomba Melukis dengan tema " Natural". Adapun ilustrasi yang digunakan pada media poster merupakan acuan untuk digunakan pada media-media pendukung yang lain.

4.2. Brosur



Ukuran : 14,8 cm x 21 cm

Material : Art paper 180gr

Teknis : cetak Offset

Brosur diatas merupakan upaya memberikan tentang gambaran seperti apa Museum Seni Barli.

4.3. Baligho



Ukuran : 4m x 5 m

Material : Flexi Outdoor

Teknis : Digital Print

Baligho ini adalah bentuk media informasi dengan ukurannya yang besar dan diletakan di jalan utama.

4.4. Flyer



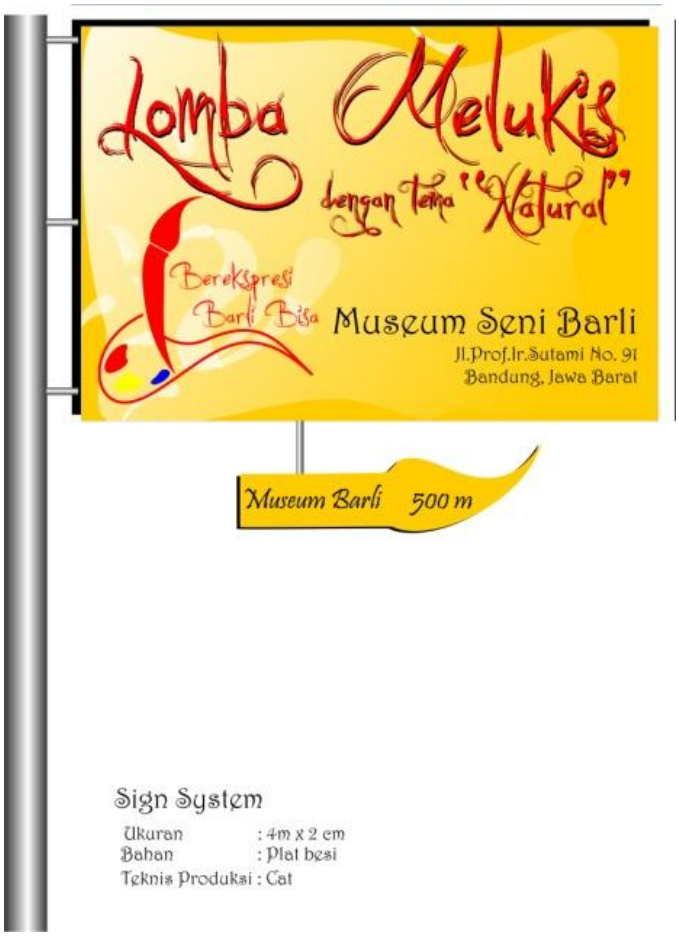
Ukuran : 15 cm x 9 cm

Material : Art paper 150gr

Teknis : cetak Offset

Flayer adalah media pendukung digunakan dalam upaya mempromosikan Lomba Melukis dengan tema Natural yang dapat disebar secara sendiri dan dapat disebar dengan cara penggabungan dengan brosur. Yang memiliki maksud memberikan bayangan tentang tempat diadakannya event lomba melukis ini.

4.5. Sign System



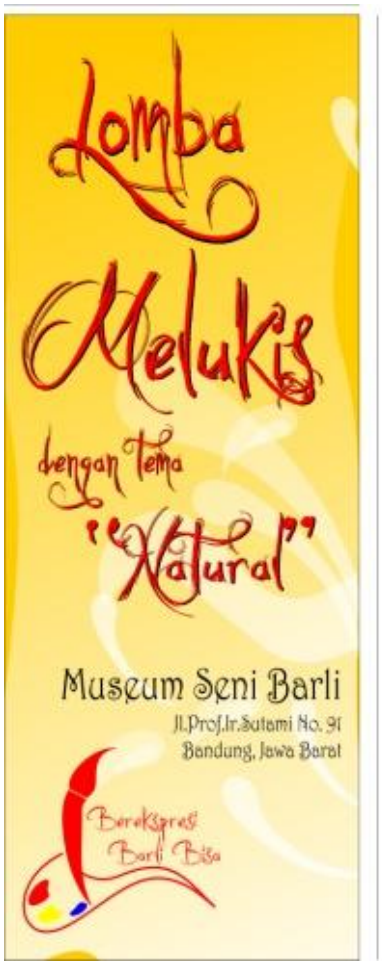
Ukuran : Custom (4m x 2m)

Material : Plat

Teknis : Cat

Sign System disini memiliki tujuan agar para peserta atau masyarakat dapat mengetahui letak Museum Seni Barli dan letak diadakannya event Lomba Melukis dengan tema Natural tersebut.

4.6. X-Banner





Ukuran : Custom (160 cmx 60cm)
Material : Flexi indoor
Teknis : Digital Print

X-banner yang digunakan sebagai media informasi, yang dapat diletakan pada tempat pendaftaran atau sekolah-sekolah yang telah ditetntukan sebelumnya.

4.7. Umbul-umbul



Ukuran : Custom (2,4 mx 60 m)

Material : Flexi Outdoor

Teknis : Digital Print

Umbul-umbul dipasang disekitar tempat event dilaksanakan yaitu di sekitar liknglungan Museum Seni Barli.

4.8. Gimmick

Gimmick merupakan peralatan atau marchendise yang akan diberikan atau di jual kepada para peserta atau pengunjung, adapun nuansa dari setiap gimmick mengikuti dengan tema dan warna yang digunakan pada media utama yaitu Poster, adanya ilustrasi tangan yang timbul pada media-media tertentu seperti t-shirt dan timbul adalah logo event yang menandakan event dilaksanakan d Museum Seni Barli. Setiap gimmick memiliki fungsi masing-masing yang dapat mendukung dalam kegiatan melukis.

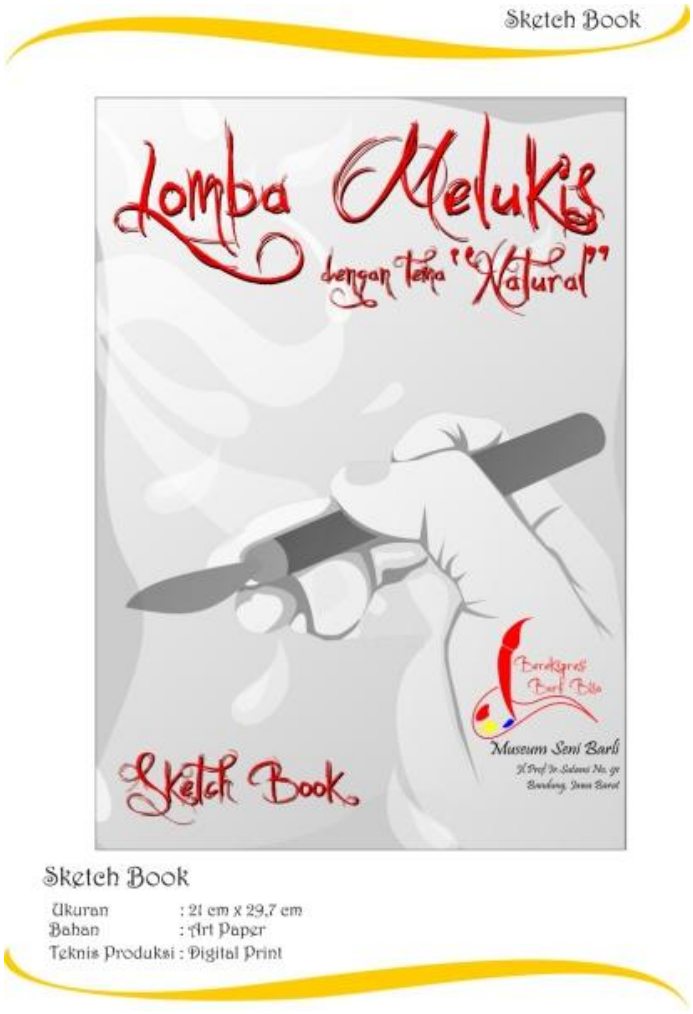


T-shirt

Ukuran : S,M,L,XL

Material : combat 20s

Teknis : Sablon



Ukuran : A4 (21 cm x 29,7 cm)

Material : Concord Paper

Teknis : Cetak



Ukuran : 15 cm x 26, 5 cm

Material : Springless yang di lapisi oleh kertas Sriker

Teknis : Press digital



Jenis :S,M,L

Material : Baby Kanvas

Teknis : Sablon



Paper Bag

Ukuran : A3 (29,7 cm x 42 cm)

Material : Sintetik Paper

Teknis : Digital Print



Ukuran : Gantungan Kunci (5 cmx 5 cm)
cutting stiker (9 cm x 8,5cm)

Material : Gantungan kunci (Akrilik)
IM3 stiker

Teknis : Digital Print



Ukuran : 15cm

Material : Akrilik

Teknis : Grafir

4.9. Atribute

Atribute disini merupaka perlengkapan yang akan diberikan kepada para peserta dan para panitia penyelenggara untuk mendukung berjalanya Lomba Melukis dengan tema Natural yang di adakan di museum Seni Barli, adapaun visual yang ada pada media-media yang terdapat di attribute, ini tetap menggunakan konsep yang sama yaitu acuan dari poster, visual konsep vector tangan tetap terlihat, dan menggunakan logo event sebagai informasi tempat dilaksankannya event.



Ukuran : S,M,L,XL

Material : combat 20s

Teknis : Sablon



Ukuran : S,M,L,XL

Material : combat aplikasi 20s

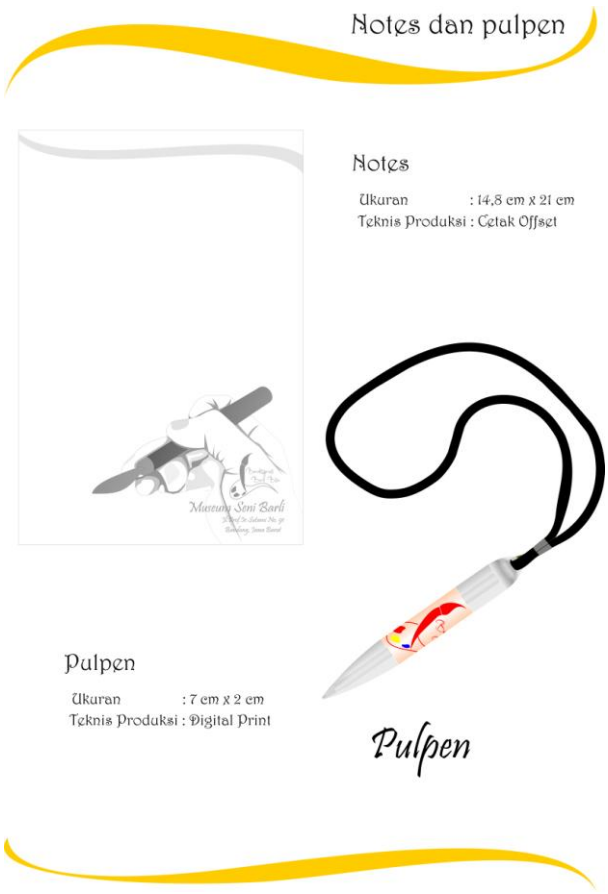
Teknis : Sablon



Ukuran : custom (8,5 cm x 5,5 cm)

Material : PVC

Teknis : Digital Press



Ukuran : Pulpen (7 cmx 2 cm)
Notes (14,8 cm x 21cm)
Material : Pulpen (Kertas stiker.)
Paper 80 gr
Teknis : Digital Print