BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN SIGN SYSTEM DAN PETA KREATIF MUSEUM SULTAN MAHMUD BADARUDDIN II DI KOTA PALEMBANG

III.1 Strategi Perancangan

Permasalahan yang di temukan setelah dilakukannya penelitian terhadap Museum Sultan Mahmud Badaruddin II adalah kurangnya media informasi berupa sign system dan peta kreatif di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Sebagai pemecahan masalah tersebut maka dibuatlah *sign system* dan peta kreatif untuk media informasi di dalam dan diluar Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Menyampaikan informasi melalui *sign system* dan petak reatif, yang di dalamnya berisi informasi seperti tanda identifikasi, petunjuk, larangan atau himbauan ada pun peta yang berisi lokasi dimana tempat peraturan di lingkungan Museum Sultan Mahmud Badaruddin II ini.

III.1.1 Khalayak Sasaran

1. *Consumer Insight*

Pengertian *Consumer Insight* menurut Amelia E. Maulanayaitu proses mencari tahu secara lebih mendalam dan holistic, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan prilaku seseorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan iklan.Audiens utama media ini adalah masyarakat pada fase dewasa menengah di wilayah Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Namun tidak menutup kemungkinan perancangan ini akan mempengaruhi masyarakat selain target audiens.

Berikut insight dari audiens:

- Terbiasa dengan budaya instan dan mudah
- Terbuka serta mengikuti perkembangan terhadapa teknologi baru
- Eksistensi menjadi prioritas
- Fokus terhadap pekerjaan

2. *ConsumerJourney*

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber : Pribadi (7 Mei 2016)

Waktu	**AktivitasPengunjung**	**Tempat**	**Point Of Contact**
07.00-09.00	Mandi pagi, sarapan, perjalana ke museum	Kamar, kamar mandi, motor	Spanduk, poster
09.00-15.00	Sampai tujuan, Masuk museum, penelitian, istirahat	Parkiran, loket, kantin	Sign system, X-banner, Poster
15.00-18.00	Pulang, perjalanan, istirahat, mandi sore	Parkiran, motor, kamar, kamar mandi	Flyer, brosur, spanduk
18.00-22.00	Makan malam,istirahat, tidur	Ruang makan, kamar	Flyer, brosur

III.1.2 Strategi Komunikasi

Tujuan dari pembuatan *sign system* dan peta kreatif ini adalah untuk memberikan informasi kepada pengunjung agar mengikuti aturan yang ada di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II dan mengidentifikasi tempat–tempat yang ada sehingga mudah dikenali dan dimengerti oleh pengunjung yang datang ke Museum.

III.1.2.1 Pendekatan Komunikasi

Dalam proses penyampaian sebuah informasi dibutuhkan pendekatan komunikasi yang baik dan mampu menyampaikan informasi atau pesan–pesan yang akan disampaikan dengan mudah dimengerti khususnya bagi pengunjung Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Komunikasi merupakan penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan yang sedang berinteraksi secara

langsung maupun melalui media. Pendekatan yang akan digunakan dalam penyampaian informasi terbagi menjadi dua,
yaitu :

1. Pendekatan Komunikasi Visual

   Pendekatan komunikasi visual dalam perancangan media informasi adalah menggunakan pendekatan budaya modern dengen menggunakan gaya visual *blocking* dengan memanfaatkan situasi yang ada di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II, baik dari bangunan dan fasilitas yang ada di Museum Sultan Mahmud Badarudin II.

2. Pendekatan Komunikasi Verbal

   Dalam perancangan media informasi pendekatan verbal menggunakan kalimat yang formal dan menggunakan bahasa Indonesia yang baku sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima jelas oleh penggunjung.

III.1.3 Materi Pesan

Tujuan perancangan informasi ini adalah untuk pengunjung. Materi yang disampaikan adalah mengenai tanda, petunjuk, symbol, yang mempunyai tujuan yaitu: arahan, identifikasi, larangan dan himbauan kepada pengunjung Museum Sultan Mahmud Badaruddin II.

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa formal yang singkat dan jelas, bertujuan untuk memberikan pengarahan kepada pengunjung baik dari sikap maupun perilaku setelah mendapatkan informasi dari media cetak yang berada di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II, bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia.

III.1.5 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan dilakukan adalah membuat *sign system* yang didalamnya terdapat informasi mengenai tata letak, arahan, petunjuk, anjuran,

larangan dan himbauan pada kawasan Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Perancangan media informasi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II berupa *sign system* dan peta kreatif disesuaikan dengan ciri khas atau unsur–unsur yang dimiliki oleh Museum Sultan Mahmud Badaruddin II yaitu dengan bergaya atau bertema kerajaan, dengan konsep yang dibuat diharapkan dapat selaras dengan karakter khas yang dimiliki oleh Museum Sultan Mahmud Badaruddin II dan informasi yang akan disampaikan dapat dipahami dengan mudah dan jelas.

III.1.6 Strategi Media

Sign system dan peta kreatif merupakan media yang digunakan dalam perancangan ini, sign system digunakan sebagai petunjuk arah, letak lokasi, anjuran serta larangan dan himbauan dan peta kreatif digunakan untuk memberikan informasi di lokasi tersebut. Pemakaian bentuk *sign system* disesuaikan dengan unsur–unsur atau ciri khas dari Museum Sultan Mahmud Badaruddin II yaitu ukiran yang ada di atas bangunan museum, agar informasi tersebut tersampaikan dengan baik kepada pengunjung dan mencapai tujuan seperti yang diinginkan. Dalam hal ini digunakan teori media untuk perancangan yang menggunakan media primer utama dan pendukung.

III.1.7 Media Utama

Media utama yang akan dipilih untuk perancangan media informasi terhadap Museum Sultan Mahmud Badaruddin II berupa *sign system* yang akan di gunakan di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II, dari berbagai jenis *sign system* yang ada namun hanya beberapa saja yang akan digunakan, yaitu :

- Tanda Petunjuk arah (*Direction*)

  Tanda ini adalah tanda untuk mengarahkan audiens atau pengunjung menuju suatu tempat

- Tanda Pengenal (*Identification*)

  Tanda ini adalah tanda yang digunakan untuk membedakan antara suatu objek dengan objek lainnya.

- Tanda Larangan dan peringatan (*Regulation*)

  Tanda ini bertujuan untuk menginformasikan mengenai apa yang tidak boleh dikerjakan atau dilarang.

III.1.7.1 Media Pendukung

Media pendukung adalah sebuah media tambahan untuk mendukung media utama, bertujuan memberikan nilai lebih kepada media utama dan menjadikan lebih menarik. Media pendukung yang digunakan dimedia informasi ini adalah poster dan brosur.

- **Poster**

Poster merupakan media untuk menarik perhatian para wisatawan. Biaya produksi cukup rendah dan dapat menampung informasi-informasi secara lengkap. Dalam penyebarannya poster dapat ditempatkan di pos pelayanan yang berada di gerbang masuk datempat-tempat yang menyediakan fasilitas papan informasi.

- **Brosur**

Brosur adalah segala macam keterangan Museum Sultan Mahmud Badaruddin II yang dijabarkan, tujuannya agar pembaca tidak perlu bertanya-tanya lagi mengenai Museum Sultan Mahmud Badaruddin II.Media pendukung brosur ini dibuat agar *target audience* dapat melihat langsung penjelasannya. Brosur dipilih karena penyebaran brosur mudah dan praktis. Dalam segi ukuran, brosur adalah media promosi yang cukup kecil namun mampu memuat informasi-informasi yang ingin disampaikan.

- **X Banner**

X Banner adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat atau pengunjung Museum Sultan Mahmud Badaruddin II agar mendapat kaninformasi yang ada di dalam Museum Sultan Mahmud Badaruddin II ini.

- **Flyer**

Flyer adalah salah satu media penyebaran pesan yang cukup ampuh dan lebih terarah kepada masyarakat yang akan berwisata ke Museum Sultan Mahmud Badaruddin II.

- **Spanduk**

Spanduk adalah suatu media yang memberikan ketertariakan masyarakat untuk berkunjung ke Museum Sultan Mahmud Badaruddin II.

III.1.8 Strategi Distribusi

Strategi distribus imerupakan rencana dalam menyebarkan atau menyalurkan produk kepada target audiens, dalam perancangan ini, produk tersebut adalah *sign* system dan peta kreatif Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Media ini bersifat permanen dan tidak bias dibongkar pasang, sehingga tidak ada strategi dan target didalamnya.

III.2 Konsep Desain

Konsep Visual meliputi penjelasan format desain, layout, tipografi, ilustrasi, warna, dan sebagainya. Untuk mempromosikan Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Dengan subjek perancangan informasi dalam hal ini Museum Sultan Mahmud Badarudin II terbentuklah suatu media informasi yang mempunyai nilai daya tarik yang optimal.

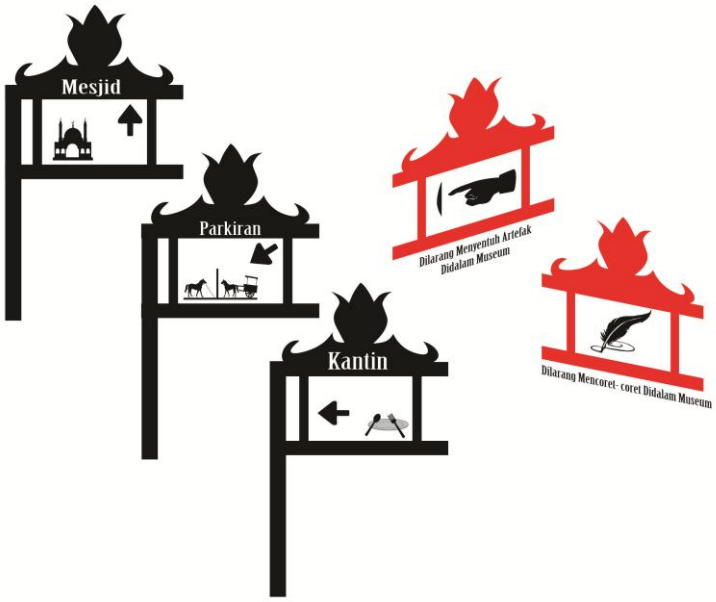
III.2.1 Format Desain

Dalam perancangan informasiMuseum Sultan Mahmud Badaruddin II media yang akan ditampilkan lebih mengutamakan penyampaian informasi yang lebih dalam, serta mencoba memunculkan daya tarik dari informasi yang akan disampaikan. Sehingga menimbulkan daya tarik yang efektif. Dalam perancangan media informasi tentang Museum Sultan Mahmud Badaruddin II, konsep visual yang digunakan berupa *sign system* dan peta kreatif.

III.2.2 Tata Letak (*Layout*)

Layout adalah mengatur penempatan berbagai unsur komposisi, seperti misalnya huruf teks, garis-garis, bidang-bidang, gambar-gambar, dan sebagainya. Layout dimulai dengan gagasan pertama dan diakhiri oleh selesainya pekerjaan (Edi Sudadi, 1986: 118). Layout atau tata letak yang meliputi penempatan semua unsur desain gambar sebagainya. Layout yang menarik merupakan jalur untuk

mendapatkan perhatian pembaca dan mengikatnya supaya benar-benar dilihat, dibaca, dan dipahami pesan-pesan apa yang disampaikan. Layout yang digunakan dalam setiap media informasi tentang Museum Sultan Mahmud Badaruddin II adalah peletakan media informasi yang lebih ditonjolkan. Hal ini yang dimaksud adalah agar ketika target sasarannya melihat media tersebut dapat langsung fokus pada visual kemudian tertarik untuk membaca disetiap informasi media tersebut.



Gambar III. 2 Layout
(Sumber : Dokumen Pribadi)

III.2.3 Huruf

Typografi adalah seni mengatur atau setting huruf atau type dan kemudian mencetaknya (Rhenald Kasali, 1995:20). Tipografi merupakan ilmu yang mempelajari segala sesuatu tentang huruf cetak. Tidak dapat dipungkiri bahwa teks adalah bagian dari desain grafis yang sangat penting. Di dalam desain grafis, tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak.(Adi Kusrianto, 2007:190)Dalam perancangan informasi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II lebih mengutamakan penggunaanfont yang jelas, sehingga lebih cepat untuk dipahami isi dan pesan yang disampaikan. Pemilihan huruf yang baik harus mengarah pada tingkat keterbacaan yang tinggi dan menarik, selain itu bentuk tipografi juga harus menggambarkan karakter dari pesan yang disampaikan. Desain huruf tertentu

dapat menciptakan kesan atau karakteristik sebuah objek. Pada perancangan media informasi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II ini mengunakan jenis huruf “Bambi Bold dan Birch Std” Jenis Huruf yang dipilih dalam perancangan informasi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II adalah :

Bambi Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890.,?;’()

Birch Std

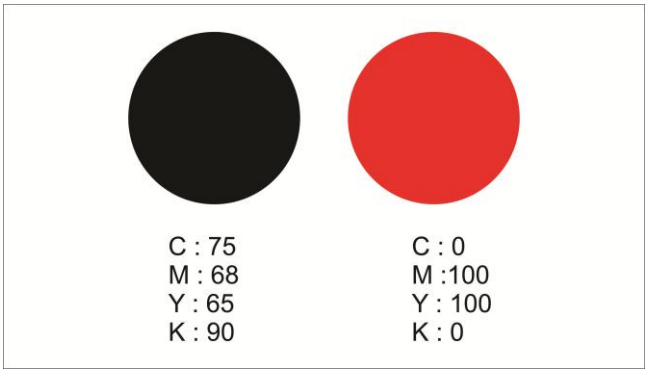
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890.,?:()

III.2.4 Warna

Karakter warna yang digunakan sebagai media utama adalah warna yang diambil dari museum sendiri. Warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuan dari sebuah karya desain. Hendry Dreyfuss (Hartono,2010). Warna digunakan dalam simbol-simbol grafis untuk mempertegas maksud symbol tersebut.



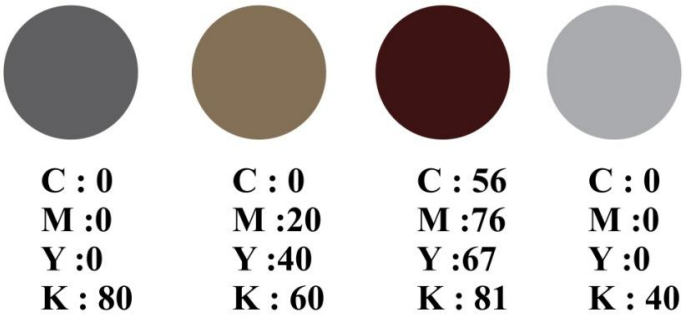
Gambar III.3 Warna Pada Sign System
(Sumber : Dokumen Pribadi)

1. Warna Hitam

Merupakan warna untuk huruf atau icon yang digunakan pada sign system tanda larangan maupun anjuran

2. Warna Merah

Merupakan warna untuk tanda larangan. Warna ini merupakan warna yang digunakan sebagai warna standar. Tujuanya penggunaan warna ini adalah agar masyarakat tidak kesulitan dengan tanda warna yang ada karena disesuaikan dengan rambu yang sudah ada



Gambar III.4 Warna Pada Peta Kreatif
(Sumber : Dokumen Pribadi)

1. Warna abu-abu tua

Arti warna abu–abu adalah mencerminkan keamanan, tenang Cocok untuk bangunan yang cendrung kuno atau bersejarah.

2. Warna Coklat

Coklat selalu identic dengan stabilitas, dan keadaan dimana kita dapat meletakkan kepercayaan pada obyek-obyek berwarna coklat. Warna coklat sering mengesankan kondisi sehingga bias menimbulkan kesan yang dapat diandalkan dan mewakili dari museum tersebut.

3. Warna Merah Marun

Warna ini mencerminkan rasa berani dan melambangkan kehidupan dengan gaya menarik tersendiri dan memiliki arti keindahan, yang terlukiskan secara tegas pada bangunan bersejarah.

4. Abu-abu Muda

Warna ini di ambil dari warna yang ada di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II agar memberikan arti dari bentuk bangunan yang sudah lama atau tua seperti bangunan museum ini sendiri.

III.2.5 Ilustrasi

Ilustrasi adalah gambar yang dapat berbentuk sketsa, image atau foto yang kemudian dibuat atau disederhanakan untuk melengkapi kebutuhan visual dalam perancangan media informasi *sign system* dan peta kreatif. Ilustrasi yang digunakan pada perancangan media informasi ini adalah foto yang di ambil dari kamera digital.

Berikut ini adalah foto yang dipakai dalam perancangan media informasi ini adalah :



Gambar III.5 Gerbang Utama Museum
(Sumber : Dokumen Pribadi)

Alasan mengapa objek ini dipilih karena pintu masuk ini cukup mewakili ciri khas dari Museum Sultan Mahmud Badaruddin II ini sendiri.