BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN

III.1. Khalayak Sasaran

Menurut Prisgunanto (2006) khalayak sasaran diartikan sebagai "Orang-orang atau pihak yang terlibat atau tertuju, baik dalam proses komunikasi antar organisasi atau mereka yang berada di luar organisasi itu sendiri" (h.8). Dapat disimpulkan bahwa khalayak sasaran adalah orang-orang yang menjadi target dalam sebuah proses komunikasi. Proses komunikasi dilakukan untuk menyampaikan sebuah pesan tertentu.

III.1.1. Segmentasi

Untuk dapat menentukan khalayak sasaran yang tepat, dapat dilakukan dengan melakukan segmentasi pasar. Segmentasi pasar adalah kegiatan untuk membagi pasar yang bersifat heterogen atau beragam jenis dari suatu produk ke dalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen atau satu jenis (Swastha & Handoko, 1997). Proses segmentasi pasar dapat mempermudah menemukan khalayak sasaran yang tepat untuk menerima pesan yang ingin disampaikan melalui sebuah proses komunikasi.

Khalayak sasaran dalam perancangan media informasi Museum Layang Layang Indonesia dapat dibagi kedalam beberapa segmentasi pasar sebagai berikut:

1. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis adalah pembagian pasar kedalam sebuah kelompok yang berdasarkan beberapa variabel. Variabel umum yang digunakan adalah jenis kelamin, usia, kewarganegaraan, pendidikan dan lain-lain (Kotler, 2008, h.226). Variabel yang ditetapkan disesuaikan dengan kondisi pasar yang dihadapi.

- Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
- Usia : 18 – 40 tahun (dewasa dini)
- Kewarganegaraan : Nasional dan internasional
- Pendidikan : Sekolah menengah atas
- Status ekonomi : Menengah atas

Khalayak sasaran di umur 18-40 tahun berada di masa dewasa dini merupakan sasaran yang tepat untuk memberikan informasi berupa sejarah, nilai-nilai budaya, dan keunikan koleksi layang-layang yang dipamerkan di Museum Layang Layang Indonesia. Alasan penetapan khalayak sasaran diumur 18-40 tahun karena di masa dewasa dini seseorang sudah lebih mengangap nilai-nilai pendidikan sebagai hal yang penting (Hurlock, 2002, h.251). Karenanya khalayak sasaran ini tepat dijadikan sebagai sasaran untuk menyampaikan informasi yang mengandung unsur-unsur pendidikan mengenai layang-layang.

2. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis adalah pembagian pasar berdasarkan jangkauan wilayahnya. Pada perancangan media di Museum Layang Layang Indonesia ini, khalayak sasaran yang dituju adalah pengunjung yang berada di dalam area Museum Layang Layang Indonesia, karena media informasi yang akan dibuat hanya dapat digunakan ketika pengunjung yang sedang berada di dalam area Museum Layang Layang Indonesia. Area Museum Layang Layang Indonesia meliputi wilayah seluas 3000 m2 dan terdiri dari beberapa bangunan dan fasilitas.

3. Segmentasi Psikografis

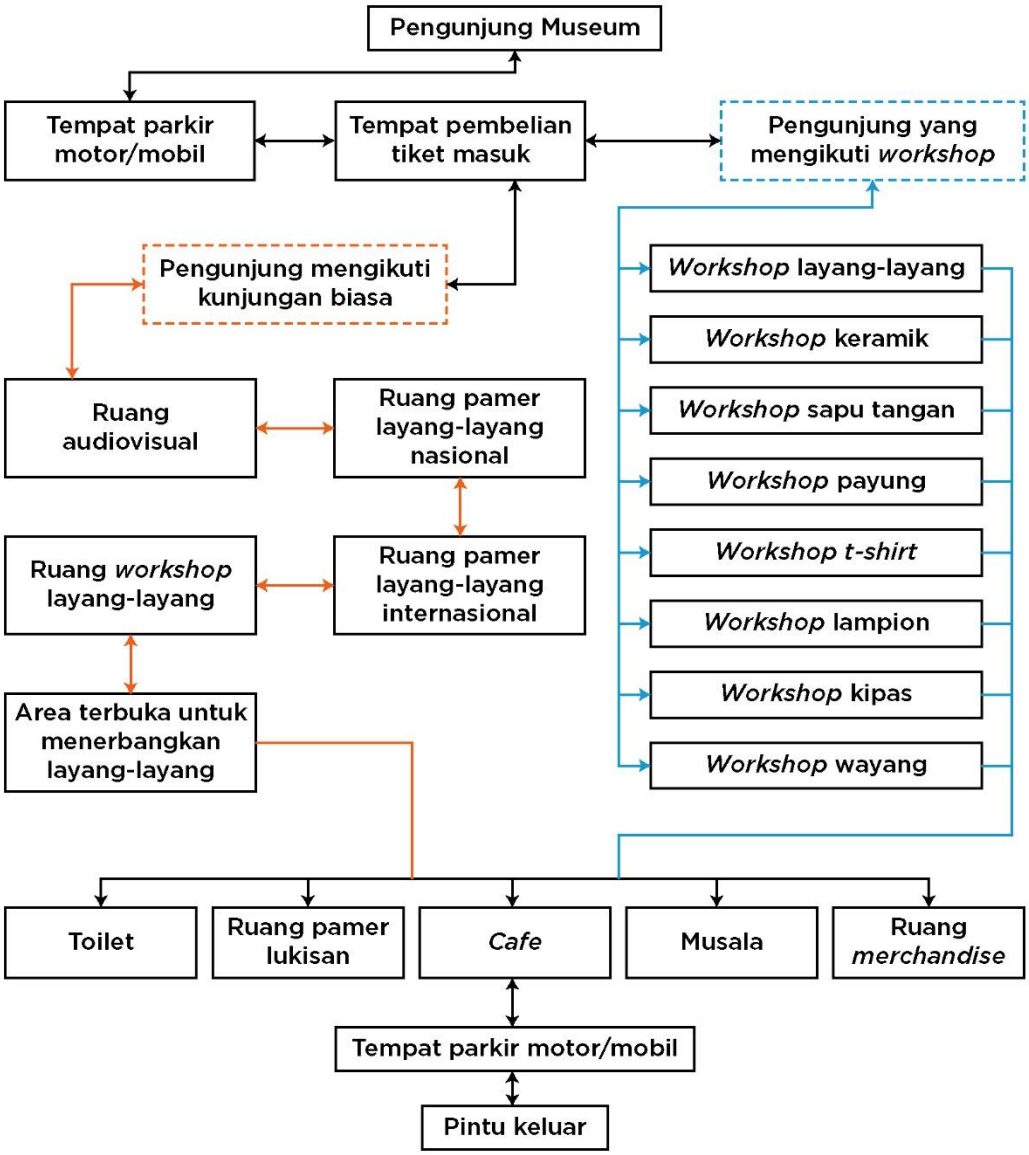
Segmentasi psikologis adalah pengelompokan pasar berdasarkan gaya hidup, kelas sosial, atau karakteristik kepribadian individu. Dari sebuah segmen demografis yang sama bisa saja memiliki psikologis yang berbeda (Kotler, 2008, h.226).

Segmentasi psikologis yang dituju dalam perancangan ini adalah pengunjung yang memiliki motivasi tematik/intelektual. Dijelaskan oleh Pott (seperti dikutip Sutaarga, 1989, h.82) pengunjung dengan motivasi tematik/intelektual adalah orang-orang yang ingin mendapatkan informasi yang lebih banyak tentang apa yang dilihat ketika mengunjungi sebuah museum. Khalayak sasaran yang ditujukan terutama pengunjung yang baru pertama kali mengunjungi Museum Layang Layang Indonesia dan tidak ditemani oleh pemandu.

III.1.2. *Consumer Journey*

Untuk dapat mempermudah penyampaian pesan dalam proses komunikasi, perlu dilakukan riset atau penelitian menggenai *consumer journey*. Dalam hal ini, *consumer journey* yang diteliti berdasarkan kebiasaan pengunjung, dan arus kunjungan yang biasa terjadi di Museum Layang Layang Indonesia. *Consumer journey* tersebut dimasukan kedalam sebuah tabel yang mengambarkan arus kunjungan yang rutin terjadi di Museum Layang Layang Indonesia.

Tabel III.1 *Consumer Journey* di Museum Layang Layang Indonesia.
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)



III.2. Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan sebuah cara yang digunakan untuk merancang sebuah pesan atau informasi kepada khalayak sasaran, agar khalayak sasaran dapat menangkap isi dari pesan atau informasi yang disampaikan. Strategi yang dibuat berdasarkan masalah yang terjadi dan solusi yang akan digunakan untuk menyelesaikan masalah tersebut.

Setelah melakukan penelitian lapangan berupa observasi, wawancara dan kuesioner, ditemukan beberapa fakta yang dapat menjadi bahan analisa untuk melakukan perancangan. Penelitian dan pengumpulan data dilakukan di kawasan Museum Layang Layang Indonesia yang beralamat di Jl. H. Kamang nomor. 38 Pondok Labu, Jakarta Selatan. Berdasarkan analisa yang didasarkan pada penelitian lapangan dan mengamati perilaku pengunjung, dapat diketahui dan disimpulkan permasalahan yang terjadi di Museum Layang Layang Indonesia dan harus segera untuk diselesaikan.

Museum Layang Layang Indonesia mempunyai banyak koleksi layang-layang yang membutuhkan media yang mampu memberikan informasi mengenai sejarah, nilai-nilai budaya, dan keunikannya kepada pengunjung. Selain itu Museum Layang Layang Indonesia juga memiliki banyak fasilitas yang memerlukan media yang mampu memberikan informasi berupa letak, arah, dan regulasi yang ada di masing-masing fasilitas tersebut.

Dasar utama yang dapat menjadi latar belakang pembuatan media di Museum Layang Layang Indonesia dapat diambil dari visi dan misi museum Layang Layang Indonesia, yaitu (*Company profile* Museum Layang Layang Indonesia, 2016):

A. Visi

   Melestarikan budaya layang-layang tradisional Indonesia

B. Misi

- Mengingatkan permainan layang-layang
- Memperkenalkan jenis layang-layang baru
- Pembelajaran pembuatan layang-layang

- Mengembangkan kreatifitas
- Eksplorasi keunikan fungsi layang-layang
- Mempelajari sejarah dan perkembangan layang-layang dunia

Didasarkan dari visi dan misi Museum Layang Layang Indonesia, media yang akan dibuat sebaiknya mampu membantu melestarikan budaya layang-layang dengan cara mengingatkan dan memperkenalkan layang-layang dari segi sejarah, keunikan dan perkembangannya dari dahulu hingga sekarang.

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Karlfried Knapp (seperti dikutip Suprapto, 2009) komunikasi merupakan interaksi antar pribadi yang menggunakan sistem simbol linguistik, seperti simbol verbal (kata-kata) dan non-verbal. Sistem ini dapat disosialisasikan secara langsung/tatap muka atau melalui media lain (tulisan, oral, dan visual).

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses interaksi baik verbal maupun non-verbal yang dapat disampaikan secara langsung ataupun dengan menggunakan perantara media. Dalam proses interaksi tersebut, terdapat sebuah pesan yang ingin disampaikan dan memiliki tujuan tertentu.

Tujuan komunikasi dalam perancangan media di Museum Layang Layang Indonesia diantaranya adalah:

a. Pengunjung dapat memahami informasi mengenai benda-benda koleksi yang dipamerkan di Museum Layang Layang Indonesia.
b. Pengunjung dapat mengetahui apa saja fasilitas yang berada di dalam area Museum Layang Layang Indonesia.
c. Pengunjung dapat mengetahui arah dan letak fasilitas ketika berada di dalam area Museum Layang Layang Indonesia.
d. Pengunjung dapat mengetahui tata tertib berupa larangan dan anjuran yang berlaku di dalam area Museum Layang Layang Indoenesia.

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Setelah menentukan khalayak sasaran dan melihat karakter dari khalayak sasaran, maka pendekatan komunikasi yang dilakukan menggunakan pendekatan komunikasi verbal dan visual. Kedua pendekatan komunikasi tersebut tidak bisa dipisahkan dan saling melengkapi satu sama lain.

III.2.2.1. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang dilakukan pada perancangan media di Museum Layang Layang Indonesia adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris sebagai bahasa internasional. Pengunaan bahasa Indonesia dipilih karena Museum Layang Layang Indonesia berada di wilayah negara Indonesia dan pengunjung yang datang didominasi oleh masyarakat Indonesia.

Pengunaan Bahasa Inggris digunakan dengan alasan Museum Layang Layang Indonesia juga didatangi oleh pengunjung yang berasal dari mancanegara yang memiliki berbagai perbedaan bahasa. Pengunaan bahasa Inggris yang merupakan bahasa internasional dimaksudkan agar informasi yang disampaikan dapat lebih mudah dimengerti oleh pengunjung yang berasal dari mancanegara.

Sebagai museum pertama yang koleksi utamanya berupa layang-layang, Museum Layang Layang Indonesia dapat diartikan sebagai perwakilan untuk mengenalkan layang-layang tradisional Indonesia ke seluruh dunia. Maka dari itu, Museum Layang Layang Indonesia sebaiknya mengakomodir kebutuhan pengunjung yang datang dari mancanegara terhadap informasi mengenai layang-layang.

III.2.2.2. Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang digunakan pada perancangan media di Museum Layang Layang Indonesia adalah pendekatan simbolik. Pendekatan simbolik yang digunakan adalah dengan mempergunakan bentuk-bentuk visual tertentu sebagai tanda untuk menjelaskan sebuah pesan kepada khalayak sasaran. Bentuk-bentuk visual tersebut berupa ikon yang dapat menjadi gambaran dari sebuah benda koleksi ataupun fasilitas yang ada di Museum Layang Layang Indonesia.

Skema warna yang digunakan diambil dari warna utama logo Museum Layang Layang Indonesia. Penggunaan skema warna yang diambil dari logo museum dimaksudkan agar perancangan yang akan dibuat dapat tetap selaras dengan identitas visual dan media lain yang sudah ada di Museum Layang Layang Indonesia.

III.2.3. *Mandatory*

Perancangan media ini melibatkan Museum Layang Layang Indonesia yang beralamat di Jl. H. Kamang nomor. 38 Pondok Labu, Jakarta Selatan sebagai lokasi pengambilan data dan penelitian serta lokasi penempatan media.



Gambar III.1 Logo *Mandatory*, Museum Layang Layang Indonesia.
Sumber: Museum Layang Layang Indonesia (2017)

III.2.4. Materi Pesan

Dalam perancangan media di Museum Layang Layang Indonesia memerlukan materi pesan yang akan disampaikan dalam sebuah proses komunikasi, beberapa materi yang akan disampaikan adalah:

- Informasi mengenai koleksi layang-layang, koleksi atribut layang-layang, dan koleksi lukisan yang dipamerkan di ruang pamer layang-layang.

- Informasi mengenai letak dan arah fasilitas yang berada di dalam area Museum Layang Layang Indonesia. Fasilitas tersebut seperti, ruang pamer layang-layang, ruang pamer lukisan, ruang *workshop* layang-layang, ruang *workshop* keramik, tempat pembelian tiket masuk, Musala, toilet, ruang kantor, ruang *mercahandise*, *cafe*, tempat parkir motor, tempat parkir mobil dan lain-lain.
- Memberikan informasi mengenai kegiatan serta tata tertib yang berlaku di setiap fasilitas yang berada di dalam area Museum Layang Layang Indonesia.

III.2.5. Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah sebuah cara untuk mengungkapkan pemikiran melalui bahasa secara khas yang merepresentasikan jiwa dan kepribadian seorang pengguna bahasa (Keraf, 2010, h.113). Berdasarkan pemilihan katanya, gaya bahasa yang digunakan pada perancangan media di Museum Layang Layang Indonesia adalah bahasa taidak resmi. Gaya bahasa tidak resmi dipilih karena dekat dengan keseharian khalayak sasaran, agar pesan yang disampaikan dapat dengan mudah dimengerti.

Berdasarkan nadanya, gaya bahasa yang digunakan pada perancangan media di Museum Layang Layang Indonesia adalah gaya bahasa sederhana. Gaya bahasa dengan nada sederhana dipilih karena gaya bahasa ini biasanya dipakai dalam memberi instruksi, pelajaran, dan sebagainya. Gaya bahasa sederhana cocok digunakan untuk menyampaikan informasi berupa fakta-fakta benda koleksi di Museum Layang Layang Indonesia (Keraf, 2010, h.115).

Berdasarkan jenisnya, gaya bahasa yang digunakan pada perancangan media di Museum Layang Layang Indonesia adalah gaya bahasa deskriptif. Gaya bahasa deskriptif yang digunakan bersifat menjabarkan dengan jelas, bertujuan untuk memberikan informasi yang semaksimal mungkin serta menyeluruh kepada pengunjung Museum Layang Layang Indonesia.

III.2.6. Strategi Kreatif

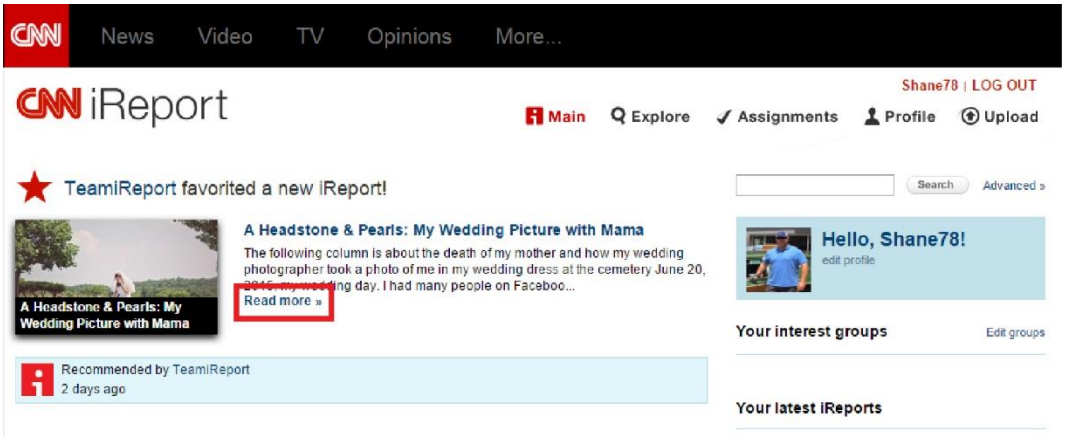
Strategi kreatif yang digunakan adalah dengan mengadakan pameran tetap disebuah ruangan dengan metode penyajian intelektual atau edukatif. Metode penyajian intelektual adalah sebuah metode dimana koleksi yang dipamerkan tidak hanya berupa bendanya saja, tetapi dipamerkan juga semua segi yang berkaitan dengan koleksi layang-layang tersebut (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1993, h.43).

Teknis penyajian informasi yang digunakan adalah dengan memberikan informasi singkat mengenai koleksi layang-layang terlebih dahulu, kemudian apabila pengunjung tertarik, pengunjung dapat mengakses informasi yang lebih kompleks mengenai koleksi layang-layang tersebut. Informasi singkat yang diberikan hanya berupa nama, asal daerah, ukuran dan bahan pembuatan dari sebuah layang-layang yang dipamerkan. Informasi kompleks yang diberikan berupa sejarah, fungsi, dan keunikan layang-layang yang dipamerkan, serta pengunjung dapat mengetahui dan memegang bahan pembuat layang-layang yang dipamerkan.

Teknis penyajian seperti ini diharapkan dapat mempermudah pengunjung memahami informasi yang diberikan. Selain itu informasi yang diberikan akan lebih efektif penyampaiannya kepada khalayak sasaran, karena informasi yang diberikan kepada pengunjung sesuai proporsinya. Pengunjung yang kurang tertarik dapat mengetahui sedikit mengenai koleksi layang-layang, dan pengunjung yang tertarik pada koleksi layang-layang dapat mengetahui informasi lebih banyak dan mendalam mengenai sebuah koleksi layang-layang.

Teknis penyajian informasi seperti ini terinspirasi dari teknis penyajian informasi yang biasa digunakan pada sebuah portal berita *online*. Dalam penyajian informasi pada sebuah portal berita *online*, akan menyajiakan informasi singkat terlebih dahulu, kemudian disediakan tombol akses menuju halaman selanjutnya yang memiliki informasi lebih lengkap dan kompleks. Pengunjung pada sebuah portal berita *online* dapat memilih untuk membaca isi berita secara singkat atau mengklik tombol untuk membaca artikel secara lengkap.

Dengan teknik penyajian informasi tersebut, pengunjung yang tertarik dapat melihat informasi secara keseluruhan dan pengunjung yang tidak tertarik bisa mendapatkan informasi tanpa harus membaca keseluruhan informasi yang disampaikan. Penyampaian informasi akan lebih efektif sesuai dengan ketertarikan pengunjung terhadap informasi yang disampaikan.



Gambar III.2 Referansi Teknik Penyampaian Media.
Sumber: https://im-rebels.comwp-contentuploads201508cnn2.png.
(Diakses pada 04/06/2017)

Dalam media yang dibuat menggunakan dua bahasa penyampaian, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris sebagai bahasa internasional. Hal ini dimaksudkan agar Museum Layang Layang Indonesia dapat sebisa mungkin mengakomodir kebutuhan informasi untuk seluruh pengunjung yang datang, baik pengunjung domestik maupun pengunjung mancanegara. Sudah selayaknya Museum Layang Layang Indonesia memiliki media yang dapat dengan mudah dipahami oleh pengunjung dari berbagai negara, karena museum ini dapat dikatakan sebagai perwakilan Indonesia untuk memperkenalkan produk budaya Indonesia khususnya layang-layang.

III.2.7. Strategi Media

Untuk membuat media di Museum Layang Layang Indonesia yang mampu menginformasikan mengenai benda koleksi, fasilitas dan regulasi yang ada di area museum dibutuhkan sebuah media utama dan beberapa media pendukung lainnya.

III.2.7.1. Media Utama

Media utama yang digunakan dalam perancangan media informasi Museum Layang Layang Indonesia disesuaikan berdasarkan masalah yang terjadi. Untuk mengatasi masalah kurangnya media yang dapat menginformasikan mengenai koleksi layang-layang dan fasilitas yang ada di dalam area Museum Layang Layang Indonesia maka media utama yang dipilih adalah *sign system* (sistem tanda).

Menurut Pierce, (seperti dikutip Tinarbuko, 2013) tanda ialah suatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu (h.33). Dapat disimpulkan bahwa sebuah tanda dibuat untuk mewaliki sesuatu, yang akan disampaikan kepada penerima pesan. Sebuah tanda yang baik, harus dapat dimengerti dengan mudah oleh penerima pesan.

Sign system adalah sebuah sistem yang menyatukan orang-orang yang berbeda dengan cara menghubungkannya, bahkan orang-orang yang memiliki perbedaan bahasa dan tujuan sekalipun, dengan cara membimbing mereka semua melalui ruang yang sama dengan sistem komunikasi yang sama (Gibson, 2009, h.46). Dapat disimpulkan bahwa *sign system* adalah sekumpulan tanda (*sign*) yang berada dalam sebuah sistem tunggal yang sama, dan berfungsi untuk membantu dan mengarahkan orang-orang tertentu yang memiliki perbedaan tujuan dalam sebuah tempat dan menginformasikan hal-hal yang berada disekitar tempat tersebut.

Pemilihan *sign system* sebagai media utama karena *sign system* adalah media yang tepat utuk mengatasi masalah yang terjadi di Musuem Layang Layang Indonesia, yakni kurangnya informasi yang mampu menjelaskan mengenai sejarah dan keunikan koleksi layang-layang serta menjelaskan fasilitas dan tata tertib yang berlaku di Museum Layang Layang Indonesia.

Berdasarkan buku "*The Wayfinding Handbook*" yang ditulis oleh David Gibson tahun 1993, *sign system* dibagi kedalam 4 jenis, yaitu tanda identifikasi (*identification sign*), tanda petunjuk arah (*directional sign*), tanda orientasi (*orientation sign*), dan tanda regulasi (*regulatory sign*). Merujuk pada masalah yang

terjadi di Museum Layang Layang Indonesia, dibutuhkan perancangan tiga jenis *sign system* yang juga digunakan sebagai media utama dalam perancangan ini, yaitu:

1. Tanda Pengenal (*Identification Sign*)

   Tanda pengenal adalah tanda visual yang menampilkan nama dan fungsi sebuah tempat atau ruang. Tanda identifikasi digunakan untuk membedakan objek yang satu dengan yang lain, seperti ruang, bangunan atau produk (Gibson, 2009, h.48).

   Sign system jenis ini digunakan untuk menjelaskan mengenai benda koleksi yang berada di Museum Layang Layang Indonesia, seperti layang-layang, atribut layang-layang dan lukisan. Selain itu *sign system* jenis ini juga digunakan untuk mengidentifikasi fasilitas yang ada di Museum Layang Layang Indonesia.

   Tanda pengenal (*Identification sign*) yang dibuat terdiri dari tanda pengenal koleksi dan tanda pengenal fasilitas yang ada di Museum Layang Layang Indonesia. Tanda pengenal koleksi layang-layang menginformasikan mengenai sejarah, bahan pembuatan, ukuran, fungsi dan keunikan layang-layang yang dipamerkan. Selain itu juga menginformasikan mengenai koleksi lain seperti atribut layang-layang dan koleksi lukisan. Satu buah koleksi memiliki memiliki satu buah tanda pengenal. Tanda pengenal fasilitas memberikan identifikasi fasilitas apa saja yang ada di dalam area Museum Layang Layang Indonesia. Sebuah fasilitas memiliki masing-masing satu buah tanda pengenal.

   Tanda pengenal (*identification sign*) koleksi layang-layang yang dibuat terdiri dari 21 jenis layang-layang yang merupakan benda koleksi Museum Layang Layang Indonesia. Jenis layang-layang tersebut diantaranya:

   1. Layang-layang Daplangan, Cilacap, Jawa Tengah.
   2. Layang-layang Badholan, Tulungagug, Jawa Timur.

3. Layang-layang Geulayang Kleung, Aceh.
4. Layang-layang Dandang Bini, Kalimantan Selatan.
5. Layang-layang Bebean, Bali.
6. Layang-layang Tanggalan Bulan Sabit, Kebumen, Jawa Tengah.
7. Layang-layang Perisai, Kalimantan Barat.
8. Layang-layang Kaghati, Muna, Sulawesi Tenggara.
9. Layang-layang Pepeteng, Jawa Barat.
10. Layang-layang Tanggalan, Tulungagung, Jawa Timur.
11. Layang-layang Doro Keplok, Kudus, Jawa Tengah.
12. Layang-layang Koangan, Jakarta.
13. Layang-layang Maco, Sumatra Barat.
14. Layang-layang Daun Kiter, Sulawesi Utara.
15. Layang-layang Babon Angrem, Tulungagung, Jawa Timur.
16. Layang-layang Pecukan, Bali.
17. Layang-layang Mancungan, Yogyakarta.
18. Layang-layang Reko Rekan, Palembang, Sumatera Selatan.
19. Layang-layang Fish Kite, China.
20. Layang-layang Wau Merak. Malaysia.
21. Layang-layang Chula, Thailand.

Tanda pengenal (*identification sign*) atribut layang-layang yang merupakan benda koleksi Museum Layang Layang Indonesia. Koleksi atribut layang-layang tersebut diantaranya:

- Benang dari serat nanas
- Benang Nylon
- Benang Gelasan
- Alat penggulung benang
- Serbuk kapur
- Serbuk gelasan
- Serbuk gambir
- Pewarna benang
- Miniatur layang-layang Ikan, China

- Miniatur layang-layang Kupu-kupu, China
- Miniatur layang-layang Ikan 22x23 milimeter
- Miniatur layang-layang Naga
- Miniatur layang-layang Tako, Jepang
- *Wind Catcher,* Swedia
- Miniatur layang-layang Capung

Tanda pengenal (*Identification sign*) lainnya adalah tanda pengenal untuk koleksi lukisan yang dipamerkan di Museum Layang Layang Indonesia. Koleksi lukisan tersebut memiliki nama masing-masing, diantaranya:

- Komposisi Merah
- Telaga Nan Segar
- Dahlia Pagi
- Musim Bunga
- Pagi segar
- Dinamika Diagonal
- Bunga di Taman
- Kebun Anggrek
- Alam Liar
- Impresi Pagi
- Nuansa Putih
- Kuntum Mawar
- Siluet Biru
- Anggin Sepoi
- Udara Pagi
- Impresi Biru
- Asimetris
- Teratai di Telaga
- Balans
- Segar Menawan
- Bermekaran

Tanda pengenal (i*dentification sign*) fasilitas-fasilitas yang berada di Museum Layang Layang Indonesia. Diantaranya adalah:

- Ruang *workshop* layang-layang.
- Ruang pamer layang-layang.
- Ruang pamer lukisan.
- Ruang audio visual.
- Ruang *workshop* keramik.
- Tempat pembelian tiket.
- Ruang *merchandise*.
- Ruang koleksi layang-layang internasional.
- Ruang koleksi layang-layang nasional.
- Parkir mobil.
- Parkir motor.
- Ruang kantor.
- Toilet pria.
- Toilet wanita.
- Musala.
- *Cafe* museum.
- Ruang simpan layang-layang.
- Ruang pegawai.
- Tempat wudu.

2. Tanda Petunjuk Arah (*Directional Sign*)

   Tanda petunjuk arah adalah sistem sirkulasi yang menunjukan sebuah isyarat atau arah kepada pengguna ketika memasuki sebuah tempat. Jenis tanda ini mengarahkan lalu lintas pejalan kaki atau kendaraan bermotor dari suatu tempat ke tempat lain dengan menampilkan petunjuk grafis, seperti tipografi, simbol, dan panah (Gibson, 2009, h.50).

   Sign system jenis ini dibutuhkan karena berdasarkan pengamatan yang sudah dilakukan, pengunjung sering mengalami kesulitan untuk menuju fasilitas yang diinginkan ketika berada di area Museum Layang Layang Indonesia. Tanda

petunjuk arah juga menjaga sirkulasi pengunjung tetap terkendali ketika banyak pengunjung yang datang secara bersamaan, dikarenakan banyak pengunjung rombongan yang datang ke Museum Layang Layang Indonesia.

Tanda petunjuk arah (*directional sign)* yang dibuat, membantu mengarahkan pengunjung ke beberapa fasilitas yang dapat diakses oleh pengunjung museum, diantaranya adalah:

- Petunjuk arah ruang *workshop* layang-layang.
- Petunjuk arah ruang pamer layang-layang.
- Petunjuk arah ruang pamer lukisan.
- Petunjuk arah ruang audio visual.
- Petunjuk arah ruang *workshop* keramik.
- Petunjuk arah tempat pembelian tiket.
- Petunjuk arah ruang *merchandise*.
- Petunjuk arah parkir mobil.
- Petunjuk arah parkir motor.
- Petunjuk arah ruang kantor.
- Petunjuk arah toilet pria.
- Petunjuk arah toilet wanita.
- Petunjuk arah Musala.
- Petunjuk arah *cafe* museum.
- Petunjuk arah tempat wudu.

3. Tanda Larangan dan Peringatan (*Regulatory Sign*)

   Tanda larangan dan peringatan menjelaskan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam sebuah tempat. Dapat berbentuk sederhana seperti larangan merokok, atau lebih rumit seperti peraturan yang menunjukan bagaimana pengunjung menikmati dan menghormati sebuah tempat (Gibson, 2009, h.54).

   Sign system jenis ini dibuat untuk menginformasikan kepada pengunjung mengenai tata tertib yang berlaku di Museum Layang Layang Indonesia. *Regulatory sign* ini terdiri dari tanda larangan dan tanda anjuran. Tanda

larangan menginformasikan hal-hal apa saja yang tidak boleh dilakukan di dalam area Museum Layang Layang Indonesia. Tanda anjuran menginformasikan kepada pengunung hal-hal apa saja yang sebaiknya dilakukan pengunjung ketika berada di dalam area Museum Layang Layang Indonesia.

Ada beberapa larangan yang berlaku baik di suatu fasilitas tertentu maupun berlaku di keseluruhan area Museum Layang Layang Indonesia, diantaranya adalah:

- Dilarang merokok
- Dilarang membawa hewan peliharaan
- Dilarang membawa makanan dan minuman
- Dilarang menyentuh benda koleksi
- Dilarang mencoret benda koleksi
- Dilarang menekan kotak kaca
- Dilarang membuka lemari simpan
- Dilarang memakai alas kaki
- Dilarang berisik
- Dilarang berpindah ketika *workshop*
- Dilarang masuk kecuali petugas

Ada beberapa anjuran yang berlaku baik di suatu fasilitas tertentu maupun berlaku di keseluruhan area Museum Layang Layang Indonesia, diantaranya adalah:

- Buang sampah pada tempatnya
- Dalam pengawasan kamera pemantau
- Jalur kursi roda
- Kunci ganda kendaraan
- Cuci tangan setelah *workshop*
- Simpan kembali alat salat
- Gunakan sandal ketika berwudu
- Pastikan kendaraan terkunci

- Bergantian ketika berwudu
- Ikuti arahan pemandu
- Matikan suara *handphone*
- Simpan kembali peralatan *workshop*
- Pesan makanan di *cafe*
- Arah kiblat
- Hemat air
- Gunakan alas kaki

III.2.7.2. Media Pendukung

Sebuah media utama tidak dapat berdiri sendiri, perlu adanya media pendukung yang bersifat melengkapi media utama dalam perancangan ini. Beberapa media pendukung yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Peta Kreatif (*Infotaiment Map*)

   Infotainment map atau peta kreatif adalah suatu bentuk informasi visual yang berguna untuk memberikan kemudahan memahami sebuah tempat. Pada umumnya *map* atau peta hanya sebuah gambar yang berguna untuk menemukan sebuah tempat, namun sebuah peta umumnya sulit untuk dipahami. Berbeda dengan *map, infotaiment map* dibuat dengan lebih menonjolkan unsur estetis sehingga mudah diterima dan dimengerti oleh khalayak sasaran.

   Media peta kreatif digunakan sebagai panduan pengunjung untuk mengetahui denah Museum Layang Layang Indonesia. Dalam peta kreatif terdapat informasi mengenai fasilitas yang ada di museum beserta letaknya. Media ini diletakan di bagian depan area Museum Layang Layang Indonesia agar pengunjung yang baru datang dapat terlebih dahulu mengenali area museum. Peta kreatif dibuat dalam ukuran besar dan didominasi dengan eleman visual agar pengunjung dapat dengan mudah memahami pesan yang ingin disampaikan



Gambar III.3 Contoh Peta Kreatif.
Sumber: https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/disp/72d4422089601 3.560434564c39f.jpg (Diakses pada 04/06/2017)

Alasan penggunaan media peta kreatif karena dengan media ini pengunjung dapat terlebih dahulu mengenal secara sekilas mengenai area Museum Layang Layang Indonesia dan fasilitas apa saja yang berada disana. Dengan demikian pengunjung akan lebih tertarik untuk melihat semua benda koleksi yang dipamerkan dan mencoba fasilitas yang tersedia.

2. Infografis

Newsom dan Haynes (seperti dikutip Saptodewo, 2014) infografis adalah representasi visual dari sebuah informasi, data atau pengetahuan yang kompleks dan disajikan dengan tujuan memberikan informasi yang jelas dan cepat (h.194). Dapat disimpulkan bahwa infografis adalah sebuah media yang mengumpulkan banyak informasi atau data yang berasal dari berbagai sumber, kemudian kesemua data tersebut disatukan dan disederhanakan dengan tujuan agar dapat dengan mudah dipahami oleh khalayak sasaran.



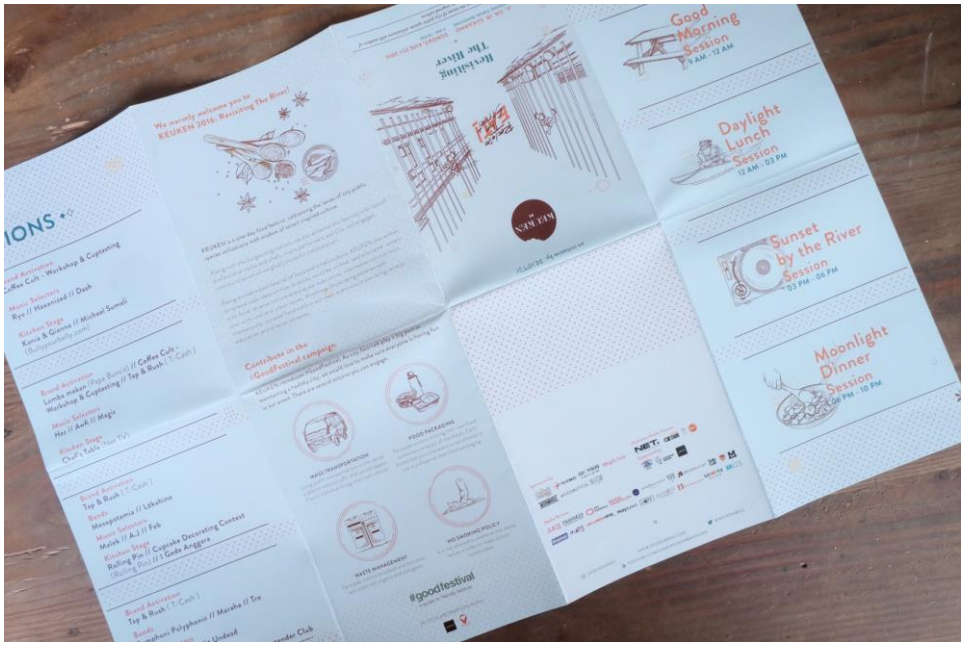
Gambar III.4 Contoh Infografis.
Sumber: httpslodive.comwp-contentuploads201110best-infographicscorn-stats.jpg
(Diakses pada 4/06/2017)

Media infografis yang dibuat berisi sejarah dan perkembangan layang-layang, dari pertama kali ditemukan hingga sekarang. Media infografis ditempatkan pada sebuah ruang kosong yang berada di samping pintu masuk ruang pamer layang-layang. Sehingga sebelum pengunjung memasuki ruang pamer untuk melihat layang-layang, pengunjung terlebih dahulu diberikan informasi awal mengenai sejarah dan perkembangan layang-layang.

Alasan dibuatnya infografis selain sebagai media informasi, juga dapat memanfaatkan tempat kosong yang tidak terpakai di area Museum Layang Layang Indonesia. Selain itu, dengan ditempatkannya media infografis dapat menutupi pandangan yang tidak nyaman karena dibelakang tempat yang tidak terpakai tersebut merupakan tempat penyimpanan layang-layang. Media infografis juga dapat menambah estetika dari bangunan Museum Layang Layang Indonesia dan menambah informasi kepada pengunjung mengenai sejarah layang-layang.

3. Buku Panduan (*Guide Book*)

Guide book adalah sebuah buku yang diberikan kepada pengunjung ketika mengunjungi sebuah tempat. *Guide book* berfungsi memberikan informasi dan memandu pengunjung untuk lebih mengenal suatu tempat atau objek tertentu. Konten yang terdapat dalam sebuah *guide book* bervariasi, dari mulai pengenalan tempat, peta lokasi, serta aturan dan larangan di tempat tersebut.



Gambar III.5 Contoh *Guide Book.*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2016)

Guide book Museum Layang Layang Indonesia adalah sebuah buku berukuran A3 (42 x 29,5 sentimeter) yang dilipat-lipat dan diberikan kepada pengunjung setelah membeli tiket masuk museum. *Guide book* tersebut berisi sekilas mengenai profil Museum Layang Layang Indonesia, denah lokasi museum, fasilitas dan kegiatan yang ada di museum, serta hal-hal yang berhubungan dengan Museum Layang Layang Indonesia lainnya.

Alasan penggunaan media ini karena *guide book* dapat digunakan sebagai media informasi sekaligus media promosi. *Guide book* dapat menjadi media informasi untuk pengunjung ketika berada di area Museum Layang Layang Indonesia. Selain itu *guide book* juga dapat menjadi media promosi karena

menjelaskan mengenai kegiatan yang dilakukan seperti tur museum dan *workshop*. *Guide book* Museum Layang Layang Indonesia juga dapat dibawa pulang oleh pengunjung sekaligus dapat menjadi media promosi kepada khalayak sasaran yang berada disekitar pengunjung tersebut.

4. Infografis Berbentuk Globe

   Di dalam ruang pamer layang-layang terdapat sebuah globe yang memiliki diameter berukuran 45 sentimeter. Globe tersebut hanya sebagai penghias ruangan saja dan kurang dimanfaatkan sebagai sarana peraga, karena globe tersebut memang hanya globe biasa yang bergambar peta negara-negara di dunia.



Gambar III.6 Globe di Ruang Pamer Layang-layang Yang Dapat Dimanfaatkan
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

Globe tersebut dapat diubah tampilannya sehingga dapat digunakan sebagai media informasi berbentuk infografis bagi pengunjung. Infografis berbentuk globe yang dibuat akan berisikan informasi mengenai jenis-jenis layang-layang yang berada di berbagai negara di dunia. Dengan begitu globe tersebut dapat menjadi media yang unik dan dapat dipergunakan oleh pengunjung mengetahui jenis layang-layang di berbagai belahan dunia.

5. Tas jinjing (*Tote Bag*)

   Tote bag adalah tas jinjing yang umumnya digunakan untuk berbagai keperluan sehari-hari. Biasanya *tote bag* digunakan untuk membawa barang-barang pribadi seperti buku, peralatan tulis, pakaian dan barang-barang lainnya. Bentuk *tote bag* pada umumnya cukup sederhana agar memudahkan penggunaan. Bahan dasar *tote bag* terbuat dari bahan yang kuat dan tahan lama seperti kain kanvas atau nilon.

   Alasan penggunaan media ini karena *tote bag* merupakan salah satu media *reminding* yang dapat mengingatkan pengunjung pada Museum Layang Layang Indonesia. Selain itu *tote bag* juga berguna bagi pengunjung yang mengikuti *workshop*. Setelah mengikuti *workshop* pengunjung bisa membawa hasil karyanya dengan menggunakan *tote bag* tersebut.

6. Buku catatan (*Notes*)

   Notes adalah sebuah buku yang ukurannya lebih kecil daripada buku tulis biasa. *Notes* biasa digunakan untuk mencatat hal yang dianggap penting. Alasan pemilihan *notes* adalah karena dapat digunakan sebagai media pencatat. Ditujukan untuk pengunjung yang sedang melakukan penelitian ataupun studi di Museum Layang Layang Indonesia. Pengunjung dapat mencatat hal-hal penting ketika melihat benda koleksi yang di pamerkan di Museum Layang Layang Indonesia.

7. Layang-layang

   Alasan pemilihan layang-layang digunakan sebagai media *reminding* dan layang-layang merupakan sebuah ciri khas dari Museum Layang Layang Indonesia yang menjadikan museum ini berbeda dengan museum lain. Sebagai media yang dapat dibawa pulang oleh pengunjung, layang-layang dapat digunakan sebagai media promosi untuk Museum Layang Layang Indonesia. Selain dapat dibawa pulang, layang-layang juga dapat langsung diterbangkan di dalam area Museum Layang Layang Indonesia.

8. Miniatur layang-layang

   Miniatur layang-layang adalah sebuah layang-layang berukuran kecil yang dapat digunakan sebagai pajangan. Media miniatur layang-layang digunakan sebagai media *reminding* yang dapat dibawa pulang oleh pengujung. Miniatur layang-layang merupakan media alternatif yang dapat dipilih pengunjung selain layang-layang, karena ukurannya jauh lebih kecil dan dapat dengan mudah dibawa kemana mana. Miniatur layang-layang juga merupakan media *merchandise* yang diperjualbelikan kepada pengunjung. Miniatur layang-layang yang dibuat adalah miniatur layang-layang dari berbagai daerah di Indonesia.

9. Topi

   Topi adalah penutup kepala yang penggunaanya dimaksudkan untuk berbagai alasan. Umumnya topi digunakan sebagai aksesoris pakaian, namun selain itu topi juga digunakan untuk sebagai pelindung kepala dari terik matahari atau dari cuaca yang dingin.

   Umumnya seorang yang bermain layang-layang (pelayang) menggunakan topi sebagai pelindung kepala dari terik matahari. Media topi dapat digunakan sebagai media promosi yang efektif karena khalayak sasaran Museum Layang Layang Indonesia banyak yang menggunakan topi sebagai atribut untuk bermain layang-layang.

10. Magnet Kulkas (*Refrigerator Patch)*

    Magnet kulkas adalah sebuah benda yang digunakan sebagai aksesoris yang dapat dipasang pada permukaan bagian depan sebuah lemari pendingin. Magnet kulkas dapat digunakan di berbagai jenis lemari pendingin, mudah dipasang dan mudah dilepaskan kembali. Umumnya magnet kulkas memiliki gambar yang beraneka ragam, dan pada bagian belakangnya terdapat sebuah magnet agar dapat melekat pada lemari pendingin.



Gambar III.7 Contoh Magnet Kulkas.
Sumber: https1.bp.blogspot.com-chBjNRr8AnQVvHwDraPniIAAAAAAAAKNsuq4nirDzgnQOlv0o9oz7r6jYLv2nNxR3gs16002870365156_7e9d1c107b_b.jpg
(Diakses pada 04/06/2017)

Alasan pemilihan magnet kulkas sebagai media pendukung adalah karena magnet kulkas merupakan media yang fleksibel dan dapat digunakan siapa saja. Selain itu magnet kulkas juga merupakan benda yang umumnya digunakan sebagai buah tangan ketika seseorang mengunjungi sebuah tempat. Magnet kulkas juga dapat digunakan sebagai koleksi seseorang. Magnet kulkas yang dibuat berbentuk layang-layang tradisional dari berbagai daerah di Indonesia.

11. Gelang Pengunjung

Gelang pengunjung adalah sebuah gelang yang diberikan kepada pengunjung setelah pengunjung membeli tiket masuk Museum Layang Layang Indonesia. Ada dua jenis gelang pengunjung, yaitu gelang untuk pengunjung kelompok dan gelang untuk pengunjung perorangan. Keduanya memiliki desain yang berbeda.

Alasan pemilihan media gelang pengunjung bertujuan untuk dapat dengan mudah membedakan pengunjung kelompok dan pengunjung perorangan. Karena pemandu di Museum Layang Layang Indonesia sering kesulitan untuk membedakan pengunjung yang menjadi bagian dari sebuah kelompok.

12. Kartu Pos (*Post Card*)

Post card atau kartu pos adalah sebuah kartu yang digunakan untuk mengirim pesan dari sebuah tempat ke tempat lainnya. *Post card* tidak hanya digunakan sebagai media bertukar pesan, namun ada sebagian orang yang mengkoleksi *post card* dari berbagai daerah di belahan dunia.

Alasan pemilihan *post card* sebagai media pendukung karena *post card* adalah salah satu benda yang umumnya dicari oleh seseorang ketika mengunjungi sebuah tempat atau negara tertentu. *Post card* juga dapat menjadi media promosi Museum Layang Layang Indonesia karena *post card* akan dibagikan pada orang-orang disekitar pengunjung yang memilikinya. Selain itu sebagai benda koleksi yang dapat dikumpulkan oleh pengunjung.

13. Kalender Meja

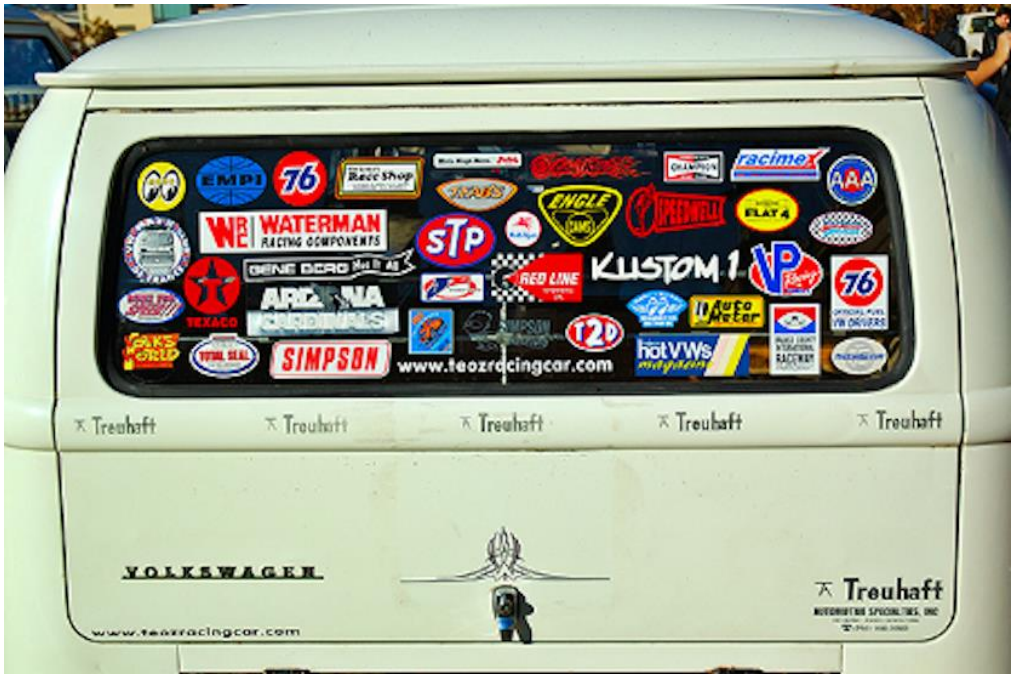
Sesuai namanya, kalender meja adalah sebuah kalender yang biasanya diletakkan di atas meja. Berisikan dua belas bulan dalam satu tahun masehi. Kalender meja umumnya digunakan di perkantoran, atau dapat juga digunakan didalam rumah.

Kalender meja dipilih sebagai media pengingat yang dapat mempromosikan Museum Layang Layang Indonesia kepada khalayak sasaran. Media kalender juga effektif untuk melakukan promosi karena digunakan dalam waktu satu tahun penuh.

14. *Sticker* Kaca Mobil

Sticker kaca mobil berupa gambar yang dapat ditempelkan pada sebuah media datar, umumnya di tempelkan pada kaca belakang mobil. *Sticker* kaca mobil

dipilih sebagai media yang dapat mempromosikan Museum Layang Layang Indonesia kepada khalayak sasaran. Media *sticker* kaca mobil juga sebagai penanda bahwa orang tersebut pernah mengunjungi Museum Layang Layang Indonesia.



Gambar III.8 Contoh Media *Sticker* Kaca Mobil.
Sumber: httpimage1.malesbanget.comilimeterbdcposts201401car-stickers.jpg
(Diakses pada 04/06/2017)

III.2.8. Strategi Distribusi Media

Secara umum strategi distribusi media di Museum Layang Layang Indonesia menggunakan distribusi *offline* yang dilakukan di dalam area museum saja. Semua media yang dibuat dalam perancangan ini hanya dapat ditemukan di area Museum Layang Layang Indonesia. Strategi distribusi media yang dilakukan terdiri dari strategi distribusi media utama dan strategi distribusi media pendukung.

III.2.8.1. Strategi Distribusi Media Utama

Media utama yang dibuat sebagai media informasi Museum Layang Layang Indonesia adalah *sign system*, berupa tanda pengenal (*identification sign*), tanda petunjuk arah (*directional sign*), serta tanda larangan & peringatan (*regulatory*

sign). Semua media utama tersebut adalah media pemanen yang dalam waktu lama akan ditempatkan di berbagai tempat di dalam area Museum Layang Layang Indonesia.

1. Strategi Distribusi Waktu

   Distribusi media utama berupa *sign system* akan diletakkan permanen di area museum, 24 jam sehari dan 7 hari seminggu. Media utama akan diganti apabila terjadi kerusakan atau pergantian koleksi atau fasilitas museum. Selebihnya, semua media utama akan selalu ada pada tempatnya dan akan dapat difungsikan sebagaimana mestinya.

2. Strategi Distribusi Tempat

   Distribusi media utama akan disebar di dalam area Museum Layang Layang Indonesia. Detail penempatan media utama berupa *sign system* ditentukan berdasarkan fungsi media tersebut. Seperti tanda pengenal koleksi akan diletakan didekat benda koleksi, tanda petunjuk arah diletakan di dekat gerbang utama museum, dan tanda larangan & peringatan diletakkan di berbagai fasilitas yang ada di Museum Layang Layang Indonesia.

3. Mekanisme Distribusi Media

   Mekanisme distribusi untuk media utama adalah dengan meletakkanya di tempat-tempat yang sudah ditentukan. Teknis peletakaanya disesuaikan dengan *sign system* tersebut, ada *sign system* yang diletakaan dengan cara di tempelkan pada dinding atau bidang datar lain, ada pula *sign system* yang hanya diletakkan di atas meja atau bidang datar lainnya.

III.2.8.2. Strategi Distribusi Media Pendukung

Media pendukung yang dibuat bersifat melengkapi kekurangan yang tidak bisa dilakukan oleh media utama berupa *sign system*. Masing-masing media pendukung memiliki strategi distribusi yang berbeda menyesuaikan fungsi dan peruntukan media pendukung tersebut.

1. Strategi Distribusi Waktu

Semua media pendukung yang dibuat memiliki strategi distribusi waktu masing-masing. Strategi distribusi waktu untuk media pendukung dibagi kedalam satuan bulan, dibagi kedalam dua belas bulan dalam waktu satu tahun.

Tabel III.2 Strategi Distribusi Waktu Media Pendukung.
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

No	Media Pendukung	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des
1	Peta kreatif	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2	Infografis	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
3	*Guide book*	■	■				■	■					■
4	Infografis globe	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5	*Tote bag*	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	*Notes*	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7	Layang-layang	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
8	Miniatur layang-layang	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
9	Topi	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
10	Magnet kulkas	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
11	Gelang pengunjung	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
12	*Post card*	■	■				■	■					■
13	Kalender meja	■	■									■	■
14	*Sticker* mobil	■	■				■	■				■	■

Media pendukung yang bersifat permanen seperti peta kreatif, infografis, infografis berbentuk globe dan gelang pengunjung didistribusikan sepanjang tahun dari bulan Januari hingga Desember. Selain itu, media yang bersifat *merchandise* juga didistribusikan sepanjang tahun seperti *tote bag*, *notes*, layang-layang, miniatur layang-layang, topi, dan magnet kulkas. Media yang bersifat merchandise diperjualbelikan kepada pengunjung museum.

Terdapat juga media pendukung yang tidak didistribusikan sepanjang tahun yaitu *guide book*, *post card*, kalender meja, dan *sticker* kaca mobil. Hal ini dilakukan sesuai dengan sifat masing-masing media. Media seperti *guide book*, *post card*, dan *sticker* kaca mobil hanya disebarkan ketika bulan Januari, Februari, Juni, Juli dan Desember saja karena dibulan-bulan tersebut merupakan bulan yang ramai oleh pengunjung. Pada bulan-bulan tersebut ramai pengunjung karena bertepatan dengan libur sekolah dan libur akhir tahun. Media kalender meja hanya didistribusikan pada bulan November

hingga Februari karena dibulan-bulan tersebut umumnya orang membutuhkan kalender, sedangkan dibulan-bulan lainnya kemungkinan orang untuk membeli kalender cukup kecil.

2. Strategi Distribusi Tempat

Semua media pendukung didistribusikan di berbagai tempat yang masih dalam area Museum Layang Layang Indonesia. Penempatan tempat tersebut disesuaikan dengan jenis dan fungsi media tersebut. Berikut adalah tabel distribusi tempat untuk media pendukung.

Tabel III.3 Strategi Distribusi Tempat Media Pendukung.
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

No	Media Pendukung	Distribusi Tempat
1	Peta kreatif	Dekat gerbang utama museum
2	Infografis	Di samping pintu masuk ruang pamer layang-layang
3	*Guide book*	Tempat pembelian tiket masuk
4	Infografis globe	Di dalam ruang pamer layang-layang
5	*Tote bag*	Ruang *merchandise*
6	*Notes*	Ruang *merchandise*
7	Layang-layang	Ruang *merchandise*
8	Miniatur layang-layang	Ruang *merchandise*
9	Topi	Ruang *merchandise*
10	Magnet kulkas	Ruang *merchandise*
11	Gelang pengunjung	Tempat pembelian tiket
12	*Post card*	Ruang *merchandise*
13	Kalender meja	Ruang *merchandise*
14	*Sticker* mobil	Tempat parkir mobil

Masing-masing media pendukung ditempatkan pada lokasi yang sesuai dengan jenis media tersebut. Sebagai contoh, media pendukung yang bersifat *merchandise* dan diperjualbelikan, ditempatkan pada ruang *mechandise* yang menjadi pusat barang-barang yang dapat dibeli oleh pengunjung. Media *guide book* dan gelang pengunjung ditempatkan di tempat pembelian tiket masuk, karena ketika pengunjung membeli tiket masuk museum, pengunjung langsung mendapatkan media-media tersebut.

3. Mekanisme Distribusi Media

Media pendukung yang dibuat memiliki mekanisme distribusi yang berbeda-beda. Berikut adalah tabel mekanisme distribusi media pendukung:

Tabel III.4 Mekanisme Distribusi Media Pendukung.
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

No	Media Pendukung	Mekanisme Distribusi
1	Peta kreatif	Diletakan di dekat gerbang utama museum, pengunjung dapat melihat denah Museum Layang Layang Indonesia setelah memasuki area museum.
2	Infografis	Diletakan di tempat kosong di samping pintu masuk ruang pamer layang-layang. Di tempelkan pada sebuah panel diatas sebuah pegangan lorong menuju ruang pamer layang-layang.
3	*Guide book*	Diberikan kepada pengunjung perorangan setelah membeli tiket masuk museum. Dalam suatu kelompok pengunjung dengan jumlah 2-5 orang diberikan 1 buah *guide book* saja. *Guide book* diberikan secara gratis dan dapat dibawa pulang oleh pengunjung.
4	Infografis globe	Diletakan di dalam ruang pamer layang-layang, pengunjung dapat memegang dan memutar-mutar globe.
5	*Tote bag*	Di tempatkan di ruang ***merchandise*** untuk diperjualbelikan kepada pengunjung. Selain diperjualbelikan, *tote bag* juga dibagikan gratis kepada pengunjung yang melakukan *workshop* berbayar.
6	*Notes*	Di tempatkan di ruang *merchandise* untuk diperjualbelikan kepada pengunjung.
7	Layang-layang	Di tempatkan di ruang *merchandise* untuk diperjualbelikan kepada pengunjung.
8	Miniatur layang-layang	Di tempatkan di ruang *merchandise* untuk diperjualbelikan kepada pengunjung.
9	Topi	Di tempatkan di ruang *merchandise* untuk diperjualbelikan kepada pengunjung.
10	Magnet kulkas	Di tempatkan di ruang *merchandise* untuk diperjualbelikan kepada pengunjung.
11	Gelang pengunjung	Diberikan secara gratis kepada pengunjung setelah pengunjung membeli tiket masuk museum.
12	*Post card*	Di tempatkan di ruang *merchandise* untuk diperjualbelikan kepada pengunjung.
13	Kalender meja	Di tempatkan di ruang *merchandise* untuk diperjualbelikan kepada pengunjung.
14	*Sticker* mobil	Diberikan secara gratis kepada pengunjung yang membawa kendaraan bermotor berupa mobil. Diberikan ketika pengunjung keluar dari area parkir mobil

III.3. Konsep Visual

Konsep visual dibuat sebagai acuan utama perancangan, khususnya dalam segi visual. Di tetapkanya konsep visual agar menjaga kekonsistenan visual dan menghasilkan karakteristik visual yang khas.

III.3.1 Format Desain

Format desain yang digunakan dalam perancangan *sign system* Museum Layang Layang Indonesia tidak memiliki kecenderungan khusus. Media-media yang dibuat mengunakan format tampilan *landscape* (memanjang) dan format tampilan *portrait* (berdiri). Format ukuran untuk setiap media juga berbeda-beda sesuai kebutuhan dan kondisi tempat peletakan media nantinya. Format ukuran media utama adalah sebagai berikut:

Tabel III.5 Format Ukuran Media Utama.
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

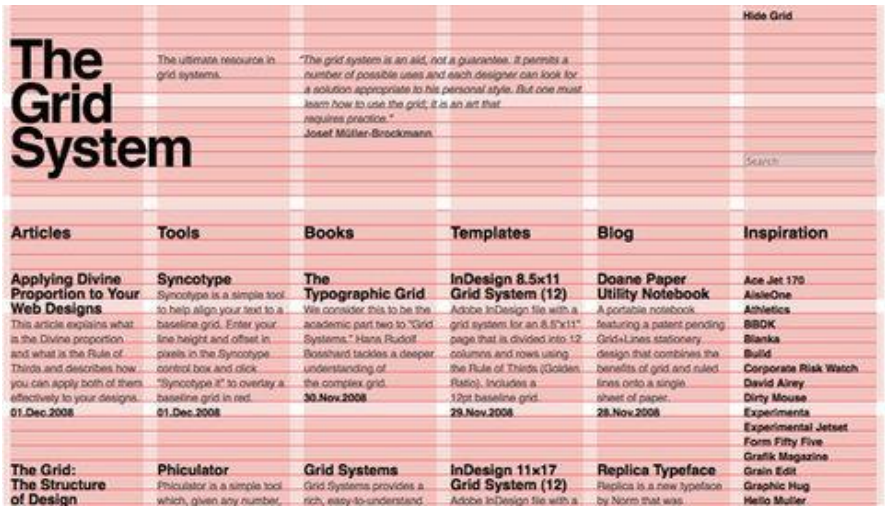
No	Media	Ukuran media
1	Tanda pengenal koleksi layang-layang	15 x 21 centimeter
2	Tanda pengenal koleksi lukisan	8 x 6,5 centimeter
3	Tanda pengenal fasilitas museum	18 x 24 centimeter
4	Tanda pengenal koleksi berukuran kecil jenis 1	10,5 x 8 centimeter
5	Tanda pengenal koleksi berukuran kecil jenis 2	2 x 2 centimeter
6	Tanda pengenal alat pemadam kebakaran jenis 1	10 x 13 centimeter
7	Tanda pengenal alat pemadam kebakaran jenis 2	15 x 17,5 centimeter
8	Tanda pengenal alat pemadam kebakaran jenis 3	25 x 5 centimeter
9	Tanda penunjuk arah jenis 1	30 x 6,5 centimeter
10	Tanda penunjuk arah jenis 2	30 x 13 centimeter
11	Tanda penunjuk arah jenis 3	30 x 19,5 centimeter
12	Tanda larangan & peraturan	7 x 10,5 centimeter
13	Tanda regulasi batas suci	42 x 14 centimeter

Seperti halnya media utama, media pendukung dalam perancangan ini juga memiliki format tampilan dan format ukuran yang berbeda-beda, sesuai dengan jenis media dan penempatannya.

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

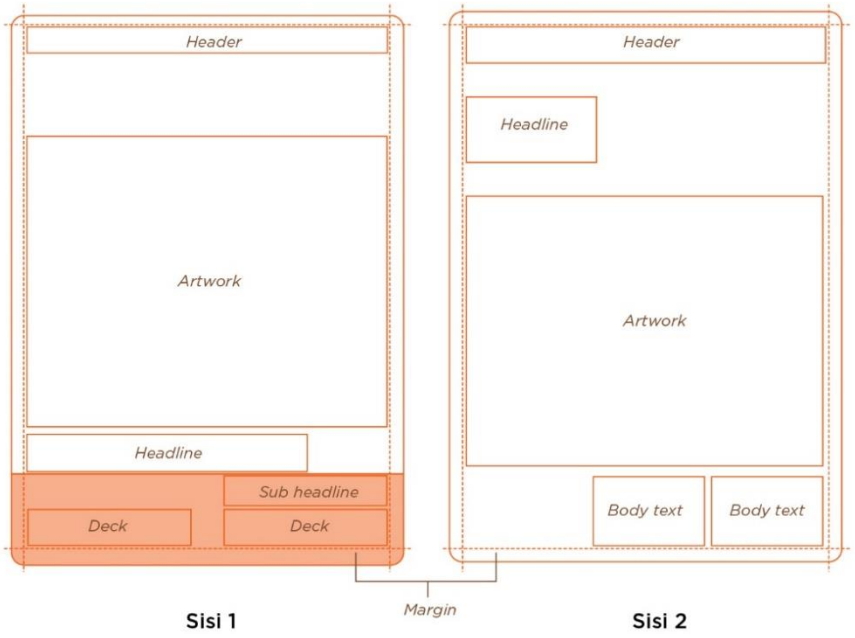
Rustan (2010) menjelaskan "Pada dasarnya *layout* dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan dibawahnya". Tata letak yang digunakan pada perancangan *sign system* Museum Layang Layang Indonesia ini mengacu pada Swiss Style Graphic Design.

Swiss Style Graphic Design adalah sebuah gaya desain grafis yang pada awal perkembanganya dari negara Swiss. Swiss Style Graphic Design banyak diciptakan oleh seniman grafis dari Swiss pada saat itu, namun hingga kini sudah meluas dan menyebar keseluruh dunia. Ciri utama Swiss Style Graphic Design adalah pengunaan *grid* yang berfungsi untuk menciptakan struktur yang teratur, dan menekankan pada kejelasan informasi yang ingin disampaikan.

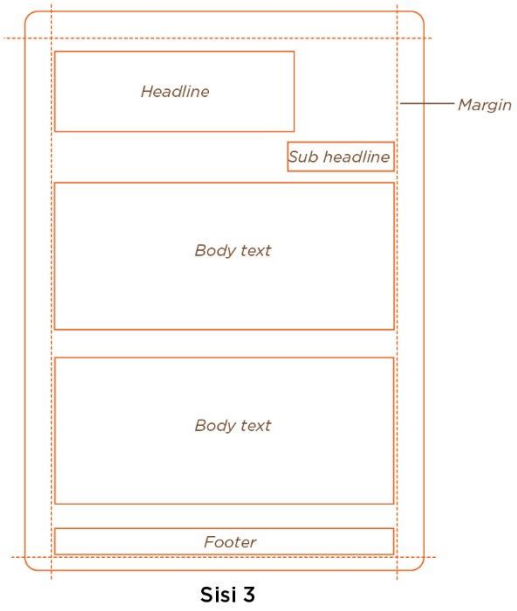


Gambar III.9 Contoh Layout Pada Gaya Visual Swiss Style Graphic Design.
Sumber: http1.bp.blogspot.com-SevOZ7EINIYT5S8Qa54o_IAAAAAAAACjsGRUWrEGcgrks1600grid_system1.jpg
(Diakses pada 14/05/17)

Tata letak media utama berupa tanda penenal (*identification sign*) koleksi layang-layang terdiri dari beberapa elemen seperti *header, headline, sub headline, artwork, deck, body text, dan footer.*



Gambar III.10 Elemen-elemen Tata Letak Pada Tanda Pengenal (*Identification Sign*) Sisi 1 dan Sisi 2.
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)



Gambar III.11 Elemen-elemen Tata Letak Pada Tanda Pengenal (*Identification Sign*) Sisi 3.
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

- *Header* : Area diantara sisi atas media dan margin atas.
- *Headline* : Sebuah judul dalam sebuah tulisan yang digunakan sebagai

penarik perhatian dan memiliki ukuran yang berbeda dengan elemen lain.

- *Sub headline* : Berfungsi untuk menjelaskan *headline,* dalam hal ini berupa asal daerah sebuah layang-layang.
- *Artwork* : Berisi ilustrasi layang-layang yang berfungsi sebagai tanda identifikasi agar pengunjung lebih mudah memahami informasi mengenai layang-layang.
- *Deck* :Tulisan singkat tentang informasi yang diberikan pada sebuah isi tulisan yang lebih kompleks (*body text*). Elemen ini berisi hal-hal menarik mengenai koleksi layang-layang, agar pengunjung tertarik membaca informasi pada sisi lainnya.
- *Body text* : Elemen tata letak (*layout*) yang paling banyak berisi informasi mengenai koleksi layang-layang.
- *Footer* : Area diantara sisi bawah media dan *margin* bawah.

III.3.3 Tipografi

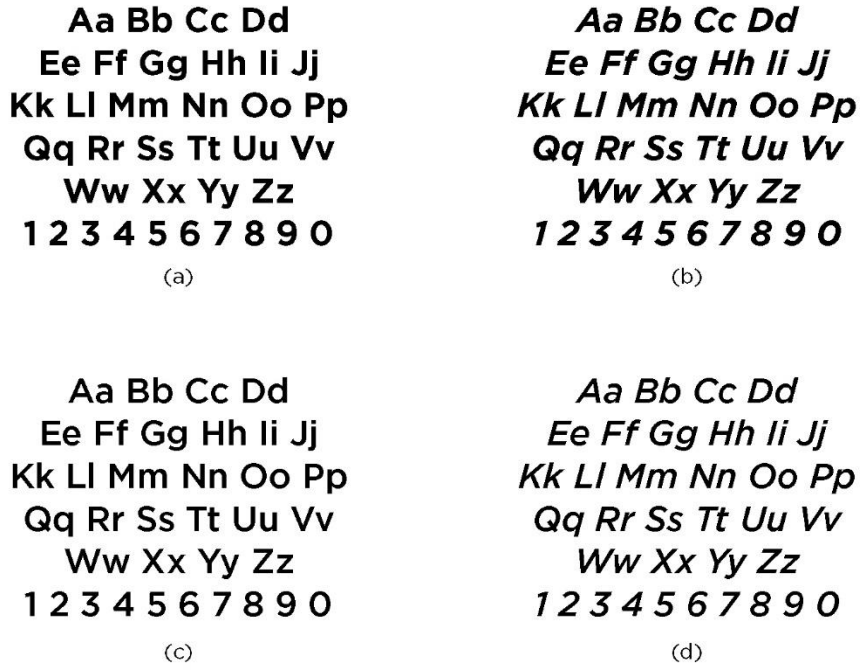
Kusrianto (2007) menjelaskan "Di dalam desain grafis, tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak" (h.190). Dapat disimpulkan bahwa tipografi adalah sebuah proses menyusun elemen-elemen visual khususnya huruf agar tercipta kesan tertentu.

Pada perancangan media informasi berupa *sign system* Museum Layang Layang Indonesia menggunakan jenis huruf *sans serif.* Jenis huruf *sans serif* adalah huruf yang tidak memiliki sirip (*serif*) pada ujung hurufnya, biasanya memiliki tebal huruf yang hampir sama. Jenis huruf *sans serif* memiliki kesan sederhana, lugas, masa kini, dan futuristik (Anggraini & Nathalia, 2014, h.60).

Penggunaan jenis huruf *sans serif* dimaksudkan agar pesan dapat dengan mudah dibaca dan tersampaikan dengan baik kepada pengunjung. Selain itu penggunaan huruf *sans serif* juga menyesuaikan gaya visual yang dipilih yaitu Swiss Style

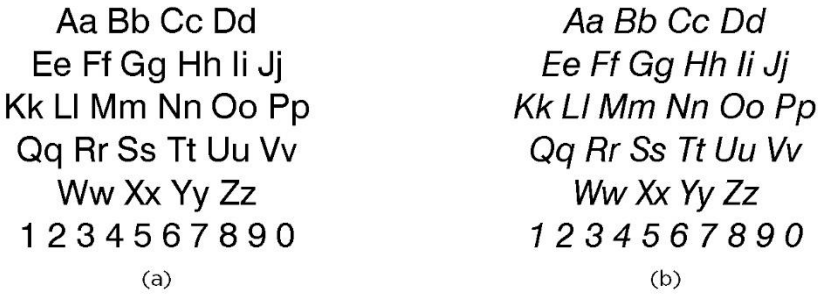
Graphic Design. Gaya visual Swiss Style Graphic Design biasanya menggunakan huruf dengan jenis *sans serif* sebagai salah satu ciri khas elemen visualnya.

Jenis huruf *sans serif* yang digunakan untuk *display text* menggunakan huruf dari keluarga *font* Gotham. *Font* Gotham memiliki beberapa variasi huruf yang berada dalam satu keluarga (*family*) huruf. Namun pada perancangan ini hanya digunakan variasi *font* Gotham Bold, Gotham Bold Italic, Gotham Medium, dan Gotham Medium Italic.



Gambar III.12 (a) *Font* Gotham Bold. (b) *Font* Gotham Bold Italic.
(c) *Font* Gotham Medium. (d) *Font* Gotham Meduim Italic.
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

Jenis huruf *sans serif* yang digunakan untuk *body text* menggunakan huruf dari keluarga *font* Swis721 WGL4 BT. *Font* Swis721 WGL4 BT memiliki beberapa variasi huruf yang berada dalam satu keluarga (*family*) huruf. Namun pada perancangan ini hanya digunakan variasi *font* Swis721 WGL4 BT Roman, dan Swis721 WGL4 BT Italic.



Gambar III.13 (a) *Font* Swis721 WGL4 BT Roman.
(b) *Font* Swis721 WGL4 BT Italic.
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

Font yang tidak tercetak miring (*italic*) digunakan dalam tulisan yang berbahasa Indonesia, sedangkan *font* yang tercetak miring (*italic*) digunakan dalam tulisan yang berbahasa Inggris. Hal ini diterapkan agar pengunjung dapat dengan mudah membedakan tulisan dengan bahasa Indonesia dan tulisan dengan bahasa Inggris.

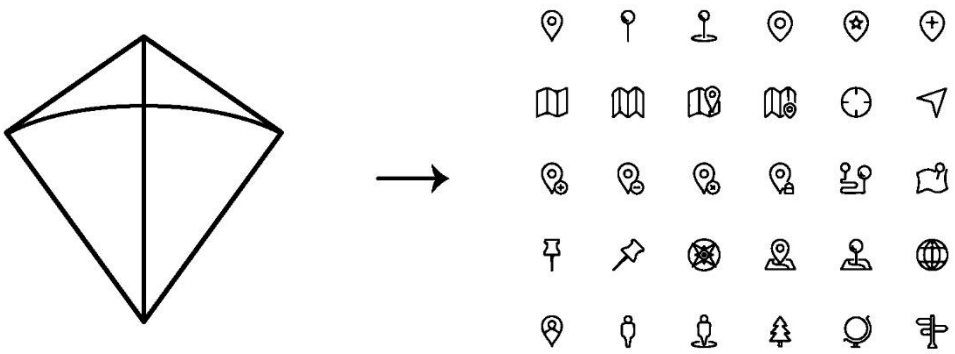
III.3.4 Ilustrasi

Kusmiati, Pudjiastuti & Suptandar (1999) menjelaskan bahwa "Ilustrasi digunakan untuk membantu mengkomunikasikan pesan dengan tepat, cepat, serta tegas, dan merupakan terjemahan dari sebuah judul" (h.44). Dapat disimpulkan bahwa ilustrasi adalah sebuah gambaran visual dari sebuah judul atau topik yang berfungsi untuk mempercepat dan memperjelas penyampaian suatu pesan.

Karakter visual yang digunakan diambil dari struktur utama sebuah layang-layang. Sebuah layang-layang memiliki setidaknya dua buah struktur utama yaitu kerangka layang-layang dan penampang (layar layang-layang) untuk menangkap angin. Karakter visual yang digunakan diambil dari kerangka layang-layang yang terbentuk dari beberapa garis yang menghasilkan sebuah komposisi tertentu.

Ilustrasi pada perancangan *sign system* Museum Layang Layang Indonesia menggunakan karakter visual yang diambil dari struktur utama sebuah layang-layang, yaitu kerangka layang-layang. Struktur layang-layang yang dijadikan sebagai referensi adalah struktur layang-layang sederhana yang paling dikenal oleh masyarakat Indonesia maupu dunia. Struktur layang-layang tersebut terdiri dari

garis datar dan garis lengung. Garis datar dan lengkung akan menjadi dasar utama dari setiap pembuatan ikon pada perancangan ini.Semua ikon yang dibuat untuk mewakili benda koleksi maupun fasilitas di Museum Layang Layang Indonesia terdiri dari kumpulan garis yang dikomposisikan sehinga membentuk sebuah ikon.



Gambar III.14 Strukur Layang-layang Sederhana Sebagai Referensi Ikon.
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

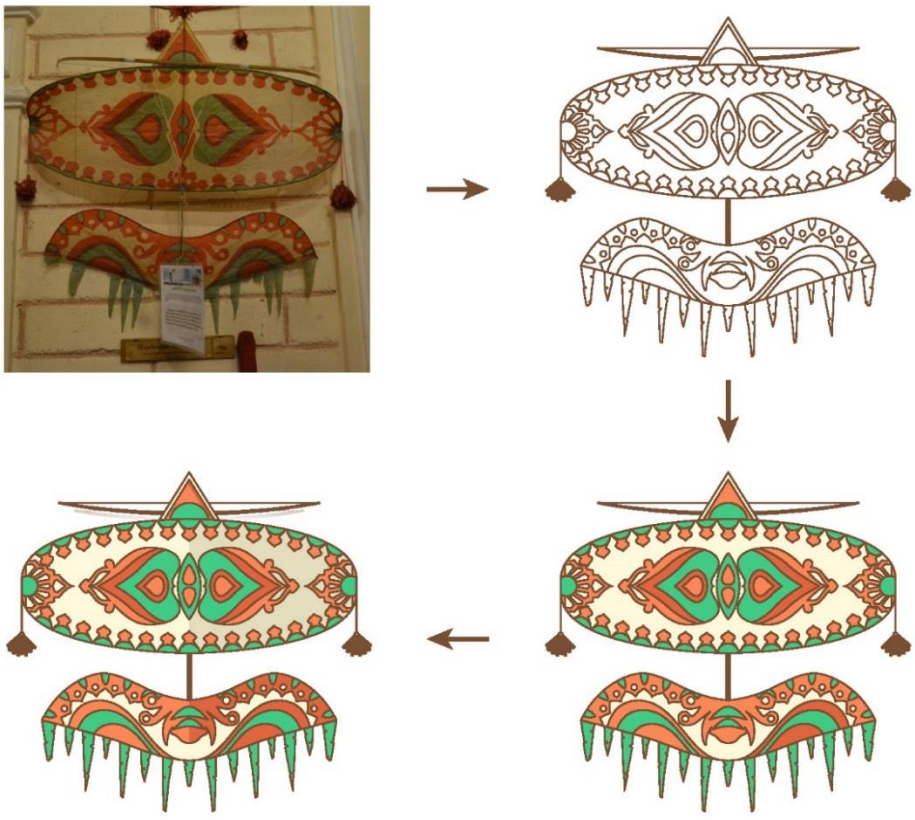
Karakter visual yang diambil dari karakteristik sebuah layang-layang dipadukan dengan gaya visual Swiss Style Graphic Design. Gaya visual Swiss Style Graphic Design menekankan pada kerapihan, keramahan mata, dan kemudahan untuk dilihat. Umumnya Swiss Style Graphic Design menciptakan sebuah tampilan yang sederhana namun tepat sasaran, karena khalayak sasaran umumnya suka dengan bentuk yang sederhana dan menarik daripada sesuatu yang kompleks dan rumit.



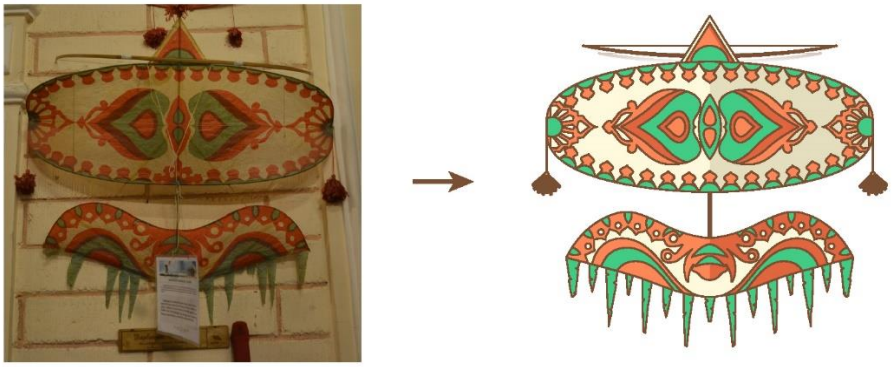
Gambar III.15 Contoh Gaya Visual Swiss Style Graphic Design.
Sumber: https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcS2fp4hqm4f-myx2MhKlheUvUoUHkA2QFPtqUpDJTLoZAfyMzvA (Diakses pada 28 April 2017)

Karakter visual simbolis sederhana yang diambil dari karakter visual Swiss Style Graphic Design, disesuaikan dengan karakter ruang pameran yang bertemakan tradisional Jawa serta karakter khalayak sasaran. Pendekatan visual yang dilakukan harus mampu menyampaikan pesan dan informasi mengenai koleksi layang-layang dengan baik dan menyeluruh. Meskipun informasi yang disampaikan cukup kompleks namun dibuat sesederhana dan semenarik mungkin, agar khalayak sasaran dapat dengan mudah menerima pesan dan informasi yang disampaikan.

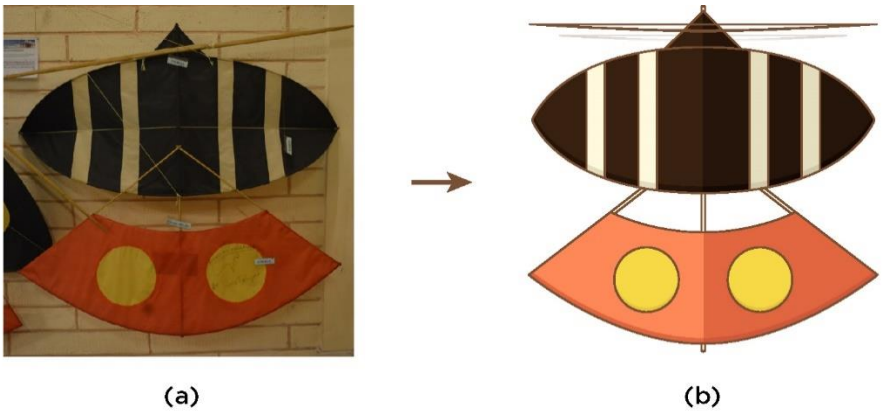
Ilustrasi yang menjadi salah satu elemen visual dalam tanda pengenal (*identification sign*) koleksi layang-layang mengambil referensi dari bentuk asli layang-layang yang dipamerkan. Berdasarkan referensi tersebut kemudian dilakukan penyederhanaan bentuk dengan tetap menggunakan karakter visual *outline* dipadukan dengan penambahan warna yang sesuai dengan warna koleksi layang-layang asli. Berikut adalah ilustrasi yang digunakan dalam tanda pengenal (*identification sign*) koleksi layang-layang.



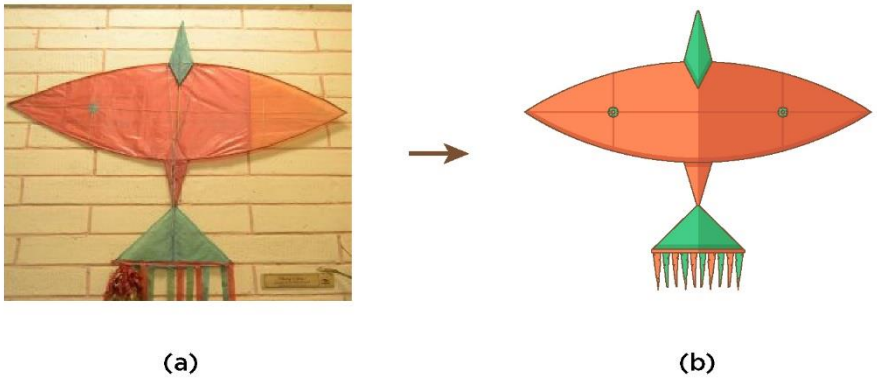
Gambar III.16 Tahap-tahap Pembuatan Ilustrasi Layang-layang.
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)



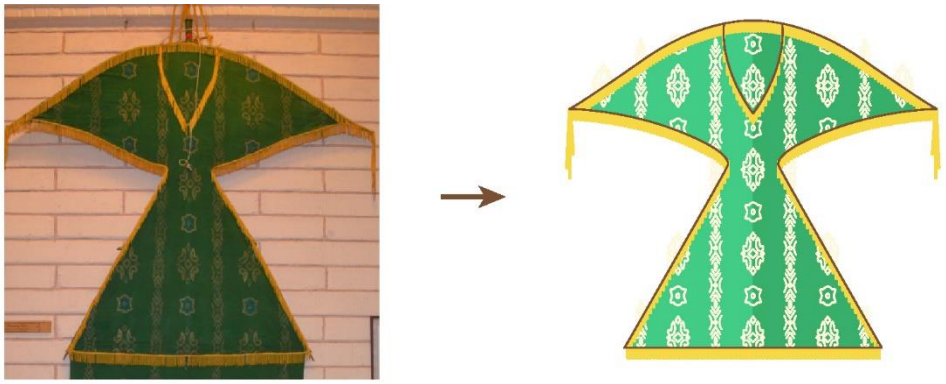
Gambar III.17 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Daplangan.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



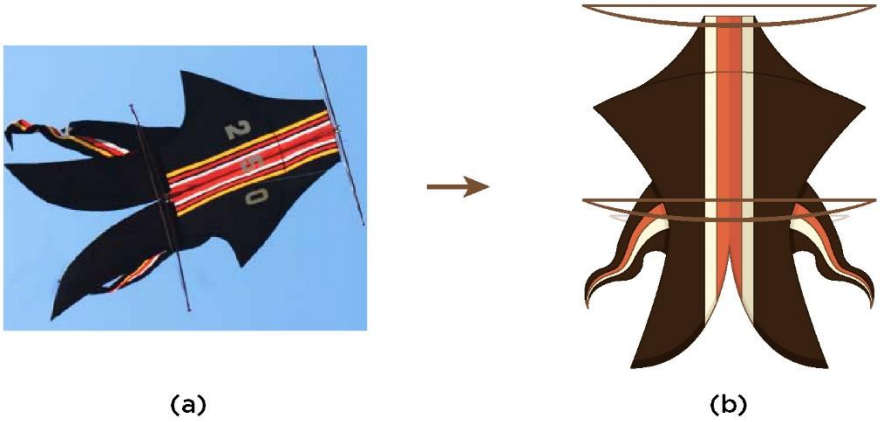
Gambar III.18 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Badholan.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



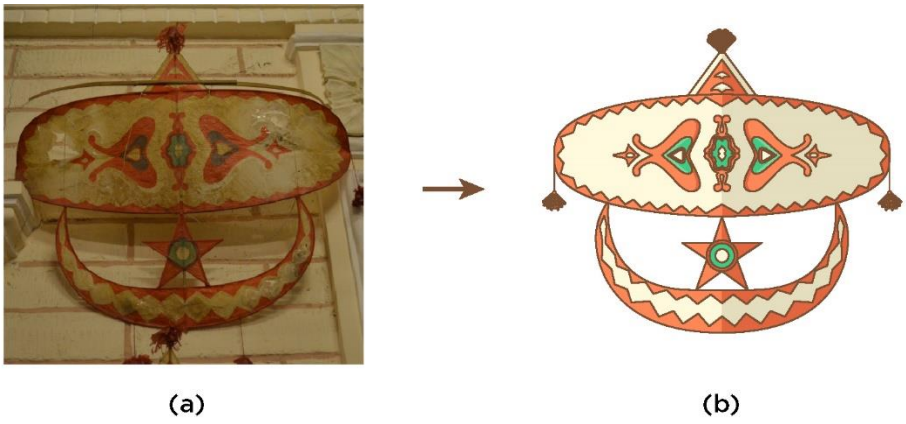
Gambar III.19 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Geulayang Kleung.
Sumber: (a httplibrary.binus.ac.ideCollseThesisdocBab2HTML2011201553DSBab2001page3.html.jpg (Diakses pada 14/01/2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



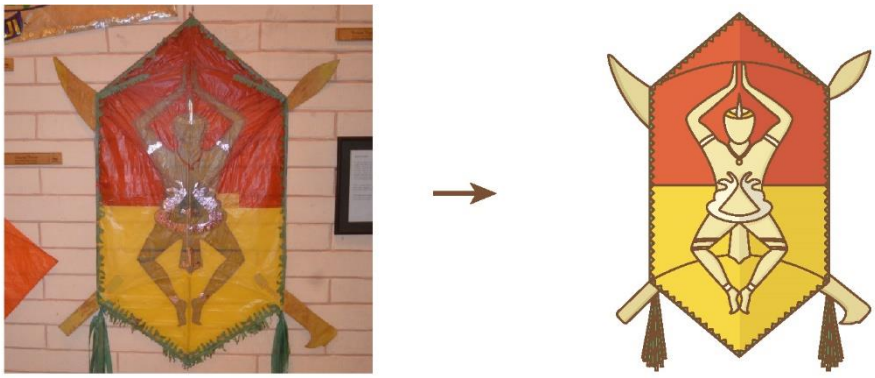
Gambar III.20 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Dandang Bini.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



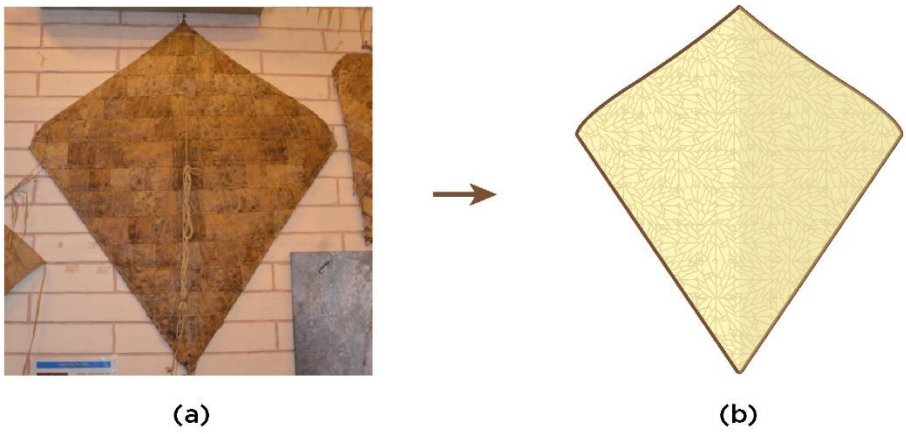
Gambar III.21 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Bebean.
Sumber: (a) http//sstekacita.files.wordpress.com201309lomba-layang3.jpg (Diakses pada 14/01/2017) . (b) Dokumentasi pribadi (2017).



Gambar III.22 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Tanggalan Bulan Sabit.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



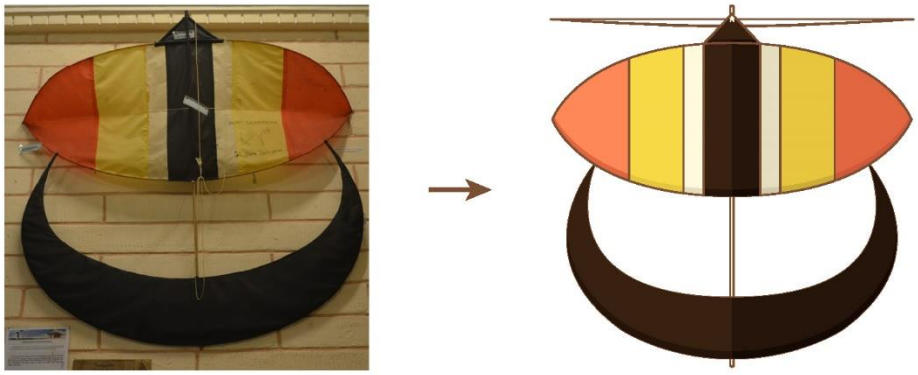
Gambar III.23 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Perisai.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



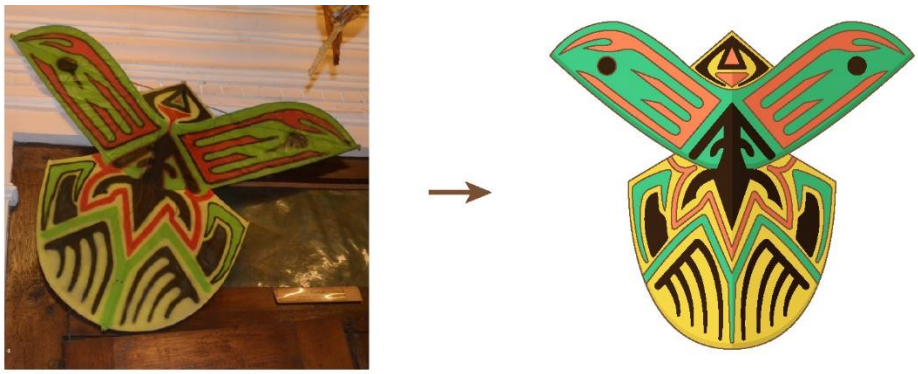
Gambar III.24 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Kaghati.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



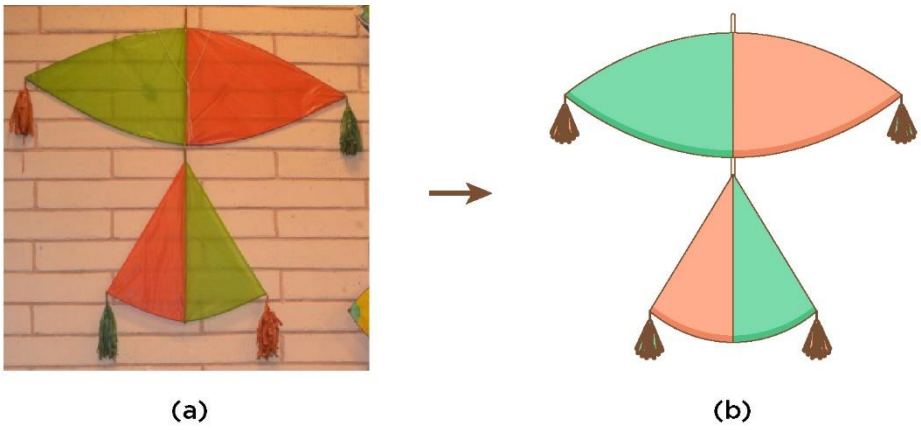
Gambar III.25 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Pepeteng.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



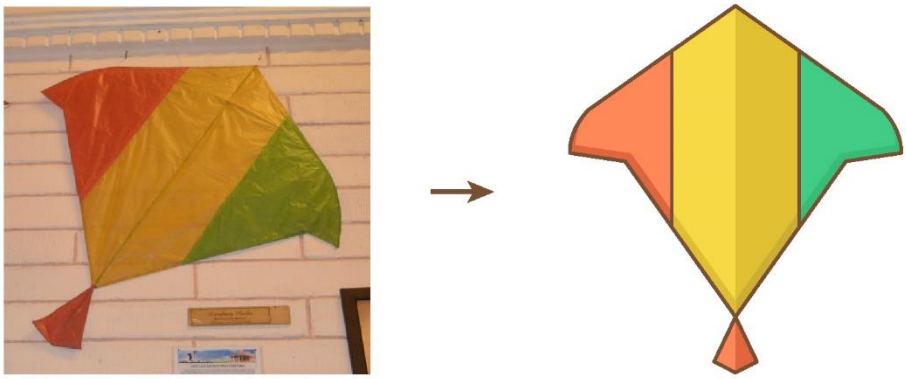
Gambar III.26 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Tanggalan.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



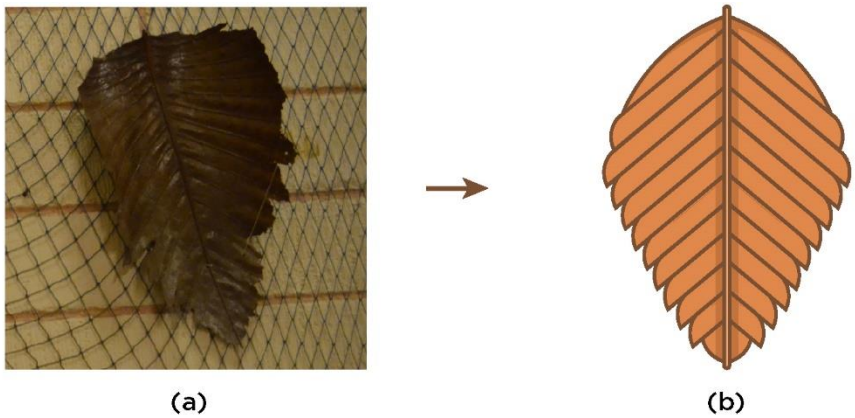
Gambar III.27 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Doro Keplok.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



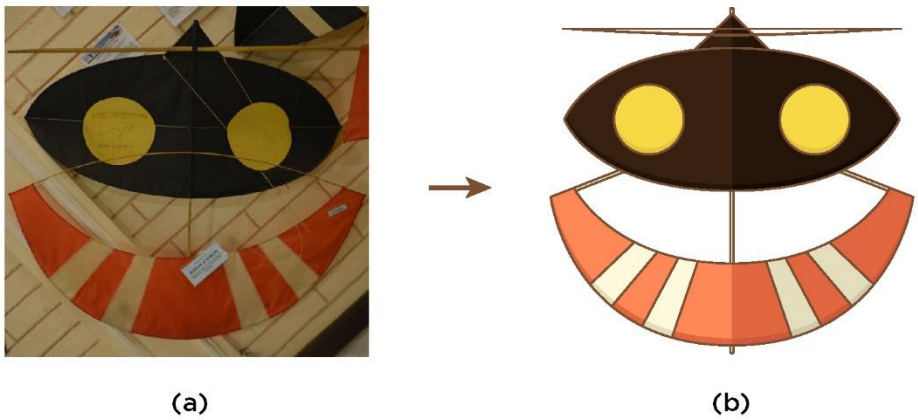
Gambar III.28 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Koangan.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



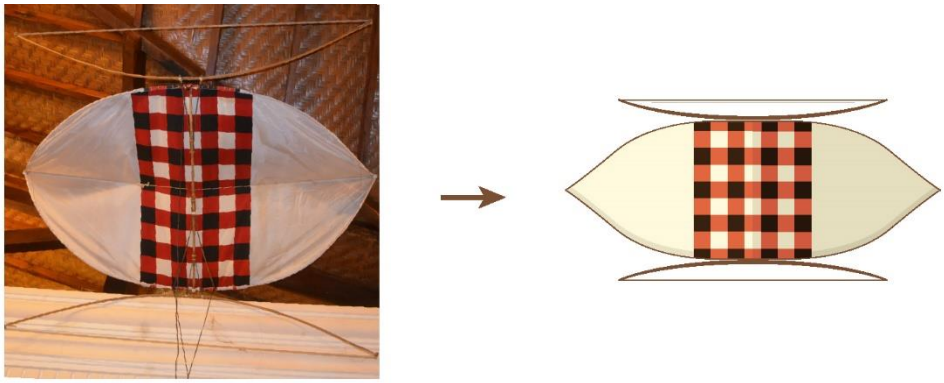
Gambar III.29 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Maco.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



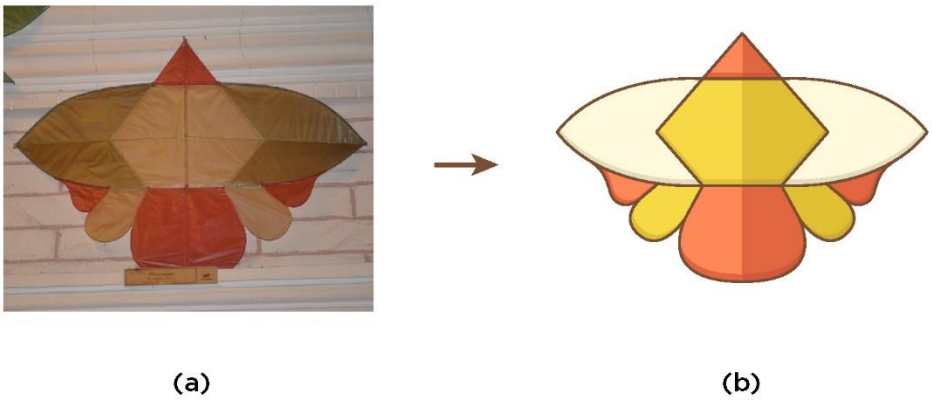
Gambar III.30 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Daun Kiter.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



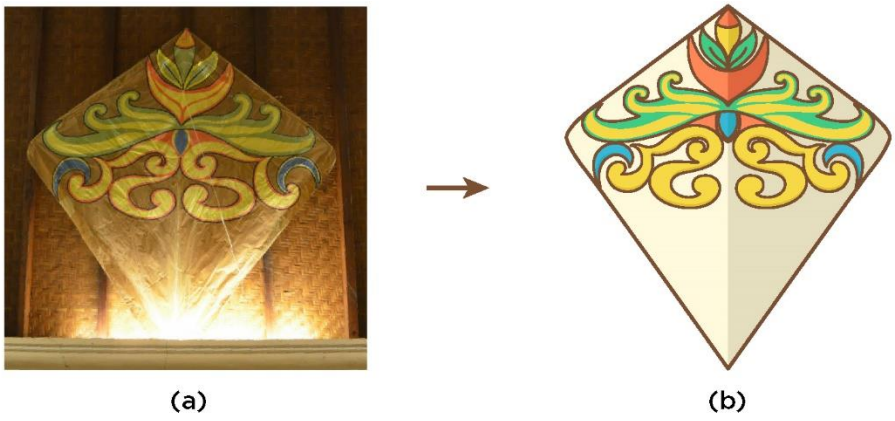
Gambar III.31 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Babon Angrem.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



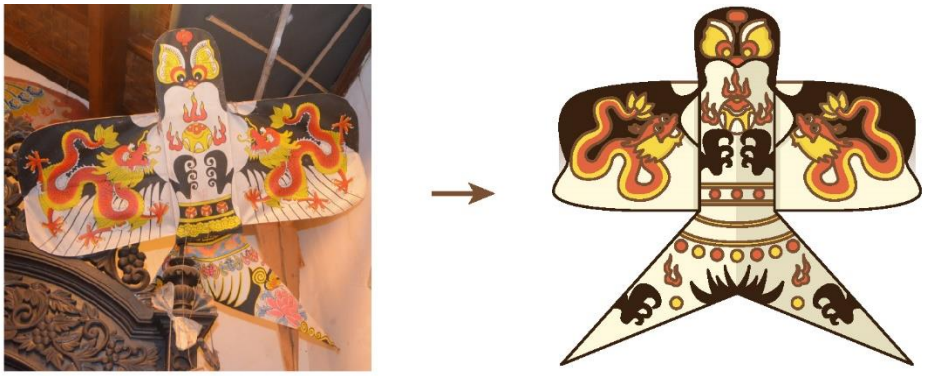
Gambar III.32 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Pecukan.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



Gambar III.33 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Mancungan.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



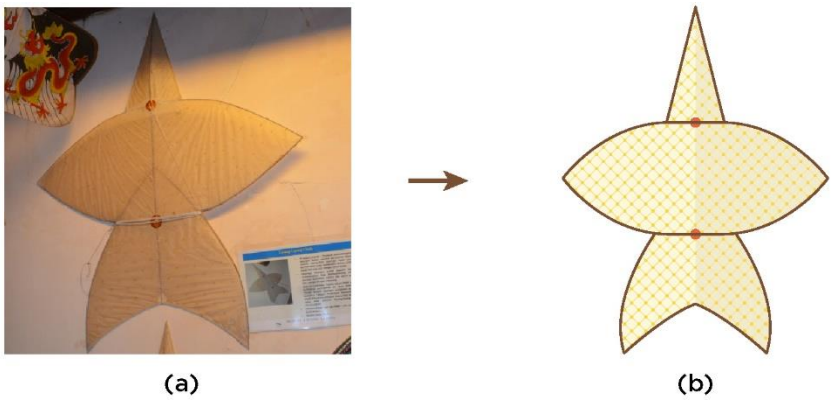
Gambar III.34 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Reko Rekan.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



Gambar III.35 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Fish Kite.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



Gambar III.36 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Wau Merak.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



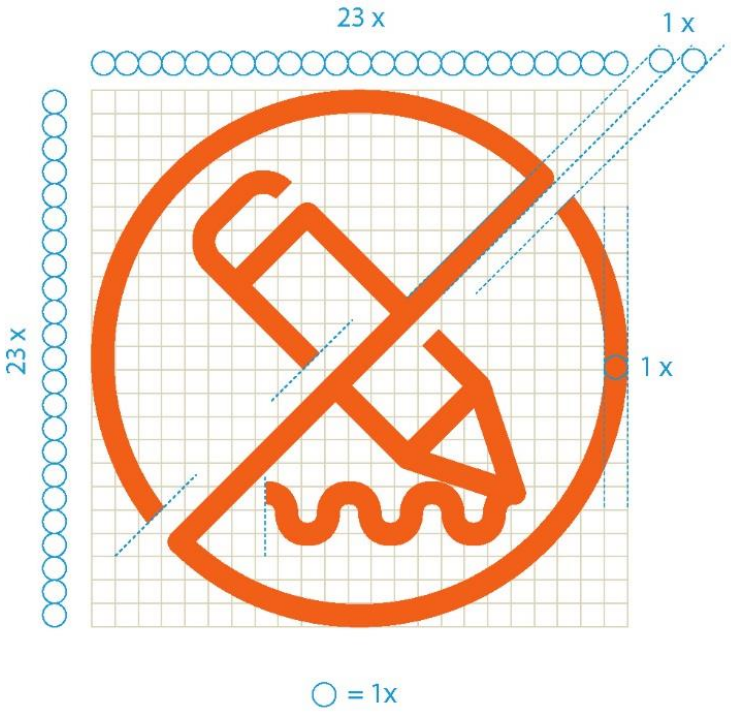
Gambar III.37 (a) Referensi. (b) Ilustrasi Layang-layang Chula.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2017).

Selain berupa Ilustrasi layang-layang, pada perancangan media informasi berupa *sign system* di Museum Layang Layang Indonesia juga menggunakan ikon sebagai tanda yang mewakili fasilitas-fasilitas yang ada di area museum. Beberapa ikon tersebut diantaranya:



Gambar III.38 Ikon Fasilitas Yang Ada di Museum Layang Layang Indonesia.
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

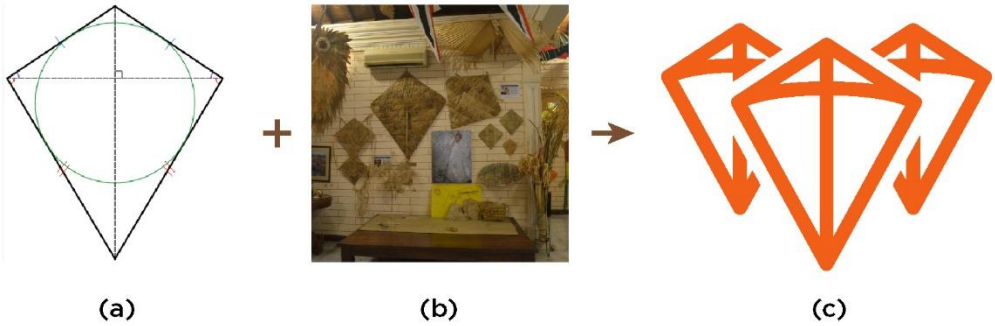
Proses pembuatan ikon-ikon tersebut menggunakan grid agar bentuk yang dihasilkan dapat terukur. Selain itu, ikon-ikon yang dibuat juga menggunakan lebar garis, kemiringan garis dan elemen-elemen lain yang sudah ditentukan sebelumnya, agar ikon-ikon yang dibuat tetap konsisten dan seragam.



Gambar III.39 Proses Pembuatan Ikon Menggunakan *Grid*.
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

Ikon yang dibuat memiliki elemen-elemen yang sama dan teratur dari setiap ikonnya. Lebar dan tinggi ikon maksimal adalah 23x, satuan "X" diambil dari lebar garis utama ikon. Semua garis ujung pada ikon berbentuk datar dan siku-siku ikon berbentuk *rounded*. Ikon terdiri dari garis datar dan garis lengkung. Garis datar pada ikon terdiri dari garis vertikal, garis horizontal, dan garis diagonal. Garis diagonal memiliki kemiringan 45^{o}. Terdapat pembatas antar garis di beberapa pertemuan garis, lebar pembatas antar garis tersebut berukuran 1x atau sama dengan lebar garis utama. Pembatas antar garis dibuat agar ikon yang dihasilkan memiliki sebuah ciri khas dan membedakan dengan ikon-ikon lainnya.

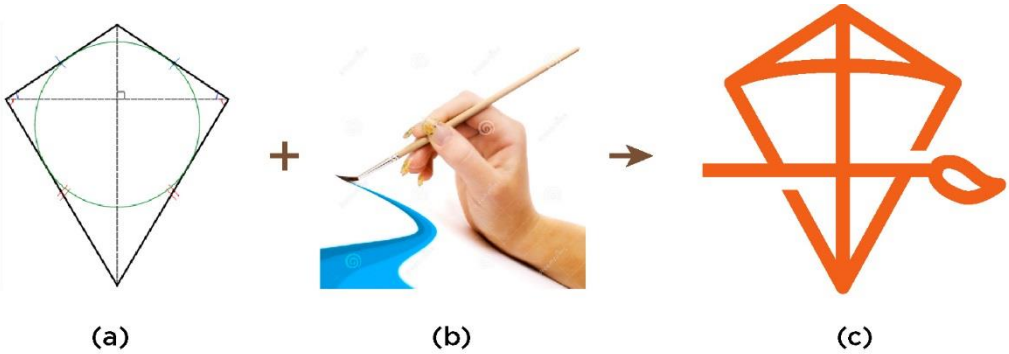
Ikon fasilitas-fasilitas yang ada di Museum Layang Layang Indonesia tersebut berawal dari beberapa referensi yang dipadukan kemudian mengalami penyederhanaan bentuk. Ikon yang dibuat tetap menggunakan karakter visual *outline* yang menjadi karakter visual utama. Berikut adalah ikon yang mewakili fasilitas museum beserta referensi visualnya.



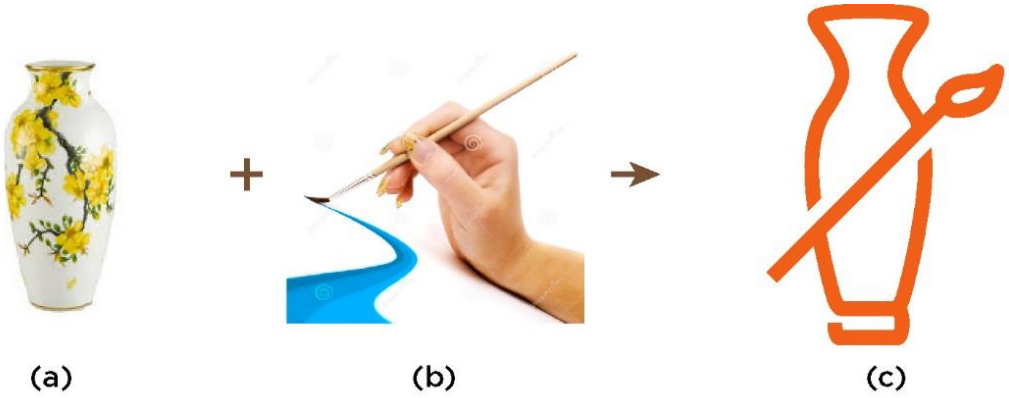
Gambar III.40 (a) Referensi Layang-layang. (b) Referensi Ruang Pamer.
(c) Ikon Fasilitas Ruang Pamer Layang-layang.
Sumber: (a) httplaelitm.comwp-contentuploads201612layang-layang.png (Diakses pada 20/04/2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).



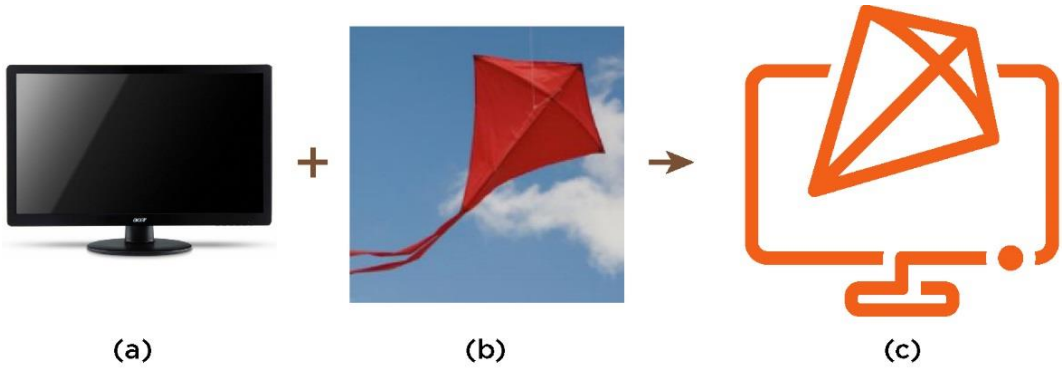
Gambar III.41 (a) Referensi Biangkai lukisan. (b) Referensi Lukisan Bunga Yang Dipamerkan. (c) Ikon Fasilitas Ruang Pamer Lukisan.
Sumber: (a) httpsencrypted-tbn0.gstatic.comimagesq=tbnANd9GcTxJqIz-NTsdqYz0M0Y-onwvUxQNSyb_D-LeWiHFB0VG_5kPYXpvQ.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).



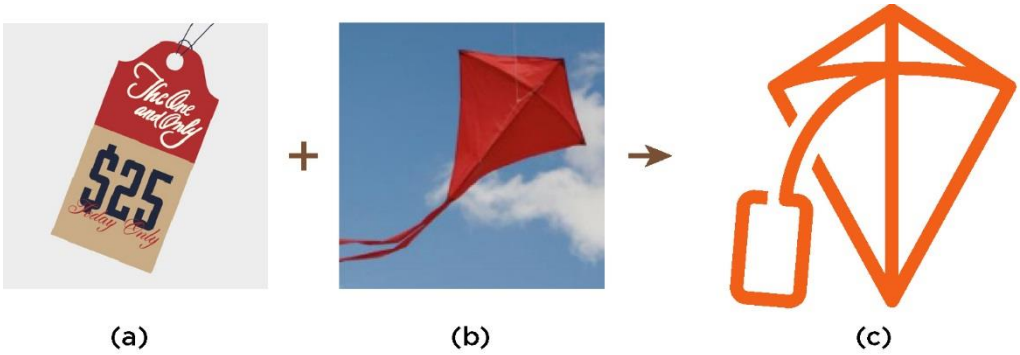
Gambar III.42 (a) Referensi Layang-layang. (b) Referensi Kegiatan *Workshop*.
(c) Ikon Fasilitas Ruang *Workshop* Layang-layang.
Sumber: (a) httplaelitm.comwp-contentuploads201612layang-layang.png (Diakses pada 20/04/2017). (b) httpsthumbs.dreamstime.comzbrush-painting-hand-4559173.jpg.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).



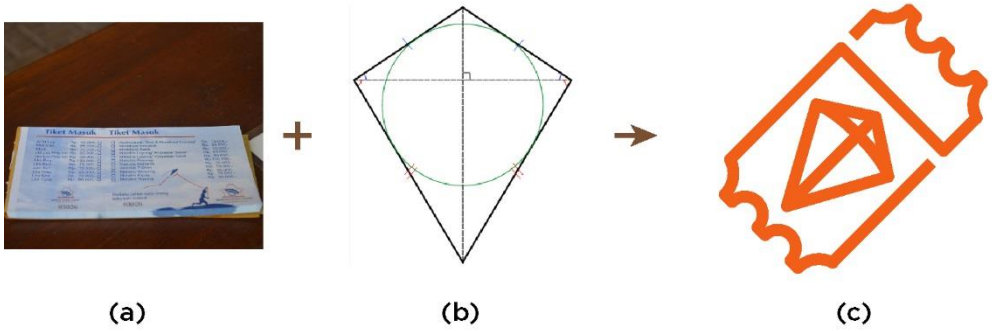
Gambar III.43 (a) Referensi Keramik Berbertuk Vas Bunga.
(b) Referensi Kegiatan *Workshop*.
(c) Ikon Fasilitas Ruang *Workshop* Keramik.
Sumber: (a) httpsencrypted-tbn0.gstatic.comimagesq=tbnANd9GcSwTu27HQ4x6bmoX4Ygkja7PWDq_i1fADmTmOcptY5eIpb84Fdx.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) httpsthumbs.dreamstime.comzbrush-painting-hand-4559173.jpg.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(c) Dokumentasi pribadi (2017).



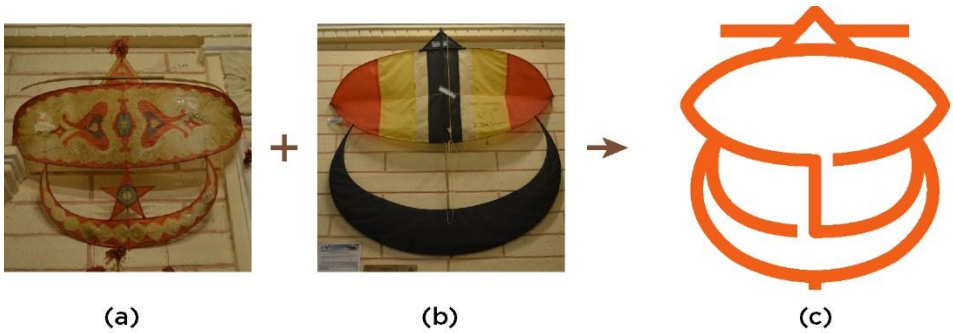
Gambar III.44 (a) Referensi Layar Pemutaran Video.
(b) Referensi Layang-layang.
(c) Ikon Fasilitas Ruang Audio Visual.
Sumber: (a) httpsencrypted-tbn0.gstatic.comimagesq=tbnANd9GcSS9MYPUBad_bg0eHqgyR1_TZcXFZrrSrK2o2nsXil9O0-TjbLn.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) httpcdn2.tstatic.netsuryamalangfotobankimageslayang-layang-di-bristol_20160509_103041.jpg.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(c) Dokumentasi pribadi (2017).



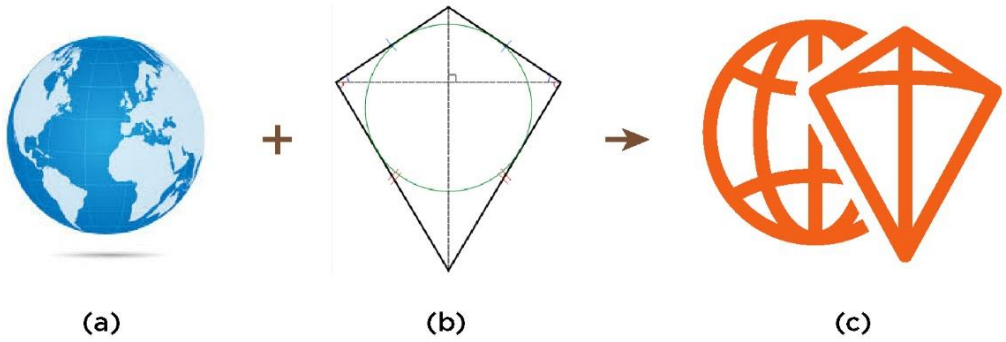
Gambar III.45 (a) Referensi Label Harga. (b) Referensi Layang-layang.
(c) Ikon Fasilitas Ruang Pamer *Merchandise*..
Sumber: (a) httpsencrypted-tbn0.gstatic.comimagesq=tbnANd9GcRbuobFQjmrwal3oR aL7t4-O27hAg326OQJBVORQHh6ymp_1lOa.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) httpcdn2.tstatic.netsuryamalangfotobankimageslayang-layang-di-bristol_ 20160509_103041.jpg.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).



Gambar III.46 (a) Referensi Tiket Masuk Museum. (b) Referensi Layang-layang.
(c) Ikon Fasilitas Tempat Pembelian Tiket Masuk.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2017). (b) httplaelitm.comwp-contentupload s201612layang-layang.png (Diakses pada 20/04/2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).



Gambar III.47 (a) Referensi Layang-layang Indonesia. (b) Referensi Layang-layang Indonesia 2. (c) Ikon Fasilitas Ruang Pamer Layang-layang Lokal.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2016). (b) Dokumentasi pribadi (2016).
(c) Dokumentasi pribadi (2017).



Gambar III.48 (a) Referensi Dunia Global. (b) Referensi Layang-layang. (c) Ikon Fasilitas Ruang Pamer Layang-layang Global. Sumber: (a) httpsencrypted-tbn0.gstatic.comimagesq=tbnANd9GcRCp7cpVpRuO4ySYuCZSKSX6D2aGLkjC69X19Dw7EN4hqqbxf9h.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) httplaelitm.comwp-contentuploads201612layang-layang.png (Diakses pada 20/04/2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).



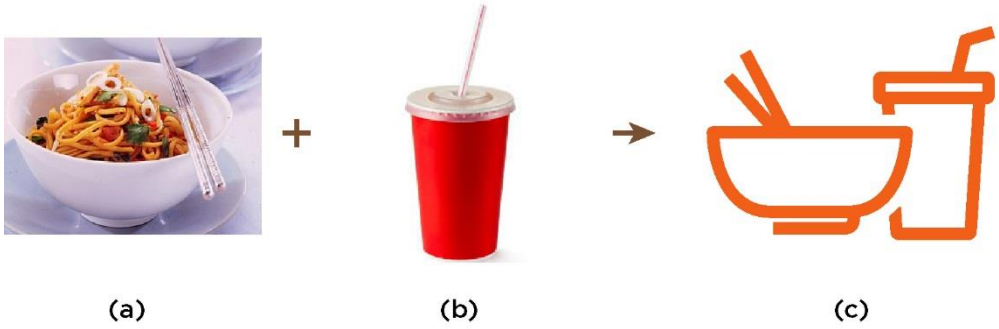
Gambar III.49 (a) Referensi Motor. (b) Ikon Fasilitas Tempat Parkir Motor. Sumber: (a) httptwinqu.comwp-contentuploads20110661.jpg.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



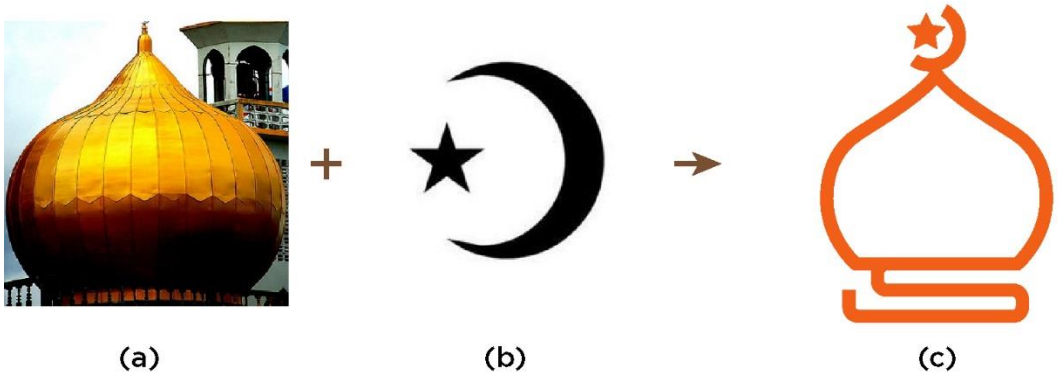
Gambar III.50 (a) Referensi Mobil. (b) Ikon Fasilitas Tempat Parkir Mobil. Sumber: (a) httpsencrypted-tbn0.gstatic.comimagesq=tbnANd9GcQWqujldUud6S5hiopCGYh8WeV3BZ34CE5AHIyWQZb2VY6fr8vi.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



Gambar III.51 (a) Referensi Bangunan Ruang Kantor. (b) Ikon Fasilitas Ruang Kantor.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017).

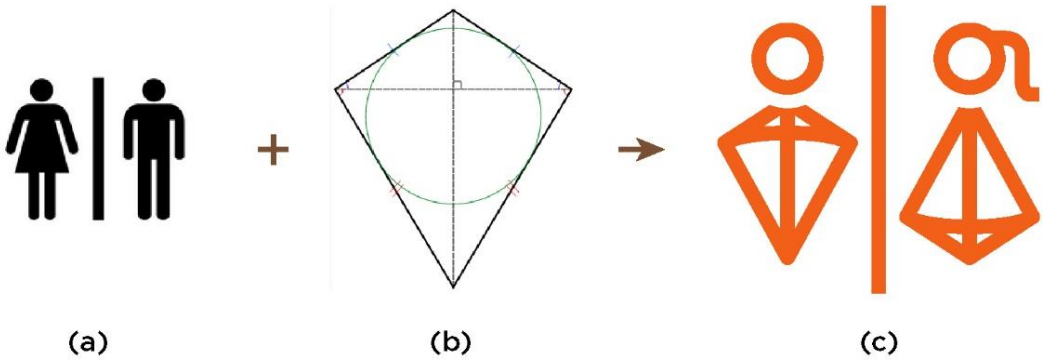


Gambar III.52 (a) Referensi Mie Instan. (b) Referensi *Soft Drink*.
(c) Ikon Fasilitas *Cafe* Museum.
Sumber: (a) httpsencrypted-tbn0.gstatic.comimagesq=tbnANd9GcQRvqqInu1BmQmAxfc-KjLVekkdBrn1X8KkLqV1nEDJ8kwXK-QM.png (Diakses pada 20/04/2017).
(b) httpswww.google.comurlsa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=&url=https%3A%2F%2Fwww.thermofisher.com%2Fblog%2Ffood%2Ffood-safety-and-soft-drinks%2F&psig=AFQjCNG7-cZyFvS-GZoArD.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).

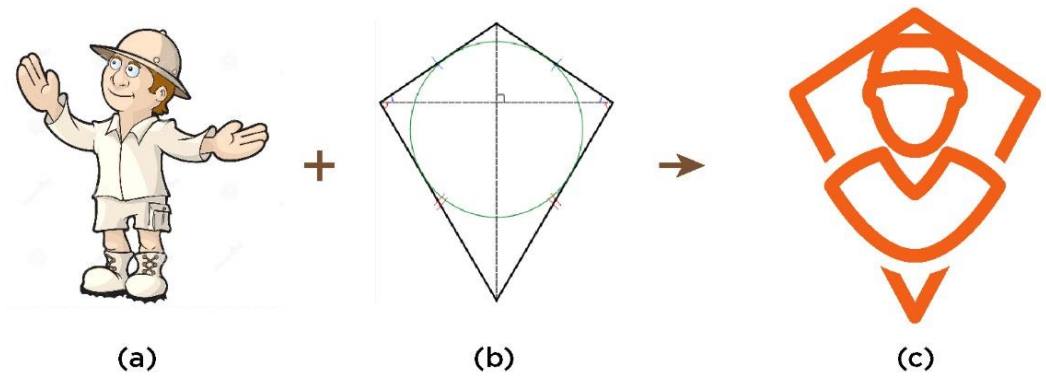


Gambar III.53 (a) Referensi Bentuk Kubah Masjid. (b) Referensi Bentuk Bulan Bintang.
(c) Ikon Fasilitas Musala.

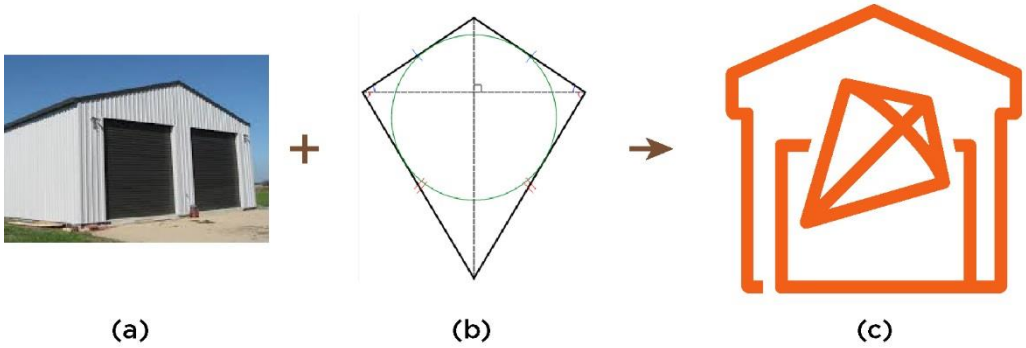
Sumber: (a) httpsencrypted-tbn0.gstatic.comimagesq=tbnANd9GcRD2jPNN18RPupwIX7Dqim_il-9xenZfZ63gLuJYVE7cO38VS6e.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) httpss-media-cache-ak0.pinimg.com236x0075f60075f6c14988152b7498d4f4a52e9c9d.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).



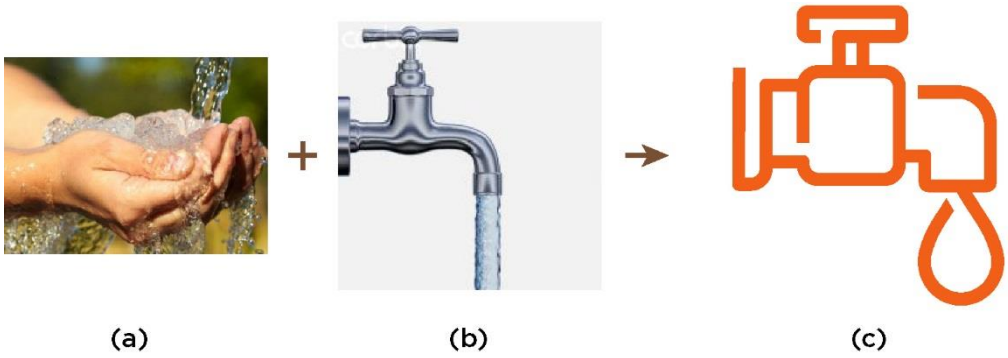
Gambar III.54 (a) Referensi Tanda Toilet. (b) Referensi Layang-layang.
(c) Ikon Fasilitas Toilet.
Sumber: (a) httpsencrypted-tbn0.gstatic.comimagesq=tbnANd9GcQGUkNZYlTEhCYjJTe3RVbW9k0CpYVtYhXw4eEfopj6LuCk6E1o.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) httplaelitm.comwp-contentuploads201612layang-layang.png (Diakses pada 20/04/2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).



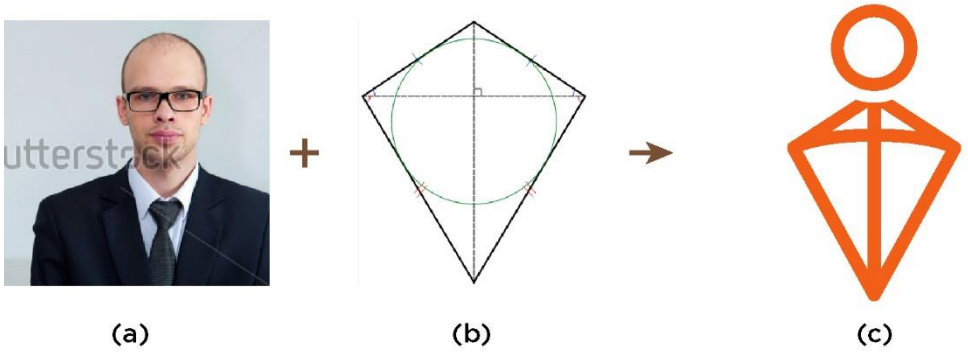
Gambar III.55 (a) Referensi Pegawai dan Pemandu Museum.
(b) Referensi Layang-layang.
(c) Ikon Fasilitas Ruang Pegawai Museum.
Sumber: (a) httpthumbs.dreamstime.comzexplorer-tour-guide-20451248.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) httplaelitm.comwp-contentuploads201612layang-layang.png (Diakses pada 20/04/2017).
(c) Dokumentasi pribadi (2017).



Gambar III.56 (a) Referensi Gudang Pemyimpanan. (b) Referensi Layang-layang. (c) Ikon Fasilitas Ruang Penyimpanan Layang-layang.
Sumber: (a) httpsencrypted-tbn0.gstatic.comimagesq=tbnANd9GcTwKK59stFsyM_F7WkJEz-RUCF3dI54_VonvyAYggHp08_9I2R.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) httplaelitm.comwp-contentuploads201612layang-layang.png (Diakses pada 20/04/2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).

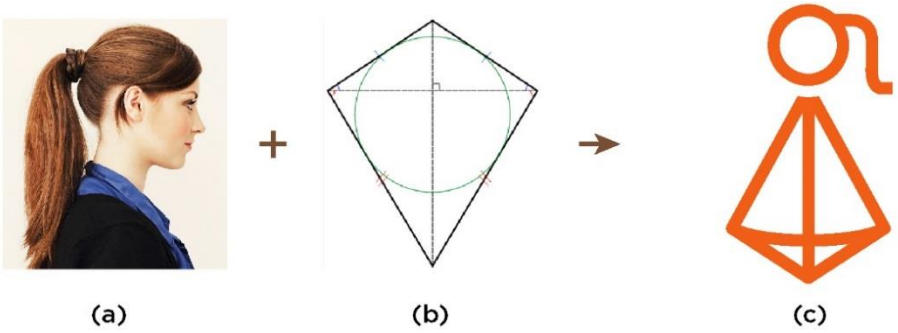


Gambar III.57 (a) Referensi Kegiatan Berwudu. (b) Referensi Kran Air. (c) Ikon Fasilitas Tempat Wudu.
Sumber: (a) httppilisiforrasviz.huforras1.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) httpimages.solopos.com201205kran-air.jpg. (Diakses pada 20/04/2017)
(c) Dokumentasi pribadi (2017).



Gambar III.58 (a) Referensi Pria. (b) Referensi Layang-layang. (c) Ikon Fasilitas Toilet Pria.

Sumber: (a) httpsthumb7.shutterstock.comdisplay_pic_with_logo871384167051339stock-photo-portrait-of-a-serious-handsome-businessman-wearing-glasses-on-grey-background-167051339.jpg (Diakses 20/04/2017). (b) httplaelitm.comwp-contentuploads201612layang-layang.png (Diakses pada 20/04/2017).
(c) Dokumentasi pribadi (2017).



Gambar III.59 (a) Referensi Wanita. (b) Referensi Layang-layang.
(c) Ikon Fasilitas Toilet Wanita.
Sumber: (a) httpsencrypted-tbn0.gstatic.comimagesq=tbnANd9GcTYVyBssiQpF97moJ4xeSY-VM3Bb_msQWOCG4ocYdG4aT5l7kDFEQ.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) httplaelitm.comwp-contentuploads201612layang-layang.png (Diakses pada 20/04/2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).

Ikon yang dibuat juga digunakan pada *sign system* berupa tanda larangan dan peringatan *(regulatory sign)*. Beberapa ikon tersebut terbagi menjadi ikon larangan dan ikon anjuran. Berikut adalah ikon-ikon yang digunakan untuk tanda larangan dan peringatan *(regulatory sign)*.



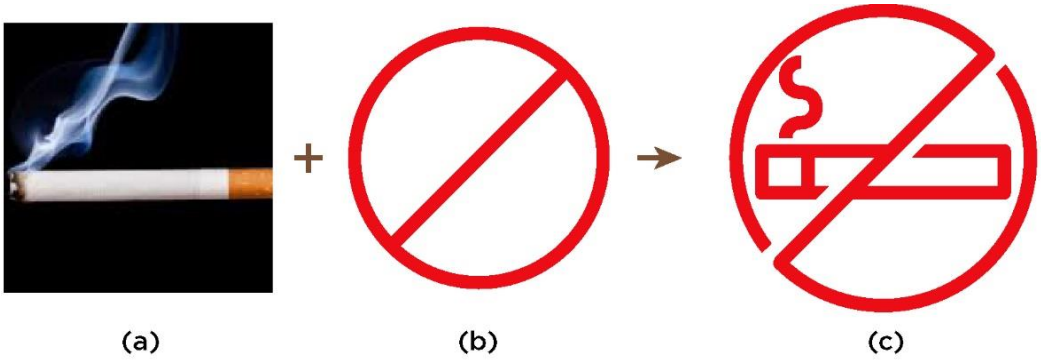
Gambar III.60 Ikon-ikon Larangan
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)



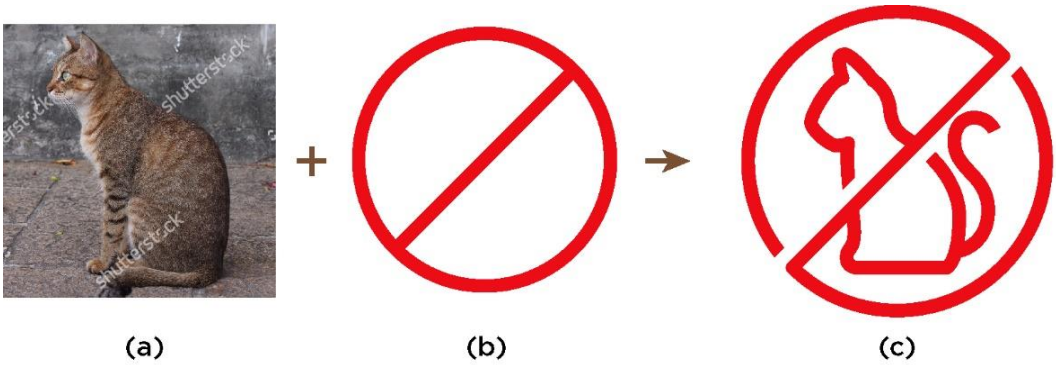
Gambar III.61 Ikon-ikon Anjuran
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

Ikon-ikon tersebut digunakan sebagai elemen visual pada tanda larangan dan peringatan (*regulatory sign*), baik untuk tanda larangan dan untuk tanda anjuran. Sebagai elemen visual, ikon-ikon tersebut dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan kepada pengunjung museum. Pesan yang ingin disampaikan kepada pengunjung adalah regulasi berupa larangan dan ajuran yang berlaku di dalam area Museum Layang Layang Indonesia.

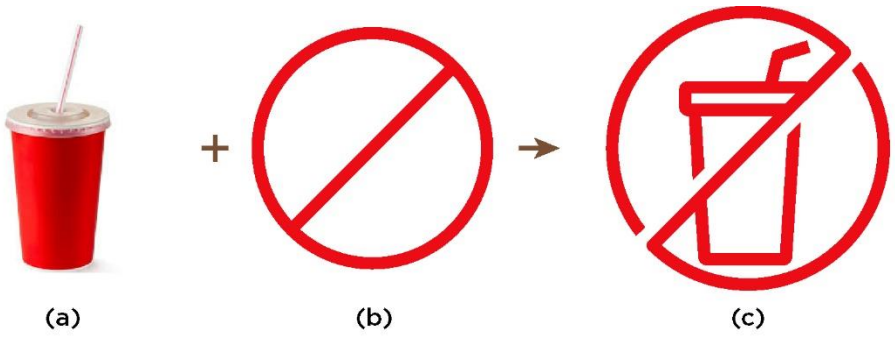
Semua ikon yang dibuat sebagai elemen visual tanda larangan dan peringatan *(regulatory sign)* tersebut berawal dari beberapa referensi yang dipadukan kemudian mengalami penyederhanaan bentuk. Ikon-ikon yang dibuat tetap menggunakan karakter visual *outline* yang menjadi karakter visual utamanya. Berikut adalah ikon larangan dan anjuran beserta referensi visualnya.



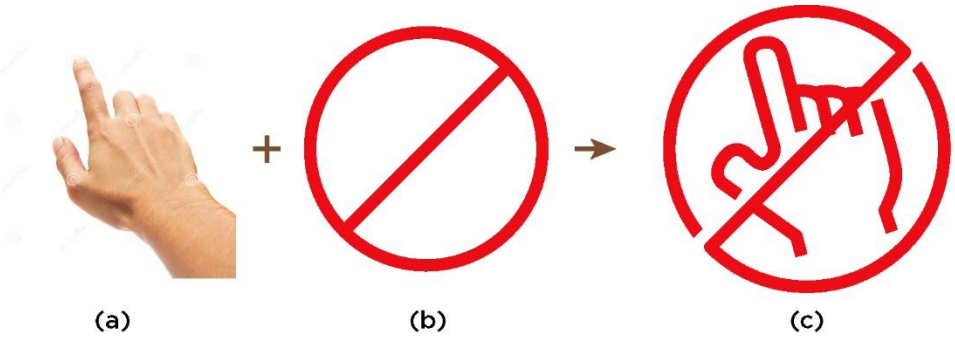
Gambar III.62 (a) Referensi Rokok Berasap.
(b) Referensi Tanda Larangan.
(c) Ikon Dilarang Merokok.
Sumber: (a) httpsencrypted-tbn0.gstatic.comimagesq=tbnANd9GcRkwFxWOUK6_Q8R IwqisIO2bh8dWKjm_p8OLlQAF63ROFusaifd.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) Dokumentasi pribadi (2017).
(c) Dokumentasi pribadi (2017).



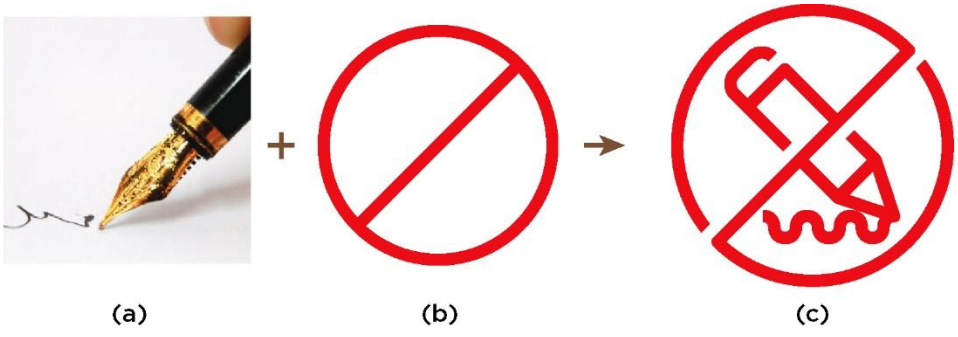
Gambar III.63 (a) Referensi Hewan Peliharaan.
(b) Referensi Tanda Larangan.
(c) Ikon dilarang membawa hewan peliharaan.
Sumber: (a) httpsimage.shutterstock.comzstock-photo-cat-sit-down-107725316.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) Dokumentasi pribadi (2017).
(c) Dokumentasi pribadi (2017).



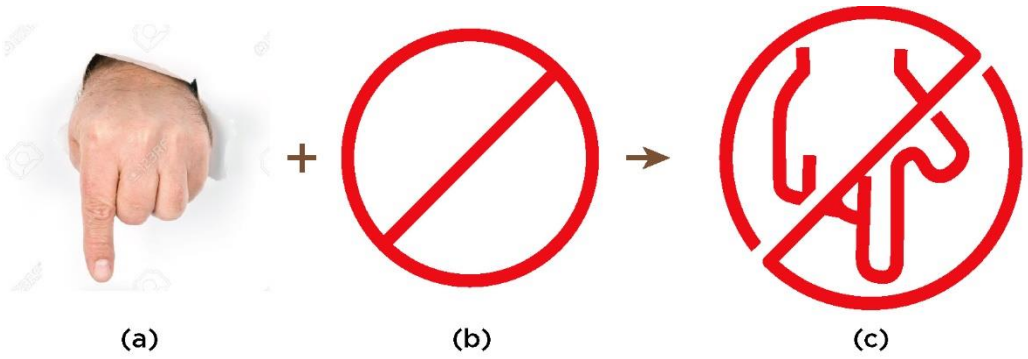
Gambar III.64 (a) Referensi *Softdrink*. (b) Referensi Tanda Larangan.
(c) Ikon Dilarang Membawa Makanan dan Minuman.
Sumber: (a) httpswww.google.comurlsa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=&url=https%3A%2F%2Fwww.thermofisher.com%2Fblog%2Ffood%2Ffood-safety-and-soft-drinks%2F&psig=AFQjCNG7-cZyFvS-GZoArD.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).



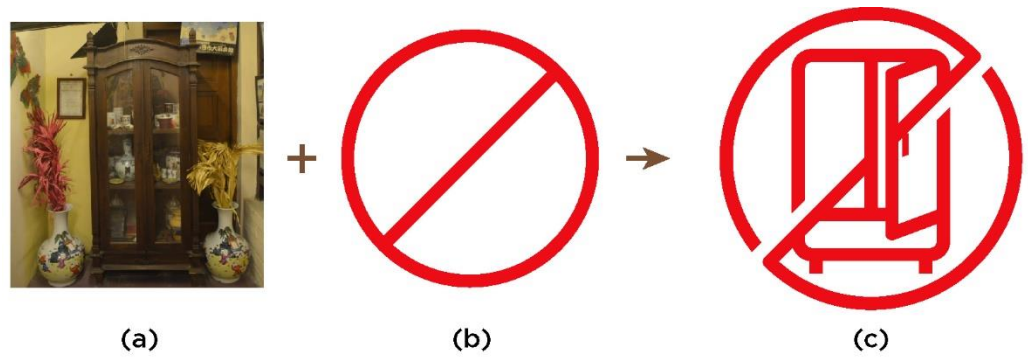
Gambar III.65 (a) Referensi Menyentuh. (b) Referensi Tanda Larangan.
(c) Ikon Dilarang Menyentuh Koleksi.
Sumber: (a) httpsthumbs.dreamstime.comzhand-touching-screen-25346537.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).



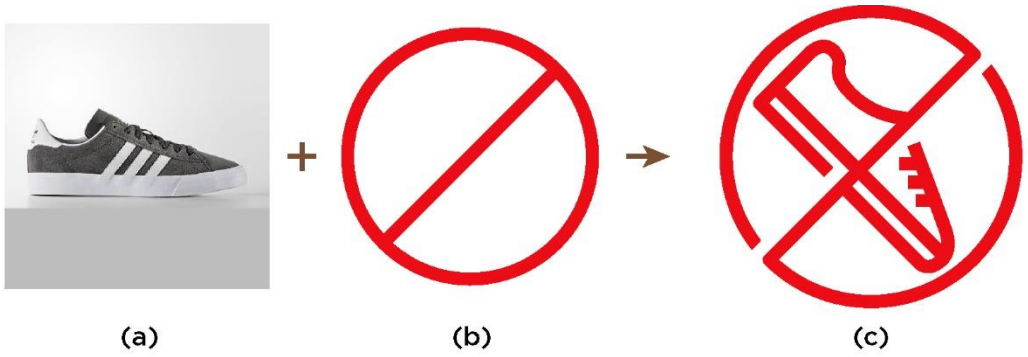
Gambar III.66 (a) Referensi Mencoret. (b) Referensi Tanda Larangan.
(c) Ikon Dilarang Mencoret Koleksi.
Sumber: (a) httpeletunk.comwp-contentuploads201410r%C3%A1s3.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).



Gambar III.67 (a) Referensi Menekan. (b) Referensi Tanda Larangan.
(c) Ikon Dilarang Menekan Kotak Kaca.
Sumber: (a) httpspreviews.123rf.comimagesjoebelangerjoebelanger1003joebelanger1003 000146525288-A-hand-with-index-finger-extended-pokes-through-torn-paper-prepares-to-push-the-panic-stop-button--Stock-Photo.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) Dokumentasi pribadi (2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).

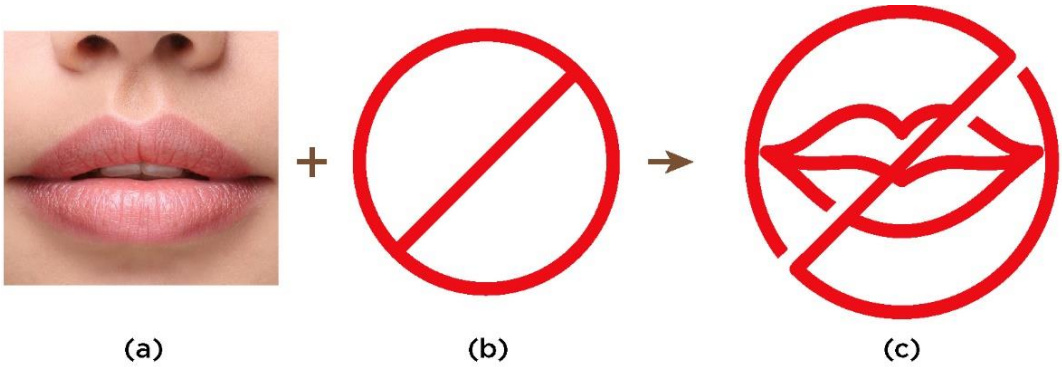


Gambar III.68 (a) Referensi Lemari Koleksi. (b) Referensi Tanda Larangan.
(c) Ikon Dilarang Membuka Lemari Koleksi.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017).
(c) Dokumentasi pribadi (2017).

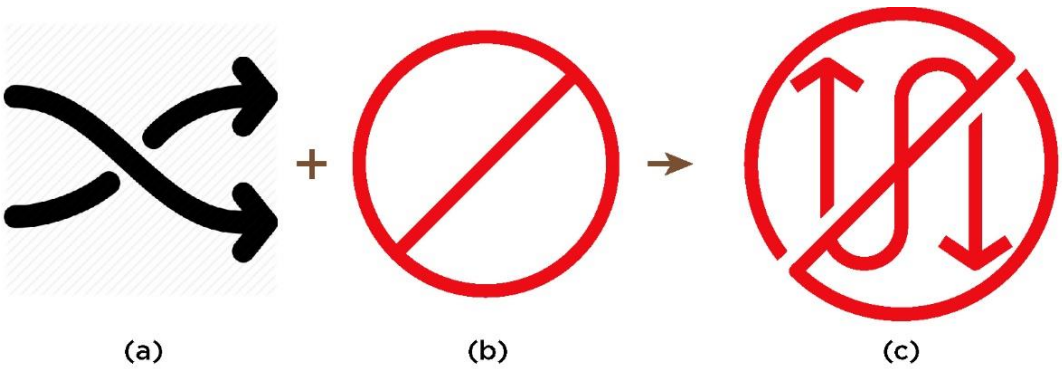


Gambar III.69 (a) Referensi Alas Kaki. (b) Referensi Tanda Larangan.
(c) Ikon Dilarang Menggunakan Alas Kaki.

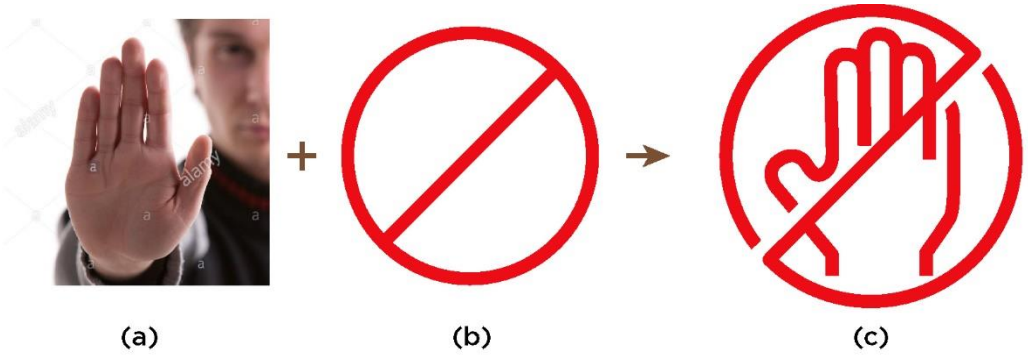
Sumber: (a) httpss-media-cache-ak0.pinimg.com736x2d225d2d225d0f06e201c6a6e87
1c3f2e80cf6.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) Dokumentasi pribadi (2017).
(c) Dokumentasi pribadi (2017).



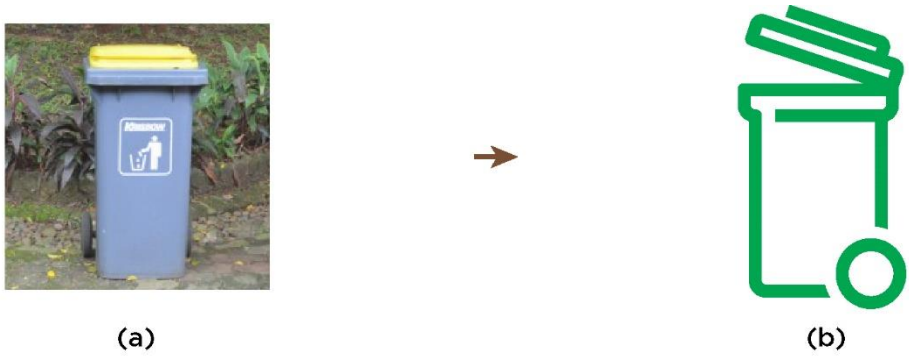
Gambar III.70 (a) Referensi Bibir.
(b) Referensi Tanda Larangan.
(c) Ikon Dilarang Berisik.
Sumber: (a) httpsimg-s3.onedio.comid-57ce95c9714bca20454e8841rev-0raws-
4d79f595d1b9b44c3b93c72cb075ede32e9c13f9.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) Dokumentasi pribadi (2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).



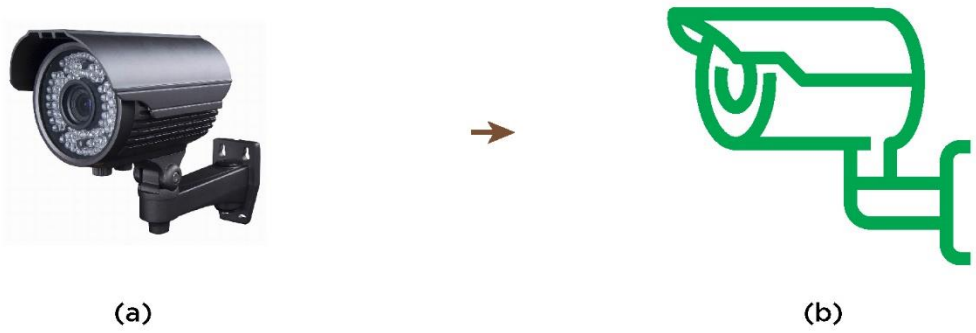
Gambar III.71 (a) Referensi Pergerakan.
(b) Referensi Tanda Larangan.
(c) Ikon Dilarang Berpindah Tempat.
Sumber: (a) httpscdn1.iconfinder.comdataiconsarrow-view-296Arrow-Shuffle-512.png
(Diakses pada 20/04/2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017).
(c) Dokumentasi pribadi (2017).



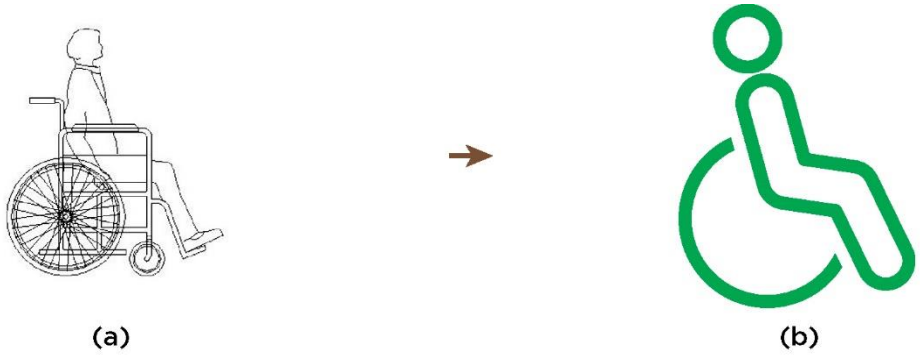
Gambar III.72 (a) Referensi Dilarang Masuk. (b) Referensi Tanda Larangan.
(c) Ikon Dilarang Masuk.
Sumber: (a) httpc8.alamy.comcompE9D168young-man-pushing-out-his-hand-meaning-no-entry-E9D168.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) Dokumentasi pribadi (2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).



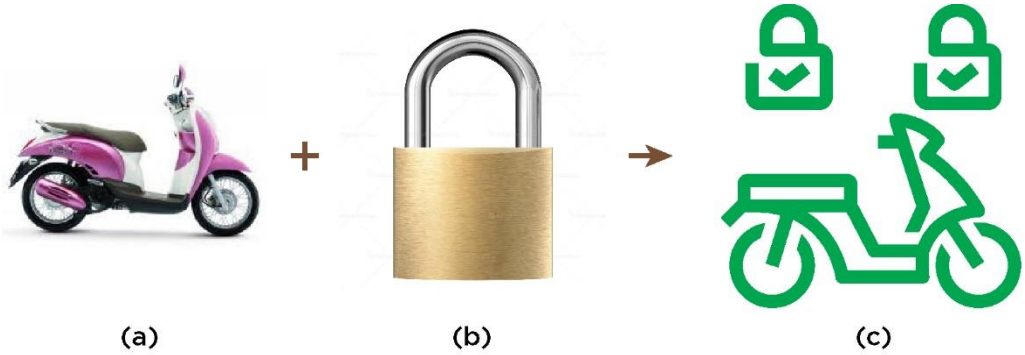
Gambar III.73 (a) Referensi Tempat Sampah di Museum. (b) Ikon Tempat Sampah.
Sumber: (a) Dokumentasi pribadi (2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



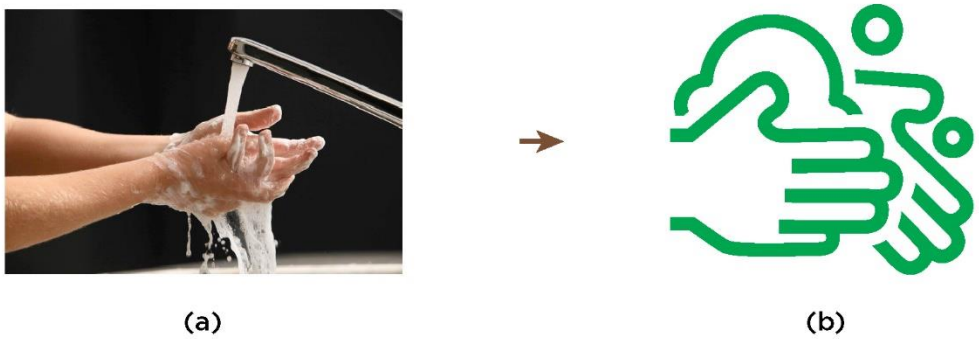
Gambar III.74 (a) Referensi Kamera Pengawas. (b) Ikon Kamera Pengawas.
Sumber: (a) httpwww.crpautomations.comwp-contentuploads201509cctvbullet-camera.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



Gambar III.75 (a) Referensi Difabel. (b) Ikon Difabel.
Sumber: (a) httpsstatic.turbosquid.comPreview20140801__18_43_57gx_GRA%20Wheelchair%20Side1.jpg1995d7d1-012b-4f8a-91e8-474d27f4f23aLarger.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



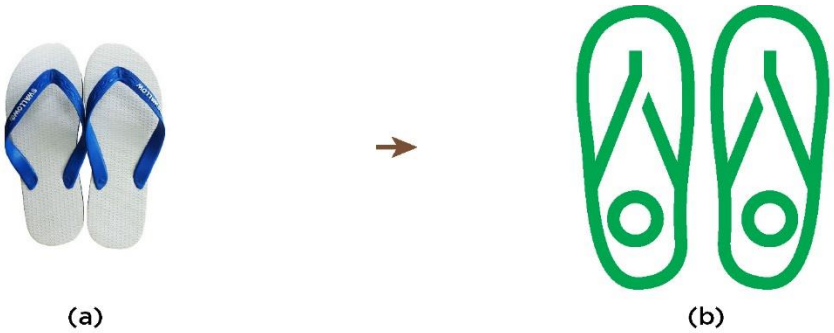
Gambar III.76 (a) Referensi Motor. (b) Referensi Gembok Pengaman.
(c) Ikon Kunci Ganda Motor.
Sumber: (a) httptwinqu.comwp-contentuploads20110661.jpg.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) httpwww.backgroundsy.comfilelargelocked-padlock.jpg (Diakses 20/04/2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).



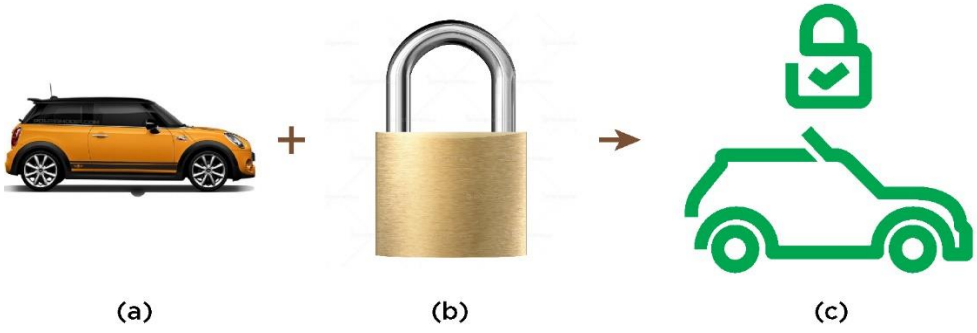
Gambar III.77 (a) Referensi Kegiatan Cuci Tangan. (b) Ikon Mencuci Tangan.
Sumber: (a) httpwww.shieldcasework.comwp-contentuploads201306ct-hand-wash-9p-ctmain-1030-re.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



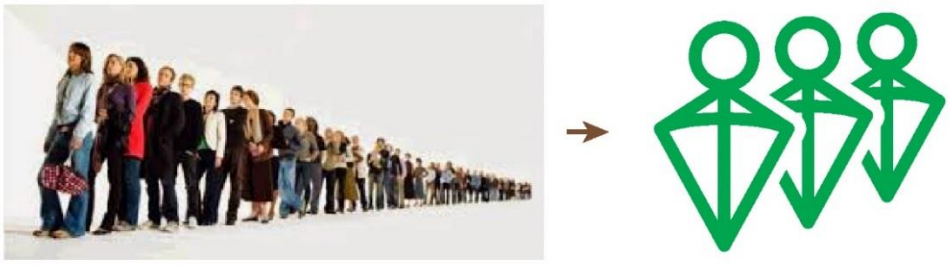
Gambar III.78 (a) Referensi Sajadah. (b) Referensi Tiang Penyimpanan.
(c) Ikon Simpan Kembali Alat Solat.
Sumber: (a) httpsstore.muslimamerican.comvvspfilesphotosPM543-1.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) httpss-media-cache-ak0.pinimg.comoriginals64ef4164ef41807c6d0 efd890cef4524651796.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).



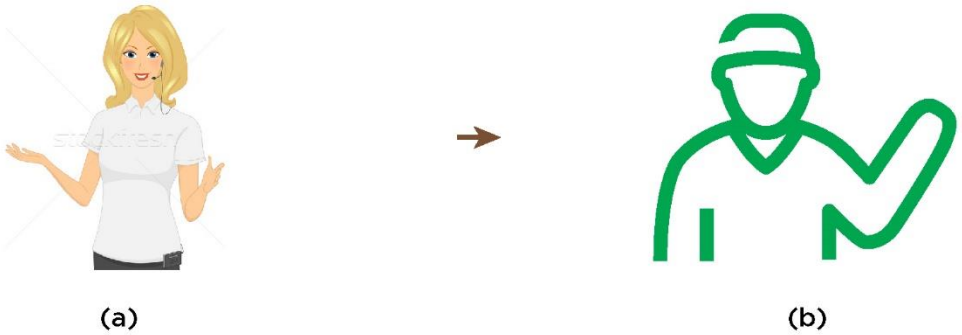
Gambar III.79 (a) Referensi Sandal. (b) Ikon Gunakan Sandal.
Sumber: (a) httpcdn.elevenia.co.idg99908118999081_A2.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) Dokumentasi pribadi (2017).



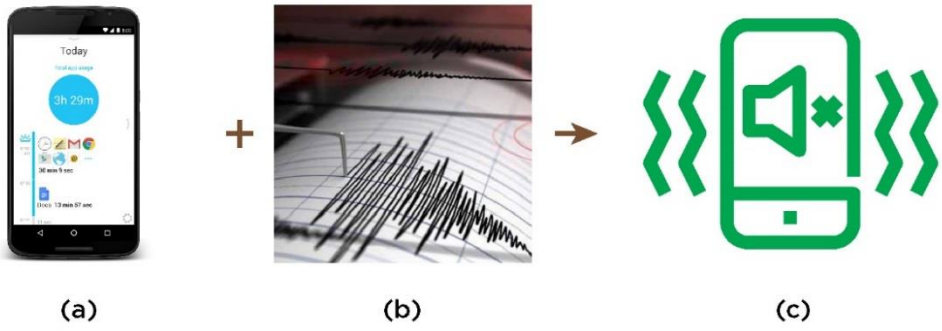
Gambar III.80 (a) Referensi Mobil. (b) Referensi Gembok Pengaman.
(c) Ikon Kunci Kendaraan Mobil.
Sumber: (a) httpsencrypted-tbn0.gstatic.comimagesq=tbnANd9GcQWqujldUud6S5hi opCGYh8WeV3BZ34CE5AHIyWQZb2VY6fr8vi.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) httpwww.backgroundsy.comfilelargelocked-padlock.jpg (Diakses 20/04/2017).
(c) Dokumentasi pribadi (2017).



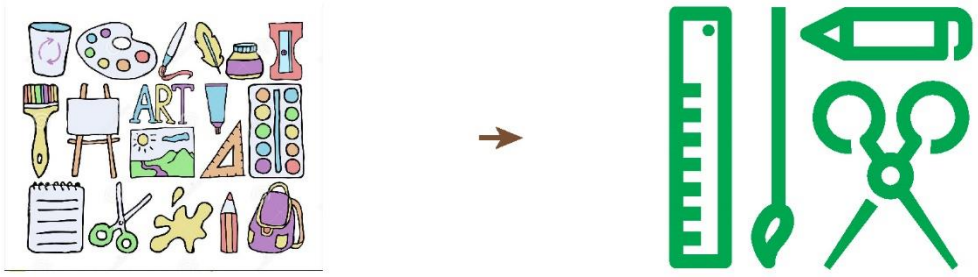
Gambar III.81 (a) Referensi Antrian. (b) Ikon Antrian.
Sumber: (a) httpsencrypted-tbn0.gstatic.comimagesq=tbnANd9GcRsC35Hh3X5FhHXoExoML23zeBy7sIRWEcHGtrn76idfnWHRgXJ.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(b) Dokumentasi pribadi (2017).



Gambar III.82 (a) Referensi Pemandu. (b) Ikon Pemandu Museum.
Sumber: (a) httpsimg3.stockfresh.comfilesllenmilimeter196414184_stock-vector-girl-tour-guide.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



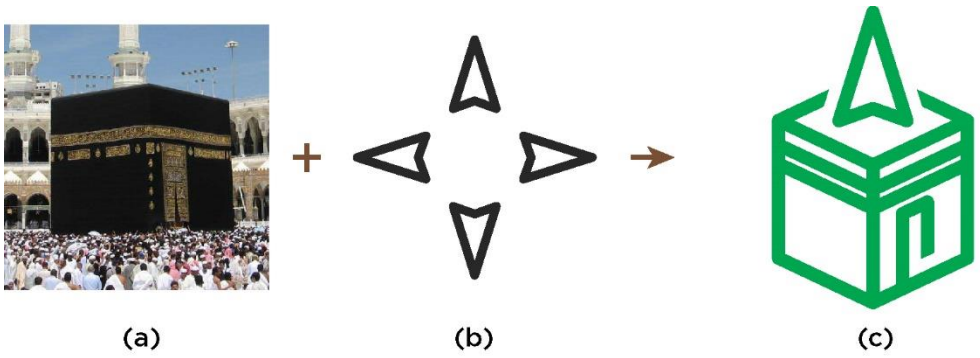
Gambar III.83 (a) Referensi Telepon Gengam. (b) Referensi Getaran.
(c) Ikon Mode Getar.
Sumber: (a) httpinovasipintar.comwp-contentuploads201503Status-penggunan-handphone.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) httpimage.csr.idarticle201702154641291023a6289f86e8af8ce3ad34f9img_article.jpg (Diakses pada 20/04/2017).
(c) Dokumentasi pribadi (2017).



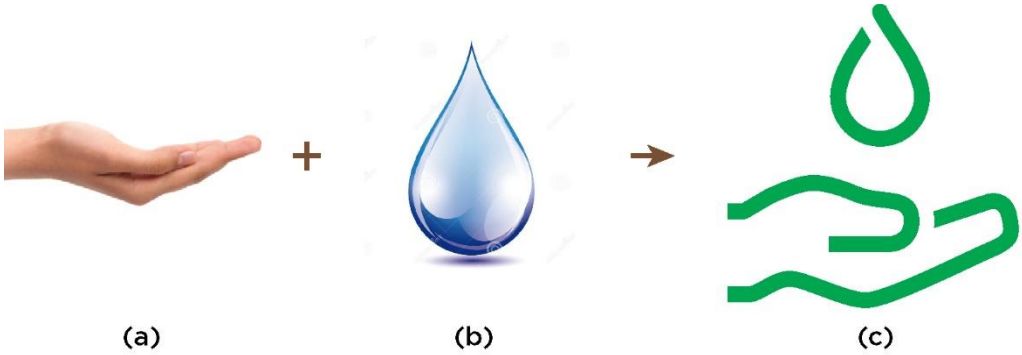
Gambar III.84 (a) Referensi alat *Workshop*. (b) Ikon Alat *Workshop.*
Sumber: (a) httpsthumbs.dreamstime.comzseamless-pattern-stationery-subjects-creativity-vector-background-scissors-paint-brush-ruler-palette-paper-c-91701384.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



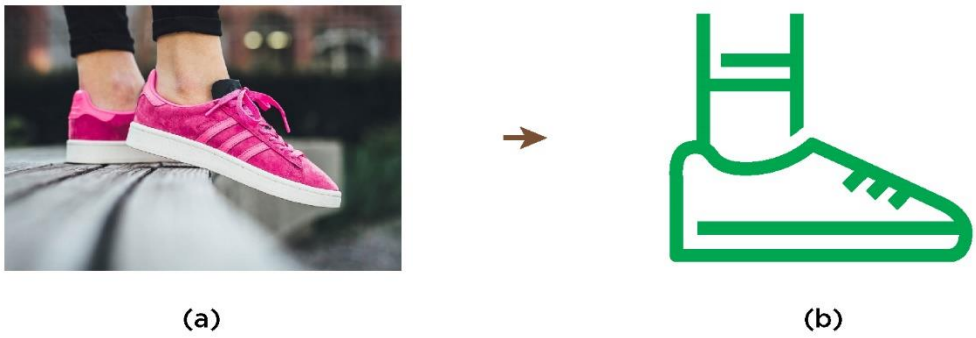
Gambar III.85 (a) Referensi Buku Menu. (b) Ikon Menu *Cafe.*
Sumber: (a) httpcdn.displays2go.comimageszoomcmcr85113.ra2_preview.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017).



Gambar III.86 (a) Referensi Kakbah. (b) Referensi Tanda arah. (c) Ikon Arah Kiblat.
Sumber: (a) http2.bp.blogspot.com-53EVY2UNVFIVqINBro9kHIAAAAAAAAAAQAwOjbFhokOios1600kabah.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).



Gambar III.87 (a) Referensi Tangan. (b) Referensi Tetesan Air. (c) Ikon Hemat Air.
Sumber: (a) httpwww.christinabrandt.comwp-contentuploads201208iStock_000010533464XSmall.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) httpss-media-cache-ak0.pinimg.com736x8e79348e7934ce2ef389ff5559a5f39b8af105.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (c) Dokumentasi pribadi (2017).



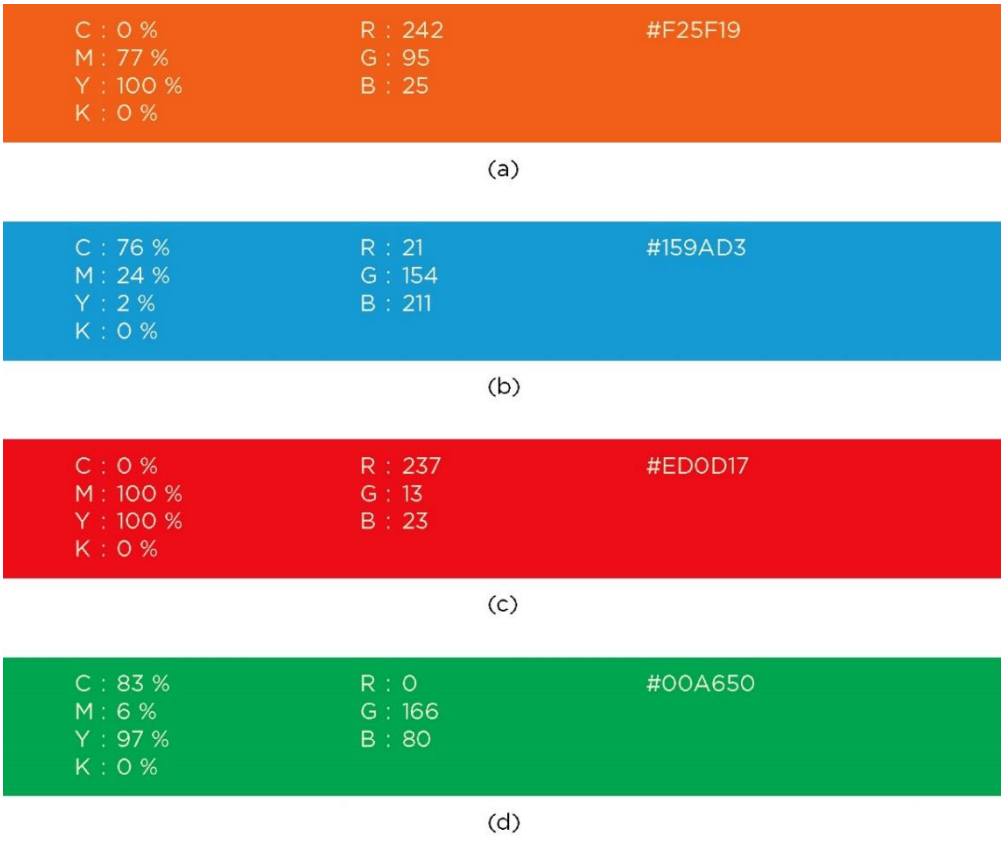
Gambar III.88 (a) Referensi Alas Kaki. (b) Ikon Gunakan Alas Kaki.
Sumber: (a) httpshypebeast.imgix.nethttp%3A%2F%2Fbae.hypebeast.com%2Ffiles%2F2017%2F04%2Fadidas-originals-campus-shock-pink-0.jpgfit=max&fm=pjpg&ixlib=php-1.1.0&q=90&w=960&s=22aec4588417deb9fba56b1d337dcba7.jpg (Diakses pada 20/04/2017). (b) Dokumentasi pribadi (2017).

III.3.5 Warna

Kusrianto (2007) menjelaskan "Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, *mood* atau semangat dan lain-lain" (h.46).

Warna utama yang digunakan pada perancangan *sign system* Museum Layang Layang Indonesia adalah warna oranye, biru, merah dan hijau. Pemilihan warna oranye dan biru sebagai warna utama didasarkan pada warna yang terdapat pada logo Museum Layang Layang Indonesia. Dengan begitu *sign system* yang dibuat akan tetap memiliki identitas visual Museum Layang Layang Indonesia yang sudah ada.

Selain warna oranye dan biru, dipilih juga warna merah dan hijau sebagai warna pendukung baik dalam media utama maupun media pendukung. Pemilihan warna-warna tersebut karena keempatnya terlihat kontras dengan lingkungan Museum Layang Layang Indonesia, baik *indoor* yang di dominasi warna putih dan coklat tua maupun *outdoor* yang didominasi warna hijau dan coklat. Dengan tingkat kekontrasan yang baik, *sign system* dapat mudah terlihat oleh khalayak sasaran di Museum Layang Layang Indonesia.



Gambar III.89 (a) Warna Oranye. (b) Warna Biru. (c) Warna Merah. (d) Warna Hijau.
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

Warna yang digunakan menggunakan mode warna CMYK. Mode warna CMYK terdiri dari komponen warna Cyan (biru muda), Magenta (merah), Yellow (kuning), dan Black (Hitam). Penggunaan mode warna CYK dipilih karena umumnya media yang dibuat adalah media cetak, dan akan melalui proses percetakan.

III.3.5.1. Penggunaan Warna

Untuk dapat membuat sebuah sistem tanda, media *sign system* yang dibuat diberikan warna yang berbeda-beda. Hal ini diterapkan untuk memudahkan pengunjung membedakan atara suatu tanda (*sign*) dengan tanda (*sign*) lainnya.

Pemggunaan warna pada *sign system* terbagi sebagai berikut:

1. Tanda pengenal (*identification sign*) : menggunakan warna oranye.
2. Tanda petunjuk arah (*directional sign*) : menggunakan warna biru.
3. Tanda larangan dan peringatan (*regulatory sign*) : menggunakan warna merah dan hijau.