BAB III

STRATEGI KONSEP DAN PERANCANGAN VISUAL

3.1. Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dibuat dari pemecahan masalah yang sudah diuraikan yaitu, kurangnya pengunjung Museum Geologi yang datang berkunjung, khususnya pada bulan Agustus dan September. Sebagai pemecahan masalah tersebut, penulis merancang sebuah media promosi. Dimana media promosi ini akan ditujukan untuk anak-anak, yang berfungsi untuk menarik minat anak-anak, terutama anak-anak sekolah untuk berkunjung ke Museum Geologi, khususnya pada bulan Agustus dan September.

3.1.1. Tujuan Perancangan

Media promosi yang dibuat mempunyai beberapa tujuan, yaitu:

1. Memberikan Informasi Museum Geologi secara singkat.
2. Meningkatkan jumlah kunjungan ke museum.
3. Menjadikan Museum Geologi sebagai museum yang mengasyikkan bagi anak-anak.

3.1.2. Materi Pesan

Materi pesan dari proses perancangan sebagai media promosi dan informasi ini adalah media informasi Museum Geologi Bandung, yaitu media informasi yang berisikan tentang informasi mengenai Museum Geologi Bandung.

Dimana dalam media informasi ini pengunjung dapat melihat koleksi dan informasi tentang Museum Geologi, sesuai dengan ruangan yang dimiliki oleh Museum Geologi. Media informasi ini ditujukan kepada target audiens khususnya, yaitu pelajar terutama tingkat SD, sehingga target audiens mengerti mengenai Museum Geologi secara ringkas. Dimana dapat menarik mereka untuk datang ke Museum Geologi.

3.1.3. Struktur Materi

Struktur materi yang ada pada Media informasi Museum Geologi Bandung antara lain:

1. Ruang Dokumentasi

   Berisi tentang informasi lokasi keberadaan Museum Geologi, dan lemari penyimpanan.

2. Ruang Auditorium

   Berisi tentang informasi lokasi keberadaan Museum Geologi, alamat surat, dan kontak telepon.

3. Ruang Sejarah Kehidupan

   Berisi tentang koleksi dan informasi mengenai jenis batuan dan juga sejarah kehidupan manusia di bumi.

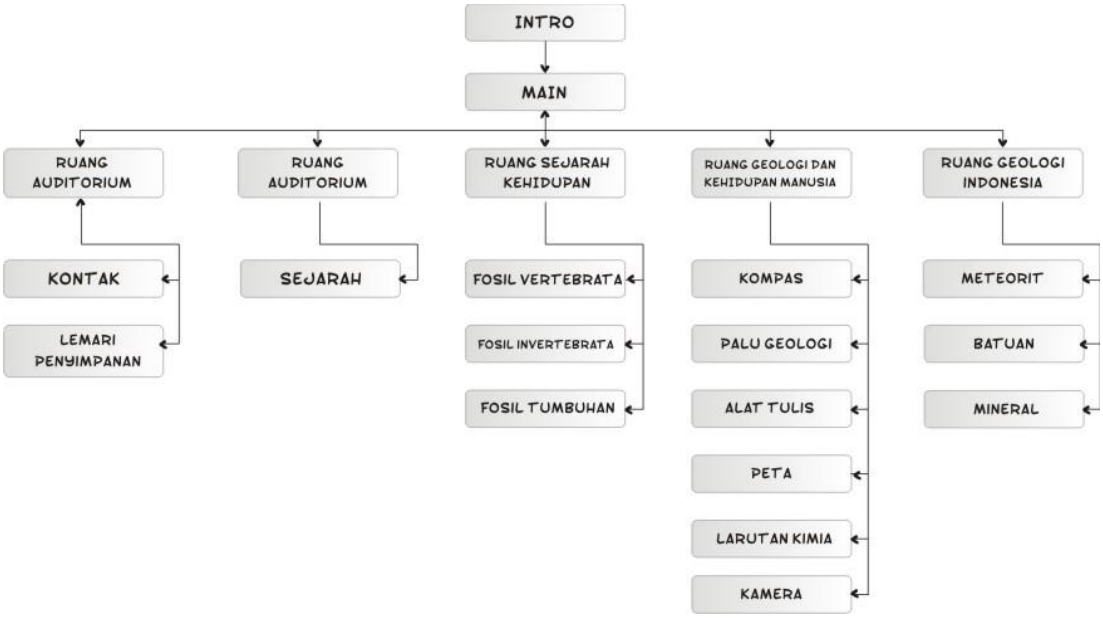
4. Ruang Geologi dan Manusia

   Berisi tentang koleksi dan informasi mengenai jenis fossil yang berada di muka bumi.

5. Ruang Geologi Indonesia

Berisi tentang koleksi dan informasi mengenai peralatan geologi yang digunakan.

Site map pada perancangan Media informasi Museum Geologi Bandung adalah sebagai berikut:



Gambar 3.12. Site Map

3.1.4. Pesan Utama

Pesan utama dari proses perancangan sebagai media promosi ini adalah Media informasi Museum Geologi Bandung untuk anak. Media informasi yang berisikan tentang informasi koleksi yang dimiliki oleh Museum Geologi Bandung. Diharapkan anak yang melihatnya tertarik untuk mengunjungi Museum Geologi, sehingga jumlah pengunjung Museum Geologi terutama pengunjung anak-anak akan bertambah.

3.2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif lebih ditekankan pada target audiens yaitu anak-anak. Dimana media yang akan dibuat disesuaikan dengan karakter dan sifat dari anak-anak, yaitu menyukai ilustrasi kartun yang lucu. Warna juga ditekankan pada warna-warna yang berhubungan dengan Museum Geologi, yaitu warna-warna tanah. Sedangkan tipografi yang digunakan akan disesuaikan dengan elemen visual yang telah dibangun.

3.2.1. Pendekatan Kreatif

Pendekatan kreatif dengan cara memunculkan sebuah karakter yang lucu yang berhubungan dengan Museum Geologi, yaitu “GEO” si tikus tanah. Geo akan menjelaskan koleksi dan informasi yang dimiliki Museum Geologi. Media promosi akan dibuat sedemikian seru dan interaktif, disesuaikan dengan target audiens yaitu anak-anak. Oleh karena itu, dibuatlah tagline “GEO lucu bikin seru”, dimana tagline ini akan ditempatkan di media promosi yang akan dibuat.

3.2.2. Pendekatan Bahasa

Penyampaian komunikasi dalam perancangan Media informasi Museum Geologi Bandung untuk anak ini, menggunakan pemakaian bahasa Indonesia yang ringan dan sederhana. Hal ini dimaksud agar informasi dan pesan yang akan disampaikan dalam Media informasi Museum Geologi Bandung, mudah dipahami dan dimengerti oleh audiens.

3.2.3. Rasionalisasi Visual

Untuk menyesuaikan perancangan media informasi Museum Geologi Bandung dengan terget audiens seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Maka hal-hal yang harus diperhatikan antara lain, tata letak bentuk yang digunakan, yaitu bentuk yang sederhana mudah dilihat dan dimengerti. Disesuaikan dengan target audiens dari media informasi ini sendiri. Warna yang digunakan yaitu didominasi oleh hitam dan coklat yang diambil dari warna tanah yang sangat berhubungan dengan bumi, karena Museum Geologi Bandung tersebut bergerak di bidang informasi mengenai bumi, dan dikombinasikan juga dengan warna-warna muda yang sesuai dengan target audiens yang akan dituju. Tipografi Huruf yang digunakan dalam web ini adalah Foo dan SfToontime, karena font tersebut mewakili target audiens bagi promosi ini, sehingga media informasi ini dapat diterima dengan baik oleh target audiens.

3.3. Strategi Media

Penggunaan media akan membantu promosi, agar promosi yang dilakukan dapat tersampaikan dengan baik dan tepat. Oleh sebab itu, media yang dipilih haruslah sesuai dengan target audiens yang akan dibidik.

3.3.1. Pemilihan Media Utama

Media Utama yang dipergunakan yaitu media informasi *online*. Media ini dipilih karena memiliki banyak kelebihan dan sesuai dengan target audiens yaitu anak-anak.

Adapun kelebihan dari media media informasi adalah:

1. Jangkauan yang sangat luas.
2. Akses dapat dilakukan kapanpun.
3. Dapat memuat format file yang bermacam-macam.
4. Fasilitas internet mudah dijumpai khususnya di daerah urban/suburban dimana target audiens tinggal.
5. Memungkinkan kita untuk memberikan media yang interaktif yang bisa dimainkan oleh anak-anak.

3.3.2. Pemilihan Media Pendukung

Pemilihan Media Pendukung disesuaikan dengan target audiens yaitu anak-anak. Sehingga Media Pendukung ini diharapkan dapat mendukung media utama yaitu media informasi dan sesuai dengan target audiens.

3.3.2.1. Media Pendukung

Ada pula media pendukung untuk membantu menginformasikan media utama yang berguna untuk kegiatan penjualan, seperti:

1. Poster

Media ini diperlukan untuk mempromosikan Museum Geologi Bandung. Juga dibuat untuk memberitahu alamat media informasi yang akan dituju dan acara yang akan diselenggarakan.

2. Pop-up Banner

Banner berguna untuk memberitahukan keberadaan alamat media informasi.

3. Games

Games berguna untuk menarik anak-anak agar ingin masuk ke situs museum.

4. Flyer

Flyer digunakan karena media mudah untuk dibuat.

5. Media Merchandise

Merchandise berguna untuk mengingatkan sesuatu yang diinformasikan atau dipromosikan.

a. Tas

Dengan warna-warna dan bentuk yang menarik, dapat dipakai oleh anak-anak untuk bergaya dan pergi ke sekolah.

b. Sticker

Sticker berguna untuk media promosi sekaligus pengingat dan dapat juga ditempelkan di angkutan kota atau mobil pribadi.

c. Topi

Sebagai sarana pengingat maupun promosi tentang Museum Geologi Bandung.

d. Tempat Minum

Sebagai sarana pengingat maupun promosi tentang Museum Geologi Bandung.

e. Kaos

Kaos digunakan sebagai media pendukung sekaligus sarana pengingat maupun promosi tentang Museum Geologi Bandung.

3.3.3. Pertimbangan Dasar Penyebaran Media

3.3.3.1. Pertimbangan Dasar Penyebaran Media Utama

Untuk mengetahui keberadaan Media informasi dibutuhkan sebuah strategi agar media informasi tersebut dapat dikenal oleh masyarakat umum. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah sistem penyebaran yang baik agar media informasi dapat dikenali oleh semua orang. Oleh sebab itu, hal yang dilakukan adalah mendaftarkan media informasi ini ke dalam mesin pencari (*search engine*) sehingga dapat memudahkan masyarakat dalam mengakses media informasi ini.

Selain itu penyebaran media informasi ini pun dibantu oleh media pendukung yang akan dibuat, sehingga beberapa media pendukung digital yang dibuat akan memberikan link ke alamat media informasi itu sendiri, sehingga lebih memudahkan untuk diakses.

3.3.3.2. Pertimbangan Dasar Penyebaran Media Pendukung

Untuk penyebaran Media pendukung dibagi menjadi tiga yaitu:

1. Media Digital

   Untuk media digital seperti *pop-up banner* dan *games* penyebarannya melalui media informasi yang sering di kunjungi anak-anak.

2. Media Cetak

   Untuk media cetak penyebarannya melalui sekolah-sekolah yang berada di sekitar Kota Bandung.

3. Media Merchandise

   Untuk media merchandise penyebarannya dilakukan melalui toko souvenir yang dimiliki Museum Geologi.

3.4. Strategi Distribusi

Untuk media utama, Media informasi Museum Geologi untuk anak akan dibuat domain yaitu www.museum.bgl.go.id/geokids, dan untuk hosting memakai server yang sudah dimiliki oleh Museum Geologi.

3.4.1. Jadwal Penyebaran Media

Jadwal penyebaran media dilakukan dalam waktu 3 bulan, yaitu dari Juli 2011 sampai dengan September 2012. Penyebaran dilakukan tiga tahap dengan rincian sebagai berikut:

Tahap Pertama:

Jadwal Penyebaran Media	Media	Penempatan Media
Launching Media informasi Juli 2011-Agustus 2012	Media informasi Geo Kids	www.museum.bgl/geokids
	Tas, Pin, Baju,Gantungan Kunci dan Tempat Minum	Dapat dibeli di toko souvenir Museum Geologi
	Poster, Pop-up Banner, Game 1, Flyer dan Jejaring Sosial	Situs Jejaring Sosial Sekolah SD Situs yang memiliki fasilitas game flash seperti: www.**games**.co.id *duniapermainan.com* www.kotak**game**.com *i**gameflash**.com* *nickelodeon.com* *facebook.com* Situs Game Online seperti: Gemscool.com Seal.com Lytogame.com

Tabel 3.1. (a) Penyebaran Media tahap pertama

Tahap Kedua:

Jadwal Penyebaran Media	Media	Penempatan Media
Oktober 2011-Januari 2012	Media informasi Geo Kids	www.museum.bgl/geokids
	Tas, Pin, Baju, Gantungan Kunci dan Tempat Minum	Dapat dibeli di toko souvenir Museum Geologi
	Poster, Pop-up Banner, Game 2,Flyer dan Jejaring Sosial	Situs Jejaring Sosial Sekolah SD Situs yang memiliki fasilitas game flash seperti: www.**games**.co.id *duniapermainan.com* www.kotak**game**.com *i**gameflash**.com* *nickelodeon.com* *facebook.com* Situs Game Online seperti: Gemscool.com Seal.com Lytogame.com

Tabel 3.1. (b) Penyebaran Media tahap kedua

Tahap Ketiga:

Jadwal Penyebaran Media	Media	Penempatan Media
Oktober 2011-Januari 2012	Media informasi Geo Kids	www.museum.bgl/geokids
	Tas, Pin, Baju, Gantungan Kunci dan Tempat Minum	Dapat dibeli di toko souvenir Museum Geologi
	Poster, Pop-up Banner, Game 3,Flyer dan Jejaring Sosial	Situs Jejaring Sosial Sekolah SD Situs yang memiliki fasilitas game flash seperti: www.**games**.co.id *duniapermainan.com* www.kotak**game**.com *i**gameflash**.com* *nickelodeon.com* *facebook.com* Situs Game Online seperti: Gemscool.com Seal.com Lytogame.com

Tabel 3.1 (c) Penyebaran Media tahap ketiga

3.5. Konsep Audio

Audio yang digunakan adalah Musica do chocobo yang bersifat instrumental, dimana musik ini disesuaikan dengan konsep visual dan temponya lambat sehingga saat orang mengakses website ini tetap merasa nyaman saat mendengarkan lagunya sekaligus membaca informasinya.

Nama Musik: Musica do chocobo

Publisher : Square enix

Arranger : Hitoshi Sakimoto

3.6. Konsep Visual

Konsep Visual yang digunakan disesuaikan dengan target audiens yang dipilih yaitu anak-anak dari sana maka didapatkan visualisasi mulai dari bentuk. Bentuk yang dipakai cenderung tumpul agar terlihat lembut, layout dibuat simetris dipakai agar informasi mudah terbaca dengan baik tipografi yang digunakan adalah foo dan sftoontime dan ilustrasi yang dipakai adalah chibi agar terkesan lucu dan untuk pewarnaan didominasi oleh coklat dan abu tua disesuaikan dengan tanah yang dekat dengan geologi dan semua itu diletakan dengan format rgb karena hasil yang dikeluarkan adalah media digital berupa website.

3.6.1. Format Desain

Format desain yang digunakan adalah bentuk melebar (Landscape) dengan resolusi 1024x768 pixel dengan warna RGB 72 dpi. Hal ini dilakukan agar pada saat ditampilkan konten tidak terpotong dan dapat ditampilkan dengan baik oleh monitor ukuran apapun.

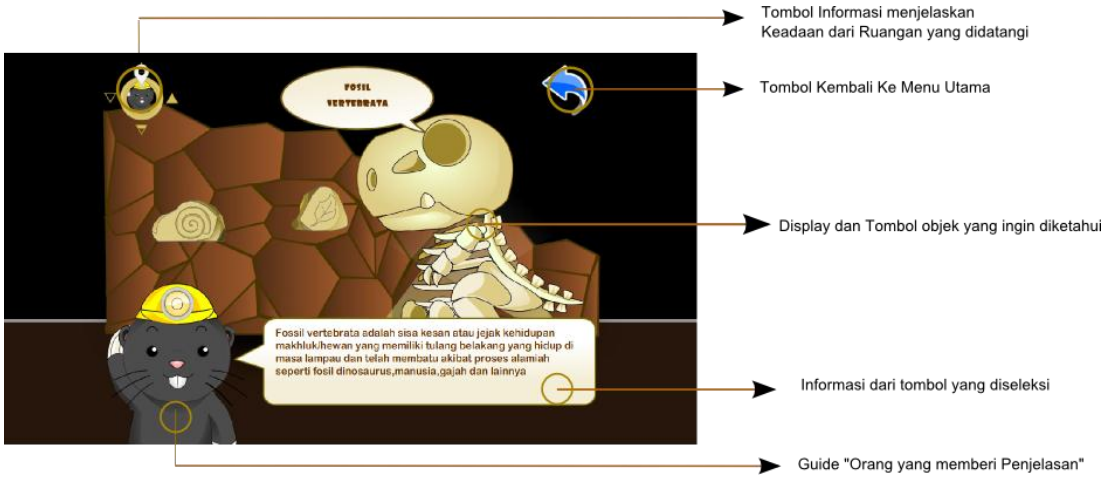


Gambar 3.13. Format Desain

3.6.2. Layout

Layout atau yang disebut juga tata letak merupakan penyusunan dan penataan yang memadukan unsur-unsur komunikasi grafis seperti teks, gambar, tabel dan lain sebagainya menjadi media komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik. Tata letak pada desain web Museum Geologi dibuat sederhana.

Layout dibuat simetris, sehingga mudah dibaca oleh anak-anak.



Gambar 3.14. Layout Museum Geologi

3.6.3. Tipografi

Tipografi yang dipilih disesuaikan dengan karakteristik anak-anak, dan disesuaikan dengan tema yang diangkat yaitu keceriaan dan kegembiraan.

Foo

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

SF TOONTIME

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Foo, sans-serif dan digunakan pada judul, sub judul dan konten media informasi perusahaan, bentuknya yang bulat terkesan lucu.

Sf toontime, bentuknya yang sederhana dan mudah dibaca walaupun dalam skala kecil yang bertujuan agar semua pesan dan informasi yang ada pada Media informasi Museum Geologi Bandung sampai kepada target yang dituju.

3.6.4. Ilustrasi

Karakter yang digunakan adalah Geo. Karakter yang diambil adalah tikus tanah, karena sosoknya adalah binatang yang suka menggali tanah sesuai dengan museum geologi yang mendapatkan koleksinya dengan cara menggali tanah. Gaya ilustrasi adalah *chibi*.

Ilustrasi : Bergaya *chibi*



Gambar 3.15. Chibi Seal Online

Sumber: www.survivergames.blogspot.com (19 April 2011)

- Dalam bahasa Jepang, *Chibi* diartikan bertubuh pendek atau anak kecil.

- *Chibi* sering bergantian dengan kata *Super Deform* (SD), melebihkan proporsi normal SD bertujuan untuk menggunakan satu sifat lucu atau humor.



Gambar 3.16. Chibi Okami

Sumber: www.dragonball.wikia.com (20 April 2011)

Gaya Ilustrasi ini diambil karena bersifat *Cute* dan sederhana.



Gambar 3.17. Geo Tikus Tanah

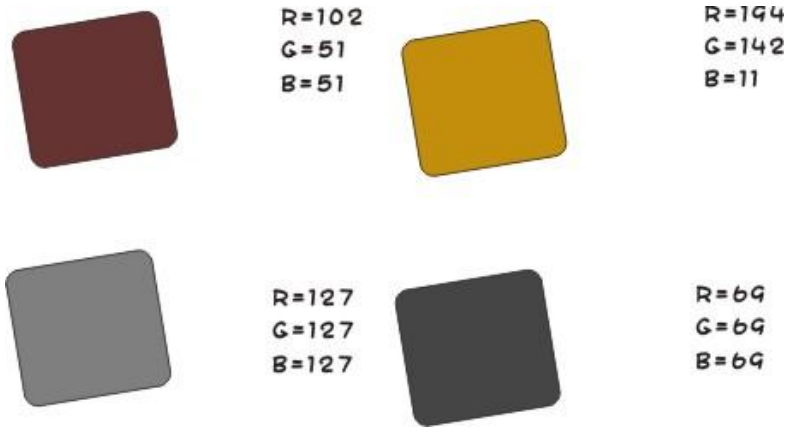


Gambar 3.18. Berbagai penyederhanaan model

3.6.5. Warna

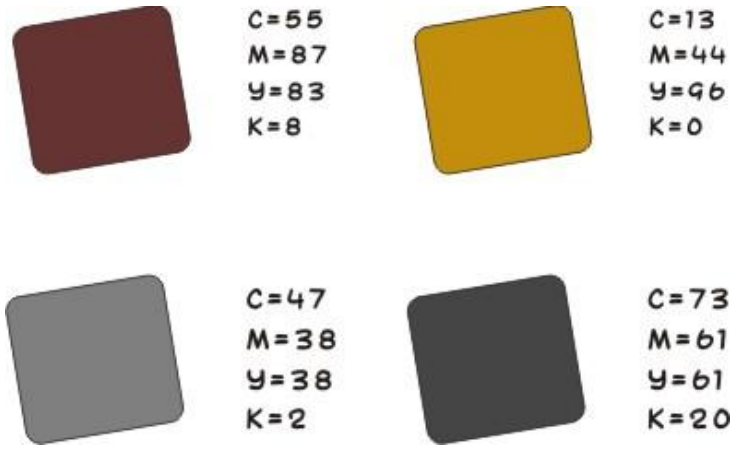
Warna pada media informasi disesuaikan dengan tema yang diangkat yaitu mengenai Museum Geologi, oleh karena itu warna ditampilkan adalah warna-warna yang berhubungan dengan bumi. Warna dominan pada Media informasi Museum Geologi Bandung yaitu warna coklat dan hitam. Karena warna hitam melambangkan warna tanah yang sangat berhubungan dengan bumi, selain warna itu pula digunakan warna - warna pastel untuk menyesuaikan dengan target audiens. Dengan mempertimbangkan keharmonisan pada media informasi warna yang akan digunakan pada perancangan Media informasi Museum Geologi Bandung untuk anak yaitu:

1. Warna untuk media digital dengan format RGB.



Gambar 3.19. Warna RGB

2. Warna untuk media cetak dengan format CMYK



Gambar 3.20. Warna CMYK