

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MUSEUM MANDHILARAS DI KABUPATEN PAMEKASAN

Kholid Mansyur Santoso

Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
kholid.meal@yahoo.com

Wayan Setiadarma

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
wsetiadarma@yahoo.co.id

Abstrak

Indonesia merupakan negara yang kaya akan keanekaragaman budaya yang secara tidak langsung juga menjadi sorotan mata dunia. Kekayaan dan keanekaragaman budaya di Indonesia memang harus kita banggakan dan kita jaga. Pamekasan adalah kabupaten yang terletak di wilayah pulau Madura provinsi Jawa Timur, yang kaya akan warisan budaya daerah seperti, Karapan sapi, situs Batu Ampar, Panembahan Ronggo sukowati dan lain sebagainya. Semua itu dirangkum dalam pengadaan museum. Museum Mandhilaras merupakan museum milik pemerintah pamekasan yang bertujuan untuk menyimpan, merawat, melestarikan dan membina warisan budaya (Madura), yang kemudian disajikan kepada umum. Namun pengadaan museum Mandhilaras kurang dipahami keberadaanya. Salah satu faktor adalah kurangnya media informasi. Karena media yang digunakan hanya dengan menggunakan katalog sebagai media promosinya. Akan tetapi dinilai kurang maksimal jika digunakan untuk mempromosikan museum Mandhilaras yang terbilang baru pengadaannya. Karena fenomena yang terjadi kalangan masyarakat, museum tidak terlalu dikenal oleh masyarakat Pamekasan. Untuk itu peneliti ingin meneliti perancangan desain media promosi untuk museum Mandhilaras, dengan kriteria desain yang baik menurut ilmu desain grafis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perancangan karya desain grafis periklanan untuk promosi museum Mandhilaras di kabupaten Pamekasan. Lokasi penelitian di kabupaten pamekasan, dengan menggunakan metode kualitatif. Wawancara mendalam, dokumentasi dan observasi, digunakan sebagai cara untuk mengumpulkan data dari para informan.

Kata kunci : Desain grafis, Periklanan, Promosi, Museum Mandhilaras.

Abstract

Indonesia is a country rich in cultural diversity, which indirectly also highlighted the eyes of the world. Richness and diversity of culture in Indonesia indeed we should be proud and we keep. Pamekasan is a district located in the island of Madura, East Java province, which is rich in cultural heritage areas such as, KarapanSapi (Bull race), BatuAmpar, PanembahanRonggoSukowati and others. All of them are summarized in the procurement of the museum. Mandhilaras Museum is a museum owned by the government Pamekasan which aims to keep, maintain, preserve and develop the cultural heritage (Madura), which is then presented to the public. However the procurement of museum Mandhilaras poorly understood existence. One factor is the lack of information media. Because the media are used only by using catalogs as media promotion. But considered less leverage if used to promote the museum Mandhilaras relatively new procurement. Due to a phenomenon that occurs among the public, the museum is not very well known by the public Pamekasan. To the researchers wanted to examine the design of the design of promotional media for Mandhilaras museum, with a good design criteria according to the science of graphic design. This study aims to determine how to design advertising graphic design work for the promotion of the museum Mandhilaras in Pamekasan. Location dikabupatenPamekasan research, using a qualitative method. In-depth interviews, documentation and observation, is used as a way to collect data from informants.

Keywords: Graphic Design, Advertising, Promotion, Mandhilaras Museum.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan keanekaragaman budaya yang secara tidak langsung juga

menjadi sorotan mata dunia. Kekayaan dan keanekaragaman budaya di Indonesia memang harus kita jaga. Pamekasan adalah sebuah kabupaten yang terletak di pulau Madura, Provinsi Jawa Timur, yang terdiri dari

atas 13 kecamatan yang dibagi lagi atas 178 desa dan 11 kelurahan dan pusat pemerintahannya terletak di Kecamatan Pamekasan, dengan jumlah penduduk 818.662 jiwa. Pamekasan saat ini sedang merajut masa depan yang meluas. Mulai dari kabupaten dengan predikat kota Pendidikan Madura, kota Budaya, kota Gerbang Salam, hingga Pamekasan sebagai kota Batik.

Di kabupaten Pamekasan ada beberapa kebudayaan seperti, tradisi Karapan Sapi (balap sapi), Sapi Sonok (pengantin sapi), semalam di Madura yang dilaksanakan di jantung kota Pamekasan, yang dikenal dengan monumen Arek Lancor, dan tradisi Roka Tasek (Petik laut). Dari segi seni pertunjukan diantaranya, tari pecot, tari samper nyecceng, tari changgak, tari rondhing, tari mekar sareh, tari sekar kedaton, tari topeng ghetak, tari samman, gamelan tabuan kenek, remo mekkasa, sronin, dan ol-dhaol, dari segi kriya yaitu Batik Tulis. Dan tempat-tempat wisata serta situs peninggalan sejarah di Pamekasan, diantaranya candi Burung, situs makam Batu Ampar, situs Pengeran Ronggo Sukawati, Makam Kyai Ratoh Sumber Anyar, Vihara Avalokitesara, Pasar Batik Jokotole, Pantai Batu Kerbuy, kekayaan Seni Budaya Kabupaten Pamekasan ini dirangkum di Museum Umum Mandhilaras.

Museum Mandhilaras merupakan museum Pemerintah Daerah kabupaten Pamekasan dibawah kooordinasi Dinas Pemuda Olahraga dan Kebudayaan yang diresmikan pada tanggal 18 maret 2010, museum Mandhilaras terletak di Jl. Cokro Aminoto No.1 Pamekasan, atau terletak di area alun-alun monumen Arek Lancor Pamekasan, menyajikan berbagai kekayaan seni budaya tradisional kabupaten Pamekasan serta peninggalan-peninggalan sejarah kabupaten Pamekasan. Menurut (Kamus Besar Bahasa Indonesia 2003:766), Museum adalah gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap, benda-benda yang patut perhatian umum, seperti peninggalan sejarah, seni dan ilmu, tempat penyimpanan barang kuno. Tujuan didirikannya museum Mandhilaras antara lain untuk mengumpulkan, melestarikan dan membina warisan budaya (Madura) yang selanjutnya disajikan kepada umum. Dalam perkembangannya kemudian dimanfaatkan sebagai obyek penelitian, obyek penikmatan seni sekaligus sebagai objek wisata. Pengumpulan koleksi sampai saat ini dilakukan sesuai dengan kondisi keperluan dan kemampuan dana yang tersedia. Namun keberadaan museum Mandhilaras ini kurang dikenal masyarakat khususnya masyarakat kabupaten Pamekasan, disamping faktor kekurangfahaman masyarakat terhadap fungsi dan tujuan pengadaan museum, masyarakat Pamekasan dinilai masi kurang faham akan lokasi museum Mandhilaras, selama ini media promosi yang digunakan hanya Katalog berbentuk leaflet yang memang dinilai kurang efektif untuk media promosi museum Mandhilaras yang masi baru pengadaannya. dibutuhkan berbagai bentuk usaha media untuk mempromosikan museum Mandhilaras kepada masyarakat Pamekasan khususnya.

Mengingat fungsi dan tujuan dari museum, untuk itu penulis meneliti perancangan desain media promosi museum Mandhilaras di Kabupaten Pamekasan.

KAJIAN PUSTAKA

Menurut (Adityawan, 2010:25-26), desain grafis adalah proses merancang gambar atau bentuk-bentuk visual dwimatra (dua dimensi) untuk kepentingan proses komunikasi yang fungsional dan efektif. Tiga fungsi utama desain grafis menurut Livingston adalah fungsi persuasi, fungsi informasi, dan fungsi instruksi. Jadi sebelum melkukan visualisasi sebuah karya, perlu pemecahan masalah dengan suatu perancangan dan pemecahan sebuah masalah. (Adityawan, 2010:20) juga menjelaskan desain merupakan sebuah pemecahan masalahyang fungsional dan komunikatif. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa istilah desain merupakan tahapan dan rencana yang dibuat sebelum melakukan pembuatan karya visual.

Menurut (Susanto, 2011:102), *Desain grafis* adalah sebuah rancangan maupun karya desain yang menggunakan media grafis/tulisan (sekarang lebih luasnya komunikasi visual), karena bukan hanya tulisan yang digarap, untuk kepentingan-kepentingan mengkomunikasikan informasi tertentu dalam bentuk visual, hal ini berguna untuk kepentingan promosi, iklan, publikasi maupun layanan lainnya.

Dalam ruang lingkup pembahasan mengenai desain grafis, tidaklah lepas kaitannya dengan ilmu *Desain Komunikasi Visual*, yang biasa kita kenal sebagai DKV, karena dibalik tujuan perancangan, atau mendesain ada tujuan untuk menyampaikan pesan secara visual kepada penerima pesan.

Menurut (Oemar, 2003:1), *Desain Komunikasi Visual* merupakan salah satu bidang desain yang kegiatan perancangannya berkaitan dengan kepentingan penyebaran informasi / pesan melalui media visual atau rupa yang mempunyai tampilan yang komunikatif dan estetis. Informasi yang disampaikan ditujukan kepada khalayak sasaran yang bersifat masal atau kelompok pemirsas yang didasarkan pada kriteria tertentu.

Struktur Pesan Dalam Desain Komunikasi Visual

Naskah atau teks merupakan rangkaian pesan yang terdiri dari beberapa unsure pokok, yaitu : *Headline*, *Subheadline*, dan *Bodycopy*. Kemudian unsure lain sebagai pendukung dapat berupa : Slogan dan Splash. (Oemar, 2003:8).

Promosi

Menurut (Kamus besar bahasa indonesia, 2003:726), Media adalah alat(sarana) komunikasi. bentuk jamak dari kata medium. Dalam ilmu komunikasi, media bisa diartikan sebagai saluran, sarana penghubung, dan ala-alat komunikasi. Kalimat media sebenarnya berasal dari bahasa latin yang secara harafiah mempunyai arti perantara atau pengantar. Media Promosi adalah sarana yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu produk/jasa/image/perusahaan ataupun yang lain untuk

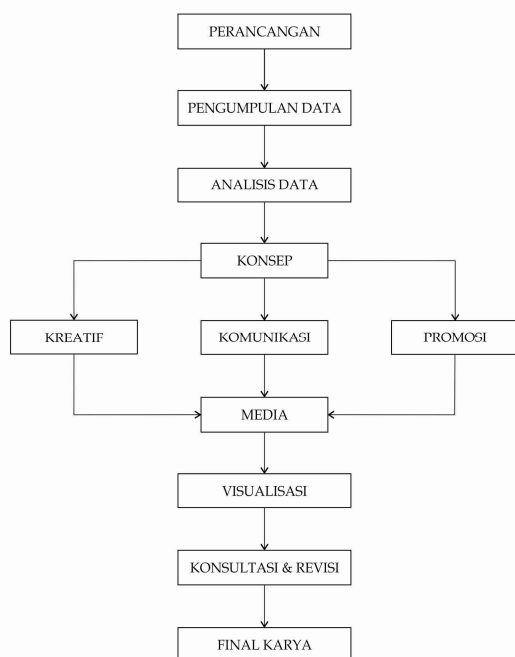
dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Dimana dengan promosi ini diharapkan seseorang bisa mengetahui, mengakui, memiliki, dan mengikatkan diri pada suatu barang/ jasa/ produk/ image/ perusahaan yang menjadi sasarannya. Salah satu bagian penting dari promosi adalah menentukan media promosi yang paling tepat. Misalnya Surat Kabar, Televisi, Radio, Majalah, dan lain-lain.

METODE

Jenis penelitian yaitu Penelitian kualitatif, penelitian penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, perspsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistic dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa (Moleong 2008 : 6). Data deskriptif yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka artinya hasil penelitian dilakukan apa adanya atau seperti keadaan sebenarnya. Dengan demikian laporan akan berisi kesimpulan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Dalam penelitian ini, proses perancangan media promosi museum Mandhilaras memerlukan data yang akurat untuk analisa dalam mendukung konsep yang melandasi pembuatan desain.

Penelitian ini dilaksanakan di museum Mandhilaras di Kabupaten Pamekasan, yang beralamatkan di Jl. Cokro Aminoto No.1 Kabupaten Pamekasan. Objek dalam penelitian ini adalah katalog berbentuk leaflet sebagai media promosi museum yang selama ini digunakan.

Adapun beberapa langkah dalam perancangan media promosi museum Mandhilaras kabupaten Pamekasan ini adalah:



Mengumpulkan semua data yang diperlukan melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1) Analisis

Menganalisis semua data yang telah masuk sehingga dapat diperoleh langkah-langkah munculnya konsep Media promosi yang akan dibuat.

2) Konsep

Konsep untuk merancang media promosi yang tepat diambil dari data yang telah dianalisis sehingga tercipta desain yang menarik.

3) Visualisasi

Visualisasi dilakukan melalui proses *sketch thumbnail* yaitu coretan-coretan rancangan kasar pada kertas, bisa juga digunakan untuk menghasilkan ide dalam sebuah proses *hybrida* (gabungan antara penggunaan komputer dan goresan tangan) yang selanjutnya didiskusikan untuk mencari karya terbaik yang tepat sasaran.

4) Konsultasi dan Revisi

Setelah proses visualisasi selesai, karya desain akan didiskusikan dan dilakukan revisi.

5) Final desain

Pembuatan final desain yang telah direvisi kemudian diproduksi dan akan diserahkan kepada museum Mandhilaras kabupaten Pamekasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis data

Analisis SWOT

1) Keunggulan (*Strength*)

Keunggulan dari museum Mandhilaras ini adalah museum didirikan sebagai sarana pendidikan sejarah dan budaya Madura khususnya Pamekasan, dimana museum Mandhilaras memiliki koleksi batik terpanjang yang berhasil meraih rekor MURI Indonesia sebagai batik terpanjang, dan kitab-kitab kuno sejarah kabupaten Pamekasan, pusaka keris, tombak, dan kendaraan tradisional seperti Dokar, dan barang-barang tradisional asli Pamekasan, seperti perlengkapan alat dapur, alat rumah tangga, alat musik serta mainan tradisional anak. Dan akses masuk yang sangat mudah dengan tidak memungut tarif untuk berkunjung ke museum Mandhilaras dengan tujuan memudahkan pada semua kalangan masyarakat untuk berkunjung ke museum Mandhilaras, tanpa harus memandang kondisi ekonomi, perbedaan usia, jenis kelamin dan tingkat pendidikan. Jika dibandingkan dengan museum lainnya di kabupaten Sumenep, Sampang dan Bangkalan.

2) Kelemahan (*Weaknes*)

Kelemahan dari museum Mandhilaras adalah bangunan yang kurang luas masi terbilang kecil untuk ukuran museum umum, serta media promosi yang digunakan hanya bisa ditemui ketika berkunjung ke museum Mandhilaras. serta jumlah barang koleksi yang terbilang sedikit, hal itu juga dipengaruhi oleh pengadaan museum yang terbilang baru adanya.

3) Peluang (*Opportunity*)

Peluang dari museum Mandhilaras adalah mengenai pendidikan sejarah, keurbakalaan dan seni budaya yang diterapkan disetiap lembaga pendidikan, agar mereka dapat mengetahui secara langsung terhadap benda-benda peninggalan sejarah dan budaya asli Madura khususnya Pamekasan.

4) Ancaman (*Threat*)

Anacaman dari museum Mandhilaras adalah museum yang terdapat dari ketiga kabupaten lainnya di wilayah Madura yaitu, museum Kerator di kabupaten Sumenep, museum Trunojoyo di kabupaten Sampang, museum di kabupaten Bangkalan, yang juga pada umumnya menyajikan barang-brang tradisional Madura, dan juga telah memulai pengadaan museum terlebih dahulu sebelum pengadaan museum Mandhilaras di kabupaten Pamekasan.

USP (*Unique Selling Proporsition*)

Keunikan disini adalah keunikan dari museum Mandhilaras itu sendiri, terdapat peninggalan-peninggalan kerajaan Ronggo sukowati, yang menjadi sejarah asal usul terbentuknya kabupaten Pamekasan, dan dari segi letak museum, yang berada tepat di jantung kota Pamekasan yaitu di area alaun-alun monumen Arek Lancor, dengan begitu masyarakat dimudahkan untuk berkunjung ke museum Mandhilaras, museum Mandhilaras juga menjadi tempat kegiatan seni budaya, seperti lomba dan acara pameran seni lainnya.

B. Perancangan

Konsep Komunikasi Periklanan

1) Tujuan komunikasi periklanan

Perancangan media promosi ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat khususnya Pamekasan agar paham akan museum Mandhilaras berada serta memberikan informasi tentang fungsi dan tujuan dari pengadaan museum Madhilaras.

2) Strategi Komunikasi Periklanan

Dalam perancangan media promosi museum Mandhilaras ini, penulis memberikan informasi tentang fungsi dan tujuan pengadaan museum pada umumnya secara singkat namun mudah dipahami dan menampilkan bentuk bangunan asli museum, guna memberikan pesan visual kepada masyarakat Pamekasan tentang lokasi keberadaan museum Mandhilaras, selain secara tulisan dalam pemberian alamat lokasi museum Mandhilaras berada, dan di rancang dengan bentuk yang sedrhana namun mudah dipahami yang tentunya disesuaikan dengan karakteristik masyarakat Pamekasan. Jenis media yang digunakan meliputi:

- Katalog, sebagai fasilitas tambahan dalam memberikan informasi secara lebih terperinci tentang barang koleksi museum Mandhilaras, dan akan ditempatnkan di museum Mandhilaras.
- Brosur, akan ditempatkan di museum Mandhilaras, yang nantinya akan diberikan kepada setiap pengunjung yang datang setelah mengisi daftar hadir pengunjung museum, dan

juga akan ditempatkan dikantor DISPORABUD kabupaten Pamekasan dan Kantor Dewan Kesenian kabupaten Pamekasan.

- Banner, Banner disini adalah standing banner yang akan dipasang dimuseum Mandhilaras, kantor DISPORABUD dan Dewan Kesenian kabupaten Pamekasan.
- Poster, akan dipasang dimuseum Mandhilaras, kantor DISPORABUD kabupaten Pamekasan, kantor Dewan Kesenian kabupaten pamekasan, Lembaga-lembagai pendidikan baik swasta maupun negeri.
- Billboard, akan dipasang didaerah-daerah yang strategis, diutamakan didaerah jalan raya kota Pamekasan.

Respon yang diharapkan dari perancangan media promosi ini adalah masyarakat khususnya Pamekasan tahu akan pengadaan museum Mandhilaras serta fungsi dan tujuan museum pada umumnya.

Konsep Media

Berdasarkan dari analisis data dan uraian konsep perancangan, peneliti akhirnya dapat menentukan konsep visual desain media promosi serta karakteristik sasaran promosi dari museum Madhilaras di kabupaten Pamekasan, yaitu:

1) Konsep visual desain :

Konsep visual desain media promosi akan mengacu pada pemberian informasi lokasi keberadaan museum Mandhilaras di kabupaten Pamekasan dan juga tentang fungsi dan tujuan pengadaan museum. Bentuk bangunan Asli dari museum akan ditampilkan sebagai pesan visual dari informasi lokasi museum Mandhilaras kabupaten Pamekasan.

2) Karakteristik sasaran promosi

(1) Aspek Demografis

- Jeni kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Umur : 4 tahun keatas.
- Pendidikan : PAUD, TK, SD, SMP, SMA dan Perguruan tinggi.
- Pekerjaan : pelajar, Mahasiswa, Buruh, PNS, Karyawan, Wiraswasta.

(2) Aspek Psikografis

- Aktifitas : Masyarakat dengan aktifitas keseharian diluar pekerjaan rutin.
- Interest : Masyarakat yang peduli terhadap pentingnya merawat serta peduli terhadap kelestarian budaya asli kabupaten Pamekasan.
- Opini : Masyarakat umum dan Masyarakat kabupaten Pamekasan khususnya menyambut baik pengadaan fasilitas museum Mandhilaras.

(3) Aspek Geografis

Segmentasi geografis untuk media promosi museum Mandhilaras adalah masyarakat yang tinggal di kabupaten Pamekasan dan sekitarnya.

Konsep Kreatif/Desain

Berdasarkan hasil analisis data dan uraian konsep perancangan maka peneliti menentukan konsep kreatif desain sebagai berikut :

1) Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dari desain media promosi yang akan dibuat meliputi:

- a) Memberikan informasi kepada masyarakat tentang lokasi keberadaan museum Maandhilaras berada serta memberikan informasi tentang fungsi dan tujuan pengadaan museum
- b) Menciptakan media promosi dengan pesan visual dan verbal yang mudah dipahami yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat kabupaten Pamekasan.

2) Strategi Kreatif

a) Tema Desain

Tema yang digunakan dalam media promosi museum Mandhilaras adalah "museum sebagai sarana pendidikan dan wisata budaya". Tema pokok ini diterapkan pada setiap media dalam pengaplikasiannya.

b) Alasan Pemilihan Tema Desain

Alasan pemilihan tema "museum sebagai sarana pendidikan dan wisata budaya" dipilih agar masyarakat memahami fungsi lain museum disamping museum sebagai tempat menyimpan, merawat, menjaga dan melestarikan situs peninggalan sejarah, museum juga sebagai sarana rujukan pendidikan sejarah dan kebudayaan serta museum sebagai sarana wisata cagar budaya.

c) Pesan Verbal

Pesan verbal yang digunakan dalam media promosi ini adalah memberikan informasi bahwa pentingnya menjaga, merawat dan melestarikan situs peninggalan sejarah secara estafet dan juga pemberian pesan kepada masyarakat pentingnya sarana fasilitas museum. Informasi lain yang diutamakan dalam media promosi ini adalah alamat museum Mandhilaras.

d) Pesan Visual

dalam media promosi museum Mandhilaras ini, pesan visual yang ditampilkan adalah bentuk asli bangunan museum Mandhilaras, yang segmentasinya kepada masyarakat kabupaten Pamekasan yang buta huruf dan sulit membaca agar mudah memahami lokasi keberadaan museum Mandhilaras.

C. Visualisasi Karya

Desain media promosi yang akan dibuat antarlain: Katalog, Brosur, Banner, Poster dan Billboard, yang akan dirancang menjadi 2 alternatif desain disetiap medianya.

1. Katalog : Katalog merupakan daftar item atau elititas lengkap dalam sebuah pameran merupakan salah satu media publikasi pameran, dalam berbagai bentuk digital maupun cetakan, selain itu beberapa fungsi katalog adalah sebagai refresensi tekstual, dokumentasi dan buah tangan, (Susanto, 2011:217).
2. Brosur : Brosur adalah Pamflet atau; *booklet* atau selebaran, surat edaran dan informasi yang berisi berita atau propaganda. (Mikke Susanto 2011:64).
3. Banner : Banner adalah sejenis spanduk yang berisi huruf atau pesan-pesan tertentu dan dipasang di

berbagai lokasi, banner juga menjadi nama seperangkat lunak computer untuk membuat berbagai komposisi huruf untuk Spanduk, Poster atau Papan informasi, istilah banner juga dipakai untuk membuat pesan pelengkap desain iklan yang bersifat mempertegas misi penyampaian informasi, banner pada umumnya pada umumnya dibuat dengan huruf-huruf besar dan menarik. (Susanto, 2011:48)

4. Poster : Poster adalah karya seni yang tergolong dalam seni pakai yang berfungsi menunjang sarana promosi barang atau jasa termasuk untuk propaganda ide-ide, poster berbentuk 2 dimensi, biasanya bergambar dan dicetak sebanyak mungkin serta biasanya memakai bahan kertas dan enamel.

5. Billboard : Billboard adalah papan nama; papan promosi; papan reklame; papan yang berisi pesan atau visualisasi iklan, pada umumnya diletakkan ditempat strategis yang banyak dikunjungi orang tempat terbuka.

D. Validasi Desain

Dalam perancangan karya desain grafis periklanan museum Mandhilaras kabupaten Pamekasan, visualisasi desain diujikan kepada beberapa validator untuk mengetahui kekurangan pada desain, sehingga desain bisa direvisi dan layak digunakan sebagaimana mestinya.

Validator dalam tahap validasi desain media promosi museum Mandhilaras ini berjumlah 2 orang validator, diantaranya:

1. M.Rois Abidin, S.pd., M.pd beliau merupakan salah satu dosen di UNESA (Universitas Negeri Surabaya) jurusan Desain grafis.
2. Abdullah Anshori merupakan salah satu seniman senior dikabupaten Pamekasan, dimana beliau sudah sering berkecimpung dalam pameran-pameran seni khususnya dalam bidang desain grafis.

Hasil dari Validasi ini merujuk pada proses untuk merevisi hasil desain terpilih yang nantinya akan memberikan hasil lebih pada final desain media promosi yang dirancang. Berikut merupakan hasil validasi :

Menurut M.Rois Abidin, S.pd., M.pd secara garis besar yaitu, pertama, ilustrasi gambar pada desain media promosi yang dirancang, pada umumnya kurang unik, kedua, kurangnya penataan keterangan atau tulisan-tulisan dalam desain media promosi, sehingga menimbulkan kurang seimbang dalam isinya, ketiga, pemilihan warna serta ukuran font tulisan dan background kurang kontras sehingga kurang efektif dalam pembacaan, keempat, konsistensi penggunaan typho standart dari museum Mandhilaras. Dan memberikan kesimpulan desain media promosi yang dirancang layak digunakan dengan banyak revisi.

Menurut Abdullah Anshori secara garis besar yaitu pertama, kontras warna antara tulisan dan background kurang kontras cenderung lemah, kurang kuat, kedua, tidak perlu menyertakan banyak jenis

keterangan museum Mandhilaras, sehingga nantinya mengakibatkan kurang efektif dalam segi pembacaannya, menimbulkan kesan bertele-tele. Ketiga, desain pengilustrasian gambar cukup unik. Dan memberikan kesimpulan bahwa desain layak untuk digunakan dengan sedikit revisi.

PENUTUP

Simpulan

Berikut ini adalah kesimpulan hasil penelitian berdasarkan rumusan masalah dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, yaitu :

1. Bahwa desain media promosi periklanan yang baik menurut ilmu desain grafis memiliki beberapa kriteria, diantaranya, 1.*Simpel*, berarti harus sederhana dapat dimengerti dengan hanya sekali lihat, pengertian simple dapat diartikan tidak banyak elemen dan komunikatif. Komunikatif berarti mempunyai kekuatan untuk mengajak berkomunikasi, 2.*Tak terduga*, sebuah iklan harus tidak terduga, unik dapat menempatkan diri dalam benak pikiran masyarakat, iklan yang tak terduga akan jauh lebih di ingat oleh masyarakat, lebih dihargai dan akhirnya akan menjadi top of mind, paling tidak dalam segmennya, 3.*Persuasive*, sebuah iklan harus meyakinkan, daya bujuk mempunyai pengaruh untuk membujuk orang untuk melakukan sesuai keinginan dalam iklan tersebut dan tertarik untuk mencobanya, 4.*Entertaining*, sebuah iklan harus menghibur, menghibur tidak harus selalu lucu tetapi mempunyai arti yang lebih luas yaitu memainkan emosi audience, 5.*Relevant*, sebuah iklan harus saling berhubungan dengan perusahaan atau lembaga yang akan dipromosikan, 6.*Acceptable*, sebuah iklan harus bisa diterima secara pribadi, 7. *Tepat sasaran*, sebuah iklan atau media promosi harus melihat karakteristik sasaran promosi dan dimana iklan itu akan dipasang, agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, dengan memperhatikan beberapa aspek, diantaranya aspek Demografis, aspek Psikografis dan aspek Geografis.

2. Perancangan desain media promosi untuk museum Mandhilaras adalah 5 bentuk media promosi, diantaranya : Katalog, Brosur, Banner, Brosur, dan Billboard. Kelima media promosi ini, ditentukan dengan menyesuaikan fungsi dan tujuan dari bentuk media promosi tersebut dan disesuaikan dengan opini masyarakat kabupaten Pamekasan tentang museum Mandhilaras. Perancangan desain media promosi museum Mandhilaras dirancang dengan mengacu pada kriteria desain media promosi yang baik menurut ilmu desain grafis dan memiliki konsep sederhana. Desain media promosi ini menggunakan komposisi layout keseimbangan asimetris, konsep ini menggunakan tema “Menumbuhkan minat masyarakat tentang fungsi dan

tujuan pengadaan museum”, tema ini ditentukan dengan menyesuaikan atas fenomena yang terjadi dikalangan masyarakat pamekasan khususnya, yang memiliki maksud untuk mengubah pola pikir masyarakat selama ini, dimana mereka beranggapan bahwa fungsi museum hanya sebagai tempat penyimpanan benda-benda bersejarah, namun fungsi yang lebih penting, bahwa museum adalah sebagai sarana rujukan pendidikan sejarah dan kepurbakalaan serta sebagai salah satu tempat kunjungan wisata budaya daerah, yang selama ini fungsi dan tujuan pengadaan museum tersebut kurang difahami oleh masyarakat pamekasan khususnya. Selain berbagai informasi tentang museum Mandhilaras yang ditampilkan, dalam media promosi ini menekankan pada tampilan bentuk bangunan museum Mandhilaras, dan lingkungan sekitar museum, yang bertujuan untuk menunjukkan kepada masyarakat Pamekasan dimana letak museum Mandhilaras berada secara visual, hal ini disebabkan selain kurang faham mereka tentang fungsi dan tujuan pengadaan museum, masyarakat Pamekasan sebagian besar juga kurang faham dimana letak museum Mandhilaras.

Saran

Untuk lebih menarik para pengunjung diharapkan museum Mandhilaras untuk lebih meningkatkan kualitas kenyamanan dan pelayanan kepada pengunjung khususnya, dan diharapkan untuk lebih membentuk ciri yang khas baik dari penataan dan display koleksi museum dan pelayanan, yang nantinya dapat berfungsi sebagai identitas yang khas bagi museum Mandhilaras dan untuk para pemuda khususnya adalah menghimbau untuk ikut serta secara estafet dalam melestarikan dan mengembangkan potensi budaya daerah kita.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmajasari, Magdalena. 1997. *Studi periklanan dalam perspektif komunikasi pemasaran* UMM Press.
- Couto, Nasbahry. 2004. Psikologi Perspsi dalam *Desain Komunikasi Visual*.
- Lexy J. Moleong. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif* edisi revisi Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset
- Oemar, eko A.B. 2003. *Desain Komunikasi Visual* . Surabaya :UNESA University Press.
- Susanto, Mikke. Tanpa tahun. *Diksi rupa : kumpulan istilah dan gerakan senirupa*.