BAB II
MEDIA INFORMASI *SIGNAGE SYSTEM* MUSEUM KONPERENSI ASIA-AFRIKA

II.1. Media Informasi

Media adalah wadah untuk menempatkan sesuatu. Dalam bidang komunikasi, media berarti sebuah alat yang menjadi perantara dalam menyampaikan sebuah komunikasi atau informasi. Informasi adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna dan memiliki nilai yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi khalayak sebagai penerima informasi. Media informasi terus berkembang dan sangat diperlukan setiap saat karena melalui media informasi manusia dapat mengetahui informasi yang sedang berkembang. Melalui media informasi juga sebuah pesan dapat tersampaikan dengan baik jika media yang dibuat tepat kepada sasaran dan informasi yang disampaikan bermanfaat bagi pembuat dan target.

II.1.1. Definisi Media Informasi

Menurut Sobur (seperti dikutip pada Kurnia, 2011) media informasi adalah alat-alat grafis, fotografis atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual. Melalui media informasi sebuah pesan dapat tersampaikan dengan baik jika media yang dibuat tepat kepada sasaran dan informasi yang disampaikan bermanfaat. Dengan kata lain media informasi adalah suatu alat untuk memberi informasi kepada orang lain agar orang tersebut mengerti arah dan tujuan yang akan disampaikan. Media informasi sangat penting sekali di jaman modern sekarang ini. Melalui media informasi manusia dapat mengetahui informasi dan dapat bertukar pikiran serta berinteraksi satu sama lain. Maka pengertian dari media informasi dapat disimpulkan sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi.

II.1.2. Jenis-Jenis Media Informasi

Media informasi sebagai alat yang menyampaikan suatu informasi harus tepat sasaran agar dapat tersampaikan dengan baik pada target sasaran sehingga dapat bermanfaat bagi pembuat dan penerima informasi, media informasi dapat dibagi menjadi beberapa kelompok yaitu :

a. Media Cetak

Media cetak adalah media yang penayangannya melalui proses cetak serta biasanya diterbitkan secara berkala. Media cetak merupakan media tertua yang ada di muka bumi. Media cetak berawal dari media yang disebut dengan *Acta Diurna* dan *Acta Senatus* di Kerajaan Romawi, kemudian berkembang pesat setelah *Johannes Guttenberg* menemukan mesin cetak, hingga kini sudah beragam bentuknya, sepeti surat kabar (koran), tabloid, dan majalah. Sekarang ini media cetak dapat pula berupa brosur, poster, pamflet, *flyer*, spanduk, *signage system* dan lain-lain.

b. Media Elektronik

Disebut media elektronik karena penayangannya dibantu dengan perangkat elektronik, seperti radio dan televisi. Perkembangan teknologi modern berhasil memadukan konsep media cetak berupa penulisan naskah dengan suara (radio) yang kemudian lebih berkembang lagi dengan ditemukannya televisi. Jadi yang kemudian disebut dengan media elektronik adalah radio dan televisi bahkan telepon genggam.

c. Media Maya *(Cyber)*

Media maya hadir karena bantuan dari jaringan internet/maya. Media maya merupakan perkembangan baru dari teknologi informasi saat ini. Sepintas mirip dengan media elektronik. Namun para pakar memisahkannya dalam kelompok tersendiri. Karena dengan media ini seseorang dapat berhubungan dengan komunikasi personal yang terkesan perorangan. Media maya selalu berhubungan dengan internet karena internet merupakan perantara media maya dalam berinteraksi dengan pengguna.

II.2. *Signage System*

Signage system merupakan sistem informasi visual yang berorientasi, terdiri dari tanda-tanda, peta, panah, sistem kode warna, *piktogram* dan unsur-unsur tipografi yang berbeda. *Signage system* berbeda dari metode penyampaian informasi yang lain karena biasanya digunakan untuk membimbing orang perjalanan melalui dunia fisik; tanda-tanda jalan di jalan raya, tanda identifikasi di stasiun dan tanda menggantung di bandara adalah contoh umum *signage system*. Menurut Sanoof (seperti dikutip pada Murtomo, 2007) yang menyatakan bahwa *signage* seperti dalam penggunaan *sign*, keberadaannya memberikan informasi kepada masyarakat yang sedang melintas, berjalan atau berkendaraan.

II.2.1. Pengertian *Signage System*

Pengertian *signage system* adalah kumpulan dari tanda-tanda individual yang telah didesain untuk mengidentifikasikan atau mengarahkan lalu lintas dan atau sebuah bangunan yang kompleks atau berkelompok. Menyangkut tanda sebagai sebuah sistem harus berdasarkan elemen-elemen desain lainnya. Menurut *C. S. Peirce* (seperti dikutip pada Septianto dalam Fajar, 2011) menyatakan bahwa *sign* adalah tanda berbentuk simbol yang dapat mengartikan suatu pesan atau istilah, *sign* dibuat untuk menjadi pembeda atau pembanding dengan tanda-tanda yang lain.

Menurut Tinarbuko (seperti dikutip pada Kurnia, 2011) *signage system* adalah rangkaian representasi visual dan simbol grafik yang bertujuan sebagai media interaksi manusia dengan ruang publik. Ruang publik berperan penting dalam penyebaran *signage system* yang akan dibuat. *Signage system* harus tepat sasaran agar dapat terlihat dan terbaca sehingga memberikan respon atau timbal balik dengan melakukan tindakan oleh target. Pengertian ruang publik secara umum adalah ruang yang fungsi dan manfaatnya digunakan sepenuhnya untuk kepentingan publik atau masyarakat (bukan untuk kepentingan seseorang ataupun kelompok tertentu).

Jenis komunikasi yang digunakan pada *signage system* adalah komunikasi visual. Komunikasi visual merupakan komunikasi yang menggunakan bahasa visual di mana visual sendiri bermakna segala sesuatu yang dapat dilihat dan direspon oleh indera penglihatan kita yaitu mata. Maka komunikasi visual adalah komunikasi yang menggunakan gambar dengan makna dan maksud tujuan untuk menyampaikan pesan atau informasi sehingga dapat terbaca atau terlihat oleh suatu target sasaran dan direspon dengan suatu tindakan. Komunikasi kreatif secara visual dilakukan dengan cara mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna, *layout* (tata letak) serta pengaplikasiannya melalui berbagai media untuk menyampaikan suatu pesan dan gagasan.

II.2.2. Jenis-Jenis *Signage System*

Signage system dalam sistem komunikasi visual tanda mengalami perkembangan dan terdapat lima macam dasar dari jenis-jenis tanda (*sign type*) yang mudah diingat. Kelima jenis tersebut antara lain:

1. Tanda Petunjuk dan Informasi

   Tanda ini berupa tanda yang berguna untuk mengarahkan suatu objek sasaran dengan menginformasikan di mana suatu lokasi atau benda tersebut berada.

2. Tanda Petunjuk Arah (*Direction*)

   Tanda petunjuk arah adalah tanda-tanda yang mencakup arah panah yang mampu mengarahkan objek sasaran menuju suatu tempat, seperti ruangan, jalan ataupun fasilitas lainnya.

3. Tanda Pengenal (*Identification*)

   Tanda pengenal adalah tanda yang digunakan untuk membedakan antara suatu objek dengan objek lainnya, seperti identitas kantor, gedung, perusahaan atau produk.

4. Tanda Larangan dan Peringatan (*Regulation*)

   Tanda ini bertujuan untuk menginformasikan mengenai apa yang tidak boleh dikerjakan atau dilarang. Selain itu, tanda ini juga menginformasi agar *audien* berhati-hati.

5. Tanda Pemberitahuan Resmi

   Tanda ini menunjukkan informasi tentang pemberitahuan resmi dan agar tidak dikacaukan dengan tanda – tanda petunjuk.

II.2.3. Kriteria *Signage System*

Menurut Julianto (seperti dikutip dalam Fajar, 2011) dalam pembuatan *signage system* yang baik harus memenuhi empat kriteria berikut:

a. Mudah Dilihat

   Penempatan *signage system* juga harus dipikirkan secara tepat, dan penempatan *signage system* yang baik yaitu di tempat yang mudah diakses orang.

b. Mudah Dibaca

   Bentuk huruf atau tipografi yang digunakan dalam *signage system* Sebisa mungkin dapat terbaca baik siang maupun malam.

c. Mudah Dimengerti

   Bentuk penulisan yang tertera pada *signage system* harus mudah untuk dipahami. Oleh semua kalangan dari semua usia, bentuk tulisan juga sebisa mungkin dibuat singkat dan padat.

d. Dapat Dipercaya

   Kebenaran informasi yang ada dapat dipercaya tidak menyesatkan.

II.2.4. Pertimbangan dalam Pembuatan *Sign*

Ada hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam pembuatan *sign*, untuk digunakan pada bagian interior maupun eksterior. Seperti dikutip pada *John Follis* dan *Dave Hammer* (dalam Prayogi, 2011) dalam membuat *sign* interior perlu diperhatikan hal-hal berikut ini:

a. Karakteristik Arsitektur Ruangan.

   Tempat parkir misalnya, biasanya hanya terdapat sangat sedikit tembok, karena itu perlu dipertimbangkan pemakaian *sign* dengan cara menggantungnya di langit-langit atau mengecatnya pada tiang yang rendah atau bahkan menggunakan tiang sebagai media tambahan.

b. Fungsi Ruangan.

   Di dalam lorong-lorong yang ramai seperti di rumah sakit, museum, pusat perbelanjaan misalnya, *sign* biasanya akan berfungsi maksimal bila diletakkan secara menggantung pada langit-langit atau ditempelkan dengan sudut pandang yang tepat di dinding dengan ketinggian yang lebih tinggi dari kepala.

c. Halangan dan Rintangan.

   Pertama halangan arsitektural yang biasanya dapat dilihat melalui gambar perencanaan arsitektural, diantaranya berupa dinding, tiang, tangga, dan lainnya yang mungkin dapat menghalangi pandangan terhadap *sign*. Kedua halangan non-arsitektural berupa benda yang dapat dipindahkan yang biasanya tidak ada pada gambar perencanaan arsitektural, berupa pot tanaman, perabotan, dan lainnya.

d. Sudut Pandang.

   Sign yang baik harus dapat dibaca dari beberapa sudut pandang sekaligus. Jangan sampai sebuah *sign* menjadi tidak terlihat bila dilihat dari sudut pandang tertentu.

Sedangkan dalam membuat *sign* eksterior perlu diperhatikan beberapa hal berikut ini:

a. Ukuran

   Ukuran dari *sign* eksterior berkaitan erat dengan ukuran huruf yang ditampilkan. Hal mendasar yang harus diperhatikan adalah seberapa panjang pesan yang dicantumkan dan seberapa jauh pesan tersebut harus dapat terbaca.

b. Alur Pergerakan

Pergerakan serta alur kendaraan dan pejalan kaki dalam lokasi penempatan *sign* juga perlu diperhatikan agar *sign* dapat diletakkan pada lokasi yang memberikan efisiensi maksimum terhadap alur lalu lintas dari khalayak sasaran.

c. Penempatan

Sign harus ditempatkan lebih tinggi daripada objek-objek penghalang pandangan yang bersifat sementara seperti pejalan kaki atau kendaraan yang melintas dan pagar. Untuk *sign* yang terletak di trotoar umum, ketinggian rata-rata yang banyak dipakai adalah 2,4 meter.

II.2.5. Jarak Pandang dan Ukuran Huruf

Perbandingan ukuran tinggi huruf untuk *sign* yang dilihat oleh pengamat yang tidak bergerak, ditentukan berdasarkan jarak pengamat terhadap *sign*. Adapun perbandingan tinggi huruf dengan jarak pengamat seperti pada tabel berikut:

Jarak Baca (senti meter - *cm*)	**Tinggi Huruf Minimum**	
	(milimeter - *mm*)	**(poin - *pt*)**
640	80	227
580	65	185
460	55	156

Tabel II.1 Perbandingan jarak baca dengan ukuran huruf

Sumber: Prasetyo (2004)

Sedangkan untuk ukuran besar simbol atau ikon, dapat berlaku aturan berikut:

Jarak Pandang (senti meter - *cm*)	**Ukuran Simbol (milimeter - *mm*)**
640	70
580	90
460	105

Tabel II.2 Perbandingan jarak pandang dengan ukuran simbol

Sumber: Prasetyo (2004)

II.3. Museum Konperensi Asia-Afrika

II.3.1. Sejarah Museum Konperensi Asia-Afrika

Museum Konperensi Asia-Afrika yang berada di Gedung Merdeka adalah gedung bersejarah yang pernah digunakan sebagai tempat Konferensi Tingkat Tinggi Asia-Afrika tahun 1955. Kini gedung ini digunakan sebagai museum yang memamerkan berbagai benda koleksi dan foto dokumentasi Konperensi Asia-Afrika yang merupakan cikal bakal Gerakan Non-Blok. Museum dengan luas tanah 7.500 meter persegi pada tahun 1895 silam hanya berupa bangunan sederhana yang merupakan tempat pertemuan dan perkumpulan orang-orang Belanda yang dikenal dengan nama "*Societeit Concordia*". Museum Konperensi Asia-Afrika diresmikan oleh Presiden Soeharto pada tanggal 24 April 1980, pada puncak peringatan 25 tahun Konperensi Asia-Afrika. Pendirian Museum Konperensi Asia-Afrika merupakan gagasan dan prakarsa Prof. Dr. Mochtar Kusumaatmaja, SH., LL.M. yang pada waktu menjabat sebagai Menteri Luar Negeri Republik Indonesia.



Gambar II.1 Gambar Gedung Merdeka, tahun 1955

Sumber: http://ilmailmicomate.blogspot.com/2012/02/sejarah-museum-konferensi-asia-afrika.html (19 April 2012)

Terilhami oleh kehendak untuk mengabadikan Konperensi Asia-Afrika 1955 yang merupakan tonggak terbesar keberhasilan politik luar negeri Indonesia, di mana jiwa, semangat, dan pengaruhnya menyebar ke seluruh dunia terutama bumi Asia-Afrika, serta terdorong oleh keinginan sejumlah pemimpin Asia-Afrika untuk mengunjungi Kota Bandung. Museum Konperensi Asia-Afrika sendiri adalah bagian dari Gedung Merdeka.



Gambar II.2 Gambar Gedung Museum Asia-Afrika sekarang
Sumber: Dokumen Pribadi (26 Juli 2012)

Museum Konperensi Asia-Afrika berada berdekatan dengan hotel bintang lima Hotel Grand Preanger dan Hotel Savoy Homann, merupakan salah satu gedung bersejarah yang bertaraf internasional selain Gedung Sate dan Jalan Braga yang menjadi *landmark* kota Bandung. Hal itu tidak terlepas dari sejarah awal mula gedung tersebut dibangun, menjadi tempat diselenggarakannya Konperensi Asia-Afrika hingga akhirnya sebagian dari Gedung Merdeka diresmikan untuk dipergunakan sebagai museum. Dirancang oleh dua arsitektur Belanda yang juga Guru Besar pada *Technische Hogeschool* (Sekolah Teknik Tinggi), yaitu ITB sekarang, C.P. Wolff Schoemaker dan Van Galen Last, yang pada masa itu terkenal

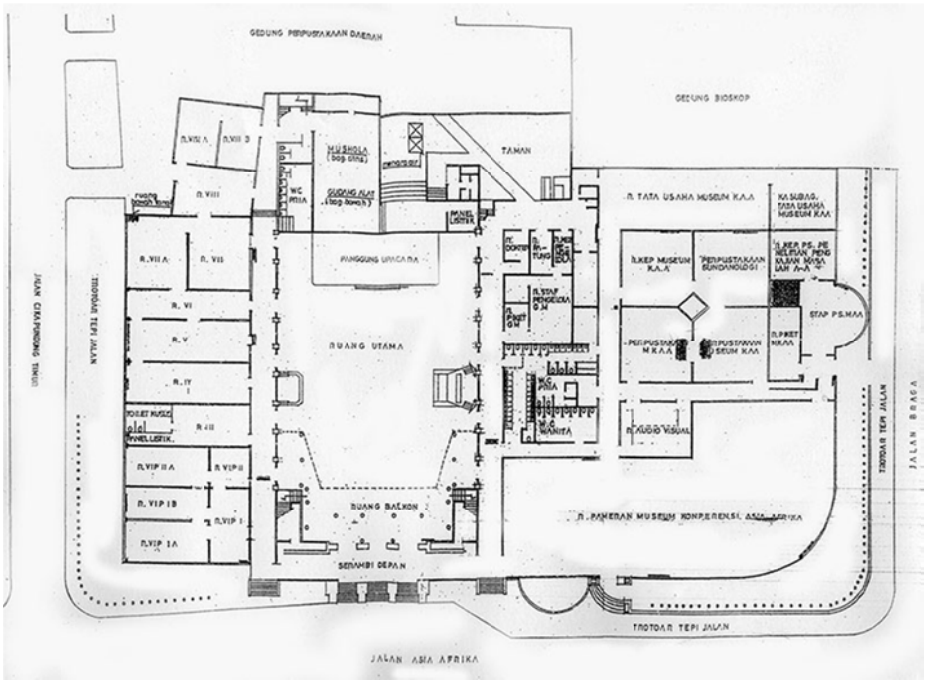
kental dengan gaya *art deco*. Pada tahun 2009 Pemerintah Daerah Kota Bandung menerbitkan Perda No. 19 tahun 2009 tentang pengelolaan Kawasan dan Bangunan Cagar Budaya di Kota Bandung. Peraturan Daerah tersebut antara lain berisi daftar 100 bangunan cagar budaya di kota Bandung yang harus dilestarikan. Gedung Merdeka / Museum Asia-Afrika masuk ke dalam daftar 100 Bangunan Cagar Budaya yang harus dilestarikan dan menjadi bagian dari identitas fisik atau *landmark* Kota Bandung.

II.3.2. Profil Museum Konperensi Asia-Afrika

- Nama : Museum Konperensi Asia-Afrika
- Lokasi : Gedung Merdeka
  Jl. Asia-Afrika No. 65 Bandung 40111
- Telepon : (022) 4233 564 / 4238 031
- Faksimile : (022) 4238 031
- Laman web : mkaa.or.id
- Logo :

Gambar II.3 Logo Museum Konperensi Asia-Afrika
Sumber: Museum Konperensi Asia-Afrika

- Denah :



Gambar II.4 Denah Gedung Merdeka dan Museum Konperensi Asia-Afrika

Sumber: Museum Konperensi Asia-Afrika

II.3.3. Tujuan

a. Menyajikan peninggalan-peninggalan, informasi yang berkaitan dengan Konperensi Asia-Afrika, termasuk latar belakang, perkembangan Konferensi tersebut, sosial budaya, dan peran bangsa-bangsa Asia-Afrika, khususnya bangsa Indonesia dalam percaturan politik dan kehidupan dunia;

b. Mengumpulkan,mengolah, dan menyajikan buku-buku, majalah, surat kabar, naskah, dokumen, dan penerbitan lainnya yang berisi uraian dan informasi mengenai kegiatan dan peranan bangsa-bangsa Asia-Afrika dan negara-negara berkembang dalam percaturan politik dan kehidupan dunia serta tentang sosial budaya negara-negara tersebut;

c. Melakukan penelitian tentang masalah-masalah Asia-Afrika dan negara-negara berkembang guna menunjang kegiatan pendidikan dan penelitian ilmiah di kalangan pelajar, mahasiswa, dosen, dan pemuda Indonesia serta bangsa-bangsa Asia-Afrika pada umumnya, dan

memberi masukan bagi kebijakan pemerintah dalam kegiatan politik luar negeri;

d. Menunjang upaya-upaya dalam rangka pengembangan kebudayaan nasional, pendidikan generasi muda, dan peningkatan kepariwisataan;

e. Menunjang upaya-upaya untuk mendapatkan saling pengertian dan kesatuan pendapat serta meningkatkan volume kerja sama di antara bangsa-bangsa Asia-Afrika dan bangsa-bangsa lainnya di dunia.

II.3.4. Fasilitas

a. Ruang Pameran Tetap

Museum Konperensi Asia-Afrika memiliki ruang pameran tetap yang memamerkan sejumlah koleksi berupa benda-benda tiga dimensi dan foto-foto dokumenter peristiwa Pertemuan Tugu, Konferensi Kolombo, Konferensi Bogor, dan Konperensi Asia-Afrika tahun 1955. Selain itu dipamerkan juga foto-foto mengenai:

- Peristiwa yang melatarbelakangi lahirnya Konperensi Asia-Afrika;
- Dampak Konperensi Asia-Afrika bagi dunia internasional;
- Gedung Merdeka dari masa ke masa;
- Profil negara-negara peserta Konperensi Asia-Afrika yang dimuat dalam multimedia

b. Diorama Pembukaan Konperensi Asia-Afrika, 1955

Dalam rangka menyambut kunjungan Delegasi Konferensi Tingkat Tinggi X Gerakan Nonblok tahun 1992, di mana Indonesia terpilih sebagai tempat konferensi tersebut dan menjadi Ketua Gerakan Nonblok, dibuatlah diorama yang menggambarkan situasi pembukaan Konperensi Asia-Afrika tahun 1955.

c. Perpustakaan

Untuk menunjang kegiatan Museum Konperensi Asia-Afrika, pada 1985 Abdullah Kamil (pada waktu itu Kepala Perwakilan Kedutaan Besar Republik Indonesia di London) memprakarsai dibuatnya sebuah perpustakaan.

Perpustakaan ini memiliki sejumlah buku mengenai sejarah, sosial dan budaya negara-negara Asia-Afrika, dan negara-negara lainnya; dokumen-dokumen mengenai Konferensi Asia Afrika dan surat kabar yang bersumber dari sumbangan/hibah dan pembelian.

d. Audio Visual

Bersamaan dengan berdirinya perpustakaan, disiapkan pula ruang audio visual pada tahun 1985. Ruang tersebut juga diprakarsai oleh Abdullah Kamil. Ruangan ini menjadi sarana untuk penayangan film-film dokumenter mengenai kondisi dunia hingga tahun 1950, Konperensi Asia-Afrika dan konferensi-konferensi lanjutannya, serta film-film mengenai kebudayaan dari negara-negara Asia dan Afrika.

II.3.5. Aktivitas

Museum Konperensi Asia-Afrika meningkatkan berbagai studi mengenai Asia-Afrika dan luar negeri serta memfasilitasi penelitian-penelitian dalam dan luar negeri yang dilakukan oleh para peneliti dan mahasiswa. Museum Konperensi Asia-Afrika juga menyelenggarakan kegiatan:

a. Pemanduan dilakukan kepada pengunjung baik kunjungan resmi tamu pemerintah maupun kunjungan kelompok / umum.

b. Museum Konperensi Asia-Afrika menyelenggarakan pameran tidak tetap dalam upaya mengedukasi publik berkaitan dengan pelaksanaan politik luar negeri dan sejarah diplomasi Indonesia. Pameran tidak tetap juga dilakukan di lokasi-lokasi di luar Museum Konperensi Asia-Afrika.

c. Di dalam Museum Konperensi Asia-Afrika terdapat komunitas masyarakat yang dibentuk atau didukung oleh Museum Konperensi Asia-Afrika. Museum Konperensi Asia-Afrika membentuk berbagai komunitas masyarakat dengan tujuan meningkatkan pengetahuan mengenai sejarah, politik internasional, wawasan kebangsaan mengingat tantangan yang dihadapi dalam politik luar negeri Indonesia di masa yang akan datang, dalam diplomasi publik maupun diplomasi

antarwarga (*citizen diplomacy*). Beberapa kegiatan yang diselenggarakan bekerjasama dengan komunitas di antaranya:

- Diskusi Buku,
- Pemutaran Film Festival,
- Klub Bahasa,
- Pameran.

II.3.6. Jumlah Pengunjung

Berikut merupakan tabel perbandingan jumlah pengunjung Museum Konperensi Asia-Afrika dari mulai tahun 2007 sampai tahun 2011. Data pengunjung tersebut berdasarkan data resmi yang dikeluarkan oleh Museum Konperensi Asia-Afrika.

Tahun / **Pengunjung**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**
TK / Play Group	0	0	0	721	656
SD / MI	13.168	10.987	12.807	20.942	21.185
SMP / MTs	52.778	49.865	46.063	65.837	64.242
SMA / SMK / MA	29.237	19.646	21.659	25.024	23.121
Perguruan Tinggi	1.391	2.711	2.954	3.423	5.212
Peneliti	48	159	257	86	0
Wartawan	21	54	104	117	63
Organisasi / Instansi Asing	1.263	857	1.545	1.218	777
Organisasi / Instansi Non-Asing	4.201	5.009	6.715	9.829	6.293
Wisatawan Nusantara	2.874	4.580	18.180	35.886	59.291
Wisatawan Mancanegara	3.594	2.883	3.524	5.190	5.203
Tamu Negara	157	273	157	81	142
Jumlah (orang)	**108.732**	**109.971**	**113.956**	**168.354**	**186.200**

Tabel II.3 Data pengunjung Museum Konperensi Asia-Afrika

Sumber: Dokumen Data Pengunjung Museum Konperensi Asia-Afrika

II.4. Art Deco

Art deco merupakan gerakan desain internasional yang populer dari tahun 1920 hingga tahun 1939. Setelah perang dunia pertama, orang-orang menginginkan modernisasi, gaya yang fungsional untuk furnitur, perhiasan dan objek-objek dekoratif mereka, seperti arsitektur, desain interior, dan desain industri, maupun seni visual seperti *fashion*, lukisan, grafik seni dan film. Gerakan *art deco* dapat diartikan juga sebagai gerakan dari berbagai gaya. Meskipun banyak gerakan desain mempunyai akar politik atau filosofis atau tujuan, *art deco* adalah seni dekoratif murni.

II.4.1. Sejarah *Art Deco*

Kata *art deco* termasuk terminologi yang baru pada saat itu, diperkenalkan pertama kali pada tahun 1966 dalam sebuah katalog yang diterbitkan oleh *Musée des Arts Decoratifs* di Paris yang pada saat itu sedang mengadakan pameran dengan tema "*Les Années 25*". Pameran itu bertujuan meninjau kembali pameran internasional "*l'Expositioan Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes*" yang diselenggarakan pada tahun 1925 di Paris. Sejak saat itu nama *art deco* dipakai untuk menamai seni yang saat itu sedang populer dan modern. Munculnya terminologi itu pada beberapa artikel semakin membuat nama *art deco* eksis. *Art deco* semakin mendapat tempat dalam dunia seni dengan dipublikasikannya buku "*Art Deco*" karangan *Bevis Hillier* di Amerika pada tahun 1969.

Arsitektur *art deco* selain menerima ornamen-ornamen historis, langgam ini juga menerima pengaruh aliran arsitektur yang sedang berkembang saat itu. Gerakan arsitektur modern yang sedang berkembang pada saat itu *Bauhaus, De Stijl, Dutch Expressionism, International Style, Rationalism, Scandinavian Romanticism* dan *Neoclassicism, Arts and Crafts Movement, Art Nouveau, Jugendstil* dan *Viennese Secession*. Mereka ikut mempengaruhi bentukan-bentukan arsitektur *art deco* serta memberikan sentuhan-sentuhan modern. Modern pada saat itu diartikan dengan "berani tampil beda dan baru, tampil lebih menarik dari yang lain dan tidak kuno" kesemuanya itu dimanifestasikan dengan pemilihan warna yang mencolok, proporsi yang tidak biasa, material yang baru dan dekorasi.

II.4.2. *Art Deco* di Indonesia

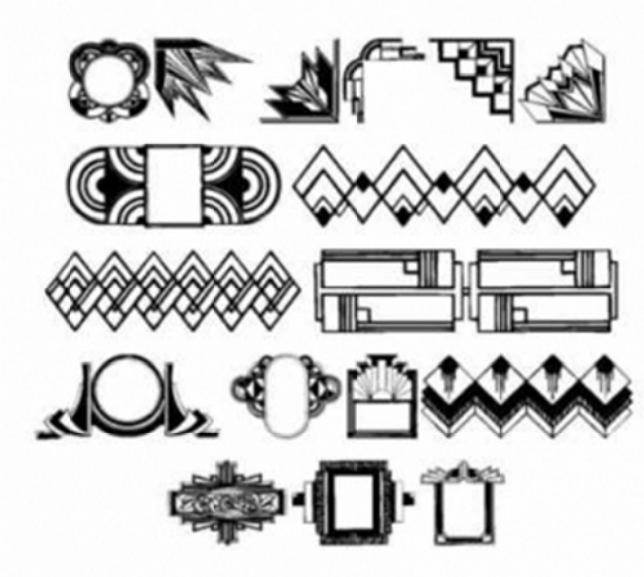
Pengaruh *art deco* di Indonesia dibawa oleh arsitek-arsitek Belanda, salah satu diantara mereka adalah *C.P. Wolff Schoemaker* dan *A.F. Aalbers*. Hotel Preanger Bandung rancangan *Schoemaker* merupakan arsitektur berlanggam *art deco* dengan ciri khasnya elemen dekoratif geometris pada dinding eksteriornya. Selanjutnya perkembangan arsitektur *art deco* di Indonesia tampil lebih sederhana, mereka lebih mengutamakan pola garis-garis lengkung dan bentuk silinder, contoh konkret dari konsep ini adalah Vila Isola Bandung (sekarang gedung UPI), juga rancangan Schoemaker. Kesederhanaan bentuk belumlah mewakili semua konsep arsitektur *art deco* ini karena kedinamisan ruang interior dapat dilihat dalam tata letak bangunannya. Arsitektur memang menggambarkan kehidupan jaman itu. Pengaruh aliran *De Stijl* dari Belanda yang menyuguhkan konsep arsitektural "kembali ke bentuk yang sederhana" dan pengkomposisian bentuk-bentuk sederhana menghasilkan pencahayaan dan bayangan yang menarik Aliran ini pula yang banyak mempengaruhi penganut arsitektur *art deco* di Indonesia.

Perkembangan *art deco* akhir di Indonesia mengacu pada kedinamisan dan bentuk plastis yang kelenturan *fasade*-nya merupakan pengejawantahan dari kemodernan teknologi arsitektural. Contoh *fasade* yang dinamis salah satunya adalah *fasade* hotel Savoy Homann Bandung yang dirancang oleh A.F. Aalbers. Lengkungan yang ditampilkan itu merupakan ekspresi gerak, teknologi modern dan rasa optimisme. Orang-orang sering menjuluki lengkungan itu dengan "*Ocean Liner Style*" hal ini mengacu pada bentuk kapal pesiar yang pada saat itu merupakan karya manusia yang patut dibanggakan, jadi bentukan kapal, bentuk lengkung dijadikan sebagai ekspresi kemodernan.

II.4.3. Gaya *Art Deco*

Art deco adalah gaya hias yang lahir setelah Perang Dunia I dan berakhir sebelum Perang Dunia II yang banyak diterapkan dalam berbagai bidang, misalnya eksterior, interior, mebel, patung, poster, pakaian, perhiasan dan lain-lain. Karya-karya mereka memakai warna-warna yang kuat serta bentuk-bentuk abstrak dan geometris misalnya bentuk tangga, segitiga dan lingkaran terbuka,

tetapi mereka kadang masih menggunakan motif-motif tumbuhan dan figur, tetapi motif-motif tersebut cenderung mempunyai bentuk yang geometris. Komposisi elemen-elemennya mayoritas dalam format yang sederhana.



Gambar II.5 Motif-motif *art deco*

Sumber: http://udangmabok.wordpress.com/2009/02/26/art-deco/ (Diakses pada 19 Juli 2012)



Gambar II.6 Contoh aplikasi motif dan warna *art deco*

Sumber: http://udangmabok.wordpress.com/2009/02/26/art-deco/ (Diakses pada 19 Juli 2012)

Meskipun pada awalnya *art deco* merupakan gaya yang menggunakan ornamen-ornamen tradisional atau historikal, tetapi ia terbuka terhadap sesuatu yang baru, keterbukaan ini tercermin dalam pemakaian material yang baru dan dengan teknik yang baru, tak jarang pula mereka melakukan penggabungan material, sehingga hasil karya mereka hampir selalu inovatif dan eksperimentatif.

Perkembangan *art deco* tidak lepas dari pengaruh situasi dan kondisi jamannya, pada saat di Eropa sedang berlangsung revolusi industri, masyarakat terpesona oleh adanya penemuan-penemuan dan teknologi yang maju dengan pesat. Karakter-karakter teknologi yang menggambarkan kecepatan diwujudkan ke dalam desain dalam bentuk garis-garis lengkung dan zig-zag.



Gambar II.7 Contoh grafis *art deco*

Sumber: http://udangmabok.wordpress.com/2009/02/26/art-deco/ (Diakses pada 19 Juli 2012)



Gambar II.8 Contoh poster dan warna *art deco*

Sumber: http://udangmabok.wordpress.com/2009/02/26/art-deco/ (Diakses pada 19 Juli 2012)

II.5. Analisis

II.5.1. Analisis 5W + 1H

Analisis ini digunakan untuk mengetahui lebih jelas ke mana arah media informasi ini ditujukan. Analisis bersifat subjektif berdasarkan pengamatan dan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Analisis yang dilakukan yaitu :

- ***What***

  Museum Konperensi Asia-Afrika yang berada di Gedung Merdeka Jl. Asia-Afrika No. 65 Bandung.

- ***Who***

  Target dikhususkan untuk pengunjung Museum Konperensi Asia-Afrika dari kalangan umum atau pelajar yang tidak disertai atau menggunakan jasa pemandu.

- ***Why***

  Media informasi pada area Museum Konperensi Asia-Afrika dibuat sebagai sistem tanda atau petunjuk arah yang memberikan informasi bagi pengunjung mengenai dari mana, di mana dan ke arah mana serta hal apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan.

- ***Where***

  Media informasi ditempatkan di area strategis Museum Konperensi Asia-Afrika yang mudah dijangkau oleh penglihatan pengunjung.

- ***When***

  Media informasi ditempatkan dan digunakan setiap hari kunjungan museum di area Museum Konperensi Asia-Afrika.

- ***How***

  Media Informasi dirancang sebagai media yang memberikan informasi yang jelas mengenai lokasi, petunjuk arah serta larangan bagi pengunjung Museum Konperensi Asia-Afrika.

II.5.2. Kesimpulan Analisis 5W + 1H

Kesimpulan dari analisa 5W + 1H adalah sebuah media informasi yang memberikan informasi mengenai petunjuk arah dan tanda larangan di area Museum Konperensi Asia-Afrika yang ditujukan untuk pengunjung.

II.6. Segmentasi Target Sasaran

Target sasaran dari perancangan media informasi yaitu :

- **Demografis**

  Laki-laki dan perempuan pengunjung museum yang berada direntang usia 20 s.d. 25 tahun.

- **Geografis**

  Pengunjung yang berada di Museum Konperensi Asia-Afrika. Terutama pengunjung baru Museum Konperensi Asia-Afrika yang tidak menggunakan jasa pemandu.

- **Sosial Ekonomi**

  Untuk semua kalangan karena sesuai dengan pengertian museum, bahwa museum terbuka untuk umum.

- **Psikografis**

  Target merupakan kalangan yang di mana dalam melakukan kunjungan ke Museum Konperensi Asia-Afrika sebagai perorangan atau tidak lebih dari lima orang dan tidak menggunakan jasa pemandu.