

PERANCANGAN MEDIA INFORMASI INTERAKTIF DAN GRAFIS LINGKUNGAN MUSEUM POS INDONESIA BANDUNG

DESIGN OF INTERACTIVE INFORMATION MEDIA AND ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN FOR MUSEUM POS INDONESIA BANDUNG

Vina Medina Prilia Hamid¹, Novian Denny Nugraha, S.Sn., M.Sn.²,
Dimas Krisna Aditya, S.IP., M.Sn.³

¹Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
¹vinamedina@student.telkomuniversity.ac.id, ²dennynugraha@telkomuniversity.com,
³deedeeaditya@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Museum Pos Indonesia yang berada di kota Bandung ini merupakan museum yang memiliki koleksi perangko dari berbagai negara dan juga dilengkapi dengan sejarah serta koleksi benda pos bersejarah. Banyak sekali potensi serta informasi yang dapat kita peroleh ketika mengunjungi Museum Pos Indonesia, tetapi kurangnya kepedulian penyediaan informasi menjadikan informasi tidak tersampaikan dan sia-sia. Dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa metode wawancara dan observasi dengan pihak terkait, diharapkan informasi dapat menunjang proses perancangan dengan sebenarnya. Metode yang digunakan untuk menganalisis data menggunakan metode analisis SWOT sehingga perancangan tercapai sesuai dengan target sasaran. Media yang digunakan yaitu media informasi interaktif berupa motion grafis untuk anak usia 11-15 tahun yang merupakan pengunjung terbanyak dari Museum Pos Indonesia agar dapat memberikan edukasi serta informasi tentang sejarah perposan di Indonesia yang sebagaimana adalah fondasi komunikasi jarak jauh yang akhirnya berkembang hingga sekarang. Dengan penyediaan informasi menggunakan motion grafis diharapkan informasi bisa lebih menarik sehingga meningkatkan antusiasme pengunjung untuk mengetahuinya. Dengan menggunakan media tersebut diharapkan target dapat memperoleh informasi yang mudah dimengerti sehingga menjadikannya wawasan baru tentang sejarah perposan di Indonesia yang merupakan salah satu informasi penting dari Museum Pos Indonesia.

Kata kunci : Museum Pos Indonesia, interaktif, motion grafis, sejarah perposan Indonesia

Abstract

Museum Pos Indonesia in the city of Bandung is a museum that has a collection of stamps from various countries and is also equipped with a history and collection of historic postal objects. There is a lot of potential and information that we can get when visiting the Museum Pos Indonesia, but the lack of concern about providing information makes information not conveyed and is useless. By using the data collection method in the form of interviews and observations with related parties, information is expected to support the design process properly. The method used to analyse data using the SWOT analysis method so that the design is achieved in accordance with the target audience. The media used are interactive information media in the form of motion graphics for children aged 11-15 years who are the most visitors of the Museum Pos Indonesia in order to be able to provide education and information about the history of exposure in Indonesia as is the foundation of long-distance communication that has finally developed to the present. By providing information using motion graphics, it is expected that information can be more interesting, thereby increasing visitor enthusiasm to find out. By using this media, it is expected that the target will be able to obtain information that is easy to understand so that it makes new insights about the history of the postings in Indonesia, which is one of the important information from the Pos Indonesia Museum.

Keywords: Museum Pos Indonesia, interactive, motion graphics, Indonesian postal history

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Museum Pos Indonesia merupakan museum yang memiliki koleksi perangko dari berbagai negara dan juga dilengkapi dengan benda-benda pos bersejarah. Terletak di Jalan Cilaki No. 73 Bandung, Jawa Barat Museum Pos Indonesia didirikan pada tahun 1933. Museum memiliki luas gedung 700 m², dan berdiri tegak di atas lahan tanah seluas ± 706 m². Pada awalnya museum Pos Indonesia memiliki nama Pos Telegraf dan Telepon (PTT) yang di berikan oleh pendesain Gedung museum ini yaitu arsitek J. Berger dan Leutdsgebouwdiens.

Ketika perpindahan kekuasaan Indonesia dari tangan Belanda ke Jepang, Museum PTT dan koleksi benda pada museum ini sangat tidak terawat dan diabaikan. Setelah Indonesia merdeka pun, museum ini tidak kunjung diperbaiki dan barang koleksi museum dibiarkan terbengkalai. Hingga pada tahun 1980, Perum Pos dan Giro mengambil inisiatif untuk membentuk panitia yang ditujukan untuk memperbaiki dan merawat benda-benda koleksi museum yang bernilai tinggi.

Dengan memiliki ribuan perangko dari seluruh dunia, koleksi sejarah seperti surat emas raja-raja, dan juga koleksi peralatan pos menjadi daya Tarik dari Museum ini. Disini juga kita dapat mengetahui tentang perjalanan komunikasi yang terjadi pada zaman dahulu. Museum ini juga menyediakan ruang edukasi masyarakat tentang pengembangan sosio-kultur di bidang layanan pos. Masyarakat dapat melakukan praktek langsung tentang proses pengiriman surat yang dapat menjadi sebuah pengalaman bagi pengunjung itu sendiri.

Banyak sekali potensi yang terdapat dalam Museum Pos Indonesia dengan banyaknya koleksi dimiliki yang dapat mengedukasi perihal perkembangan pos di Indonesia serta benda-benda sejarah yang dimiliki. Mengetahui surat-menyurat dan pos merupakan bagian dari sejarah berkembang komunikasi di Indonesia, maka dari itu masyarakat perlu mengetahui hal tersebut dan dapat mengedukasi perihal pos itu sendiri.

Tahun ke tahun, Museum Pos Indonesia semakin kurang diminati untuk dikunjungi. Di tahun 2017 pengunjung dicatat sebanyak 83.288, di tahun 2018 mengalami peningkatan sebanyak kurang lebih 1000 pengunjung dengan jumlah 84.583. Tetapi pada tahun 2019 jumlah pengunjung mengalami penurunan drastik dengan jumlah 66.039. Rata-rata pengunjung museum adalah anak Sekolah dasar dan sekolah menengah, untuk pengunjung perorangan tidak begitu banyak.

Museum Pos Indonesia menjadi salah satu destinasi wisata museum di Bandung yang masih diminati oleh masyarakat. Berdasarkan isu yang didapatkan, museum ini masih kurang informatif sehingga pengunjung kurang mengerti akan maksud benda yang ada di museum. Hasil dari observasi pribadi, museum pos Indonesia sudah menyediakan informasi tentang benda dan koleksi didalamnya, tetapi informasi tidak terlihat dan menarik perhatian pengunjung sehingga terlewat. Sangat disayangkan pengunjung akhirnya kurang memahami dan tidak mendapatkan informasi yang semestinya ketika mengunjungi museum. Keberadaan digitalpun belum digunakan sama sekali oleh museum yang sebagaimana kita tahu bahwa sekarang merupakan era digitalisasi. Dengan hal tersebut menyebabkan antusiasme pengunjungpun menjadi kurang.

Dengan fenomena tersebut, penulis tertarik untuk merancang media informasi interaktif untuk Museum Pos Indonesia dan grafis lingkungan agar informasi yang tersedia di museum tersampaikan dan dapat juga menarik perhatian masyarakat untuk mengunjungi museum tersebut.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Keberadaan informasi yang tidak terlihat sehingga pengunjung tidak mendapatkan informasi tentang sejarah, benda, dan koleksi Museum Pos Indonesia sebagaimana mestinya.
2. Kurangnya antusiasme pengunjung ketika mengunjungi Museum Pos Indonesia karena belum menggunakan digitalisasi yang merupakan salah satu daya tarik ketika berkunjung ke museum.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah dalam perancangan ini:

1. Bagaimana cara merancang media informasi interaktif sehingga dapat menarik perhatian dan informasi yang disediakan untuk pengunjung yang mendatangi Museum Pos Indonesia?
2. Bagaimana cara merancang grafis lingkungan yang sesuai dengan Museum Pos Indonesia?

1.3 Tujuan Perancangan

Berikut tujuan dari perancangan ini:

1. Agar pengunjung memperoleh informasi yang tersedia di dalam museum sebagaimana mestinya dan informasi dapat tersampaikan dengan baik sehingga informasi tersebut dapat mengedukasi pengunjung mengenai pos di Indonesia.
2. Pengunjung lebih tertarik dan antusias untuk mengunjungi Museum Pos Indonesia yang kita ketahui bahwa museum merupakan tempat wisata edukatif yang dapat memberikan informasi kepada orang-orang yang berkunjung.

1.4 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

Dalam melakukan penelitian ini, penulis mengumpulkan data dengan menggunakan metode kualitatif yaitu melalui wawancara dan observasi. Penulis melakukan analisis SWOT untuk setiap data yang dikumpulkan, dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman untuk mencapai perancangan yang sesuai dengan tujuan awal.

2. Dasar Pemikiran

Menurut Henricus Kusbiantoro desain merupakan penyesuaian antara seni dan bisnis. Memenuhi keperluan orang banyak untuk memecahkan suatu permasalahan dalam bentuk visual dengan kartakter dan keistimewaan dari segi eksekusi konsep visual ataupun visual teknis. Desain grafis secara ilmu komunikasi merupakan suatu metode penyampaian informasi dalam secara visual berupa teks dan gambar dari komunikator kepada komunikan. Dengan pengetahuan mengenai kebiasaan komunikasi agar informasi yang disajikan cocok dan dapat diproses oleh penerima informasi

Dalam KBBI, media bisa diartikan yaitu alat atau sarana, sedangkan informasi yang berarti penerangan atau pemberitahuan. Secara definisi media informasi dapat diartikan sebagai alat untuk memberikan informasi yang sudah dikumpulkan yang bertujuan agar informasi yang didapat bermanfaat untuk si penerima informasi. Media informasi dibagi menjadi dua bagian yaitu Media Lini Atas yang tidak bersifat langsung kepada audiens dan tidak banyak jumlahnya tetapi jangkauannya lebih luas. Contohnya seperti billboard, dan iklan televisi. Lalu Media Lini Bawah yaitu jangkauannya lebih berfokus pada satu titik atau daerah. Contohnya poster, brosur, sign system.

Menurut Berger dalam bukunya Wayfinding: Designing and Implementing Graphic Navigation bahwa grafis lingkungan adalah macam-macam ruang design yang baik atau system tanda yang diperlukan oleh seluruh populasi bukan sebuah kebutuhan yang terfokuskan pada suatu grup. Grafis lingkungan melingkupi banyak disiplin ilmu yang pastinya grafis, arsitektur, interior, ruang, dan industri desain yang keseluruhannya berkaitan dengan aspek visual yang bertujuan untuk pencarian jalan, komunikasi, identitas, dan informasi yang membentuk sebuah hasil untuk memberikan pengalaman yang menghubungkan orang-orang ke suatu tempat.

Menurut Yongky Safanayong pada buku Desain Komunikasi Visual Terpadu, Proses desain signage system meliputi tahap :

1. Latar belakang/situasi
Diperlukannya visi dan misi dari sebuah tempat tersebut.
2. Identifikasi masalah
3. Analisis
Tahap ini menganalisis tentang
 - Fungsi Signage
 - Klasifikasi jenis sign
Sign orientasi dan informasi
Sign arah
Sign identifikasi
Sign larangan dan perhatian
 - Semiotic
Semantic
Sintaktik
Pragmatic

- Sasaran / public
4. Strategi
- Pendekatan desain
 1. Unsur-unsur grafis : format, warna, typografi, ukuran, symbol, symbol sign (pictogram), pencahayaan.
 - a. Typografi : typeface, typesize, letter / word / line spacing, layout, warna
 - b. Warna : berdasarkan konvensi, spesifik.
Guna untuk mencapai legibility dan readability
 2. Unsur-unsur semiotic :semantic, sintaktik, dan pragmaik
Guna untuk mencapai clarity, simplicity, manageability, dan forcefulness.
 3. Unsur-unsur mekanikal : material, teknologi pembuatan dan pemasangan.
- Pertimbangan dengan anggaran
- Komponen system : interior, eksterior, direktori bangunan.
5. Pembuatan, finishing, dan pemasangan.
- Material
 - Teknik

3. Pembahasan

3.1 Hasil Observasi Lapangan

Berdasarkan hasil observasi penulis saat datang langsung ke Museum Pos Indonesia menghasilkan bahwa museum ini masih sangat kurang dalam menyajikan informasi yang tersedia didalam museum. Diketahui museum merupakan tempat kita mencari informasi yang dikemas secara rekreatif, tetapi museum Pos Indonesia masih belum memperhatikan hal tersebut,. Informasi sudah tersedia tetapi keterbacaan serta keterlihatan informasi yang kurang sehingga terlewat begitu saja.

3.2 Hasil dan Diskusi

Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan perancangan tugas akhir, penulis melakukan wawancara dengan pengelola Museum Pos Indonesia. Hasil wawancara dengan Bapak Zamzam Zamakhsyary Arrazby selaku pengelola museum yang dilakukan secara tidak langsung. Dari wawancara yang dilakukan, penulis bertanya beberapa pertanyaan mengenai museum sebagai data penunjang perancangan. Kesimpulan dari wawancara tersebut yaitu, bahwa ini masih sangat diminati oleh para wisatawan. Pengunjung yang datang perhari sekitar 300 sampai 400 orang. Tetapi penyajian koleksi yang terdapat didalam museum belum sesuai dengan apa yang diinginkan.

Keinginan museum untuk kedepannya ingin jadi museum yang lebih banyak lagi didatangi oleh pengunjung baik dari dalam maupun luar negeri, lebih bisa menjadi sumber informasi, edukasi, dan rekreasi bagi pengunjung, menjadi museum yang diharapkan masyarakat. Museum pos sudah pernah melakukan program edukasi yaitu belajar berkirin surat dengan perangko prisma, dan saat ini sedang melakukan digitalisasi koleksi.

3.3 Analisis Data SWOT

Berdasarkan table SWOT yang sudah diuraikan, strategi dalam perancangan media informasi interaktif dan grafis lingkungan Museum Pos Indonesia, penulis akan menggunakan metode S (Strength) + O (Opportunity). Museum Pos Indonesia merupakan satu-satunya museum perposan yang ada di Bandung dengan menyediakan informasi tentang surat dan pos serta koleksi perangko yang beragam dari berbagai dunia menjadi aset dari museum ini sendiri. Oleh karena itu penyediaan informasi harus di perbaharui dengan menggunakan hal baru yang interaktif sehingga dapat menarik masyarakat untuk berkunjung ke Museum. Seperti yang kita ketahui, Bandung merupakan kota wisata dan Museum Pos Indonesia sudah menjadi salah satu destinasi wisata edukasi yang direkomendasikan untuk dikunjungi. Penyediaan infomasi harus lebih diperhatikan dan mengikuti era sehingga dapat terus menarik perhatian dan juga grafis lingkungan yang layak untuk memperindah museum itu sendiri. Oleh karena itu merancang media informasi interaktif dan juga grafis lingkungan untuk museum pos Indonesia diperlukan untuk memberikan kesan lebih terhadap pengunjung yang datang ke museum.

3.4 Konsep Perancangan

Perancangan ini berawal dari fenomena kurangnya kesadaran pihak Museum Pos Indonesia terhadap informasi yang tidak memperhatikan ketersediaan informasi untuk pengunjung. Sebagaimana diketahui bahwa museum merupakan sarana edukasi bagi seluruh masyarakat. Maka dari itu, penulis akan menampilkan informasi mengenai sejarah pos di Indonesia yang sudah disediakan oleh museum tetapi tidak tersampaikan dengan baik. Dengan menampilkan informasi tersebut, diharapkan pengunjung dapat mengetahui sejarah tentang pos di Indonesia yang merupakan fondasi berkembangnya komunikasi jarak jauh.

Pada perancangan ini, penulis akan merancang media informasi yang interaktif berupa motion grafis sehingga pengunjung tertarik untuk mendapatkan informasi tentang hal tersebut. Diharapkan ketersediaan motion grafis ini dapat menambahkan pengalaman tersendiri bagi pengunjung.

Target sasaran berupa anak sekolah dasar dan menengah pertama usia 11-15 tahun yang merupakan pengunjung terbanyak ke Museum Pos Indonesia serta masih keingintahuannya masih tinggi terhadap segala hal. Anak-anak usia 11-15 tahun cenderung tertarik terhadap visual yang cerah dan sederhana. Penyampaian pesan yang tidak berbelit-belit sehingga mudah dipahami.

Berdasarkan hal tersebut, penulis mendapatkan kata kunci berdasarkan konsep pesan sebagai acuan perancangan media informasi interaktif berupa motion grafis yaitu “sederhana”. Dengan kata kunci ini diharapkan target dapat memahami informasi dengan mudah sehingga mendapatkan maksud dari pesan yang ingin disampaikan.

3.5 Konsep Visual

Dalam perancangan motion grafis ini, menggunakan konsep visual yang disesuaikan dengan target agar pesan dapat tersampaikan sesuai yang diinginkan. Ilustrasi yang akan digunakan yaitu ilustrasi flat design. Dengan menggunakan flat design agar visual dapat terlihat menarik untuk anak-anak karena visualnya seperti animasi kartun. Ilustrasi per adegan dibuat sederhana sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik. Pemilihan warna untuk ilustrasi akan menggunakan warna-warna yang cerah. Dengan menggunakan warna yang cerah untuk menarik perhatian target sehingga menimbulkan antusiasme dalam melihat informasi tersebut.

Dengan konsep tersebut, penulis mencari beberapa referensi sebagai pedoman visual motion grafis yang diinginkan dan sesuai.



Gambar 1. Referensi Warna dan Ilustrasi

Media pendukung berupa signage dan wayfinding akan menggunakan konsep visual yang sederhana. Desain pictogram dikembangkan dari logo pos Indonesia, serta warna juga diambil dari logo tersebut.

	
C : 6%	C : 0%
M : 68%	M : 0%
Y : 100%	Y : 0%
K : 0%	K : 0%

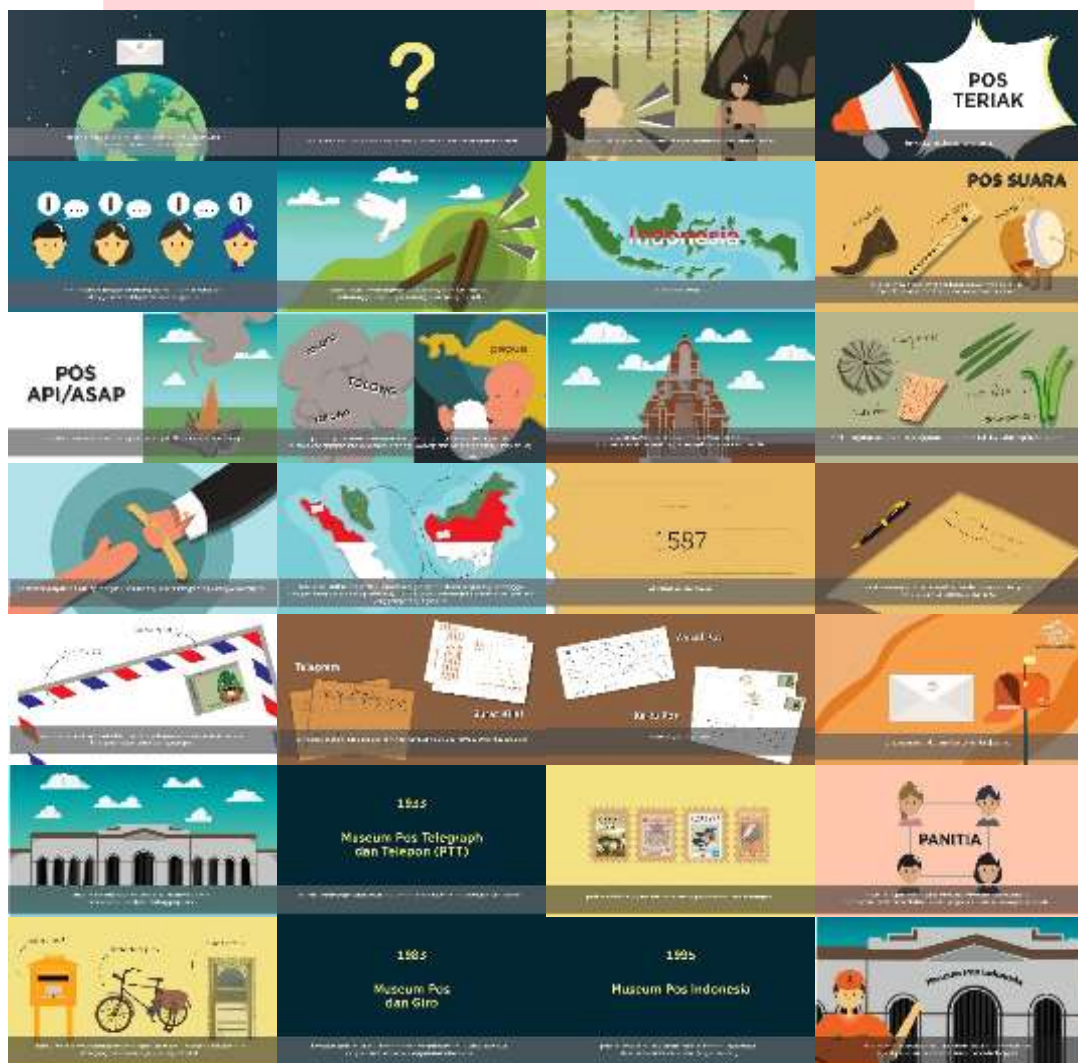
Gambar 2. Skema Warna

3.6 Konsep Media

Media Utama yang digunakan untuk memberikan informasi tentang sejarah pos di berupa motion grafis. Motion grafis ini dirancang agar informasi perihal sejarah pos di Indonesia dapat menarik perhatian dan tersampaikan dengan baik. Dengan tersedianya informasi dalam bentuk motion grafis diharapkan pengunjung mendapatkan pengetahuan mengenai sejarah pos di Indonesia yang merupakan fondasi komunikasi jarak jauh serta memberikan pengalaman tersendiri bagi target berusia 11-15 yang pada era sekarang sudah tidak lagi menggunakan pos. Media Pendukung yang berupa grafis lingkungan yang meliputi Signage, Wayfinding, Information sign

3.7 Hasil Perancangan

Motion grafis yang dirancang penulis merupakan informasi mengenai Sejarah Pos di Indonesia. Dengan menyediakan informasi tersebut diharapkan pengunjung dapat mengetahui tentang informasi tersebut yang merupakan fondasi komunikasi. Ilustrasi dikemas seperti ini disesuaikan dengan target perancangan yaitu anak sekolah dasar dan sekolah menengah atas yang diharapkan dapat menarik perhatian anak-anak.

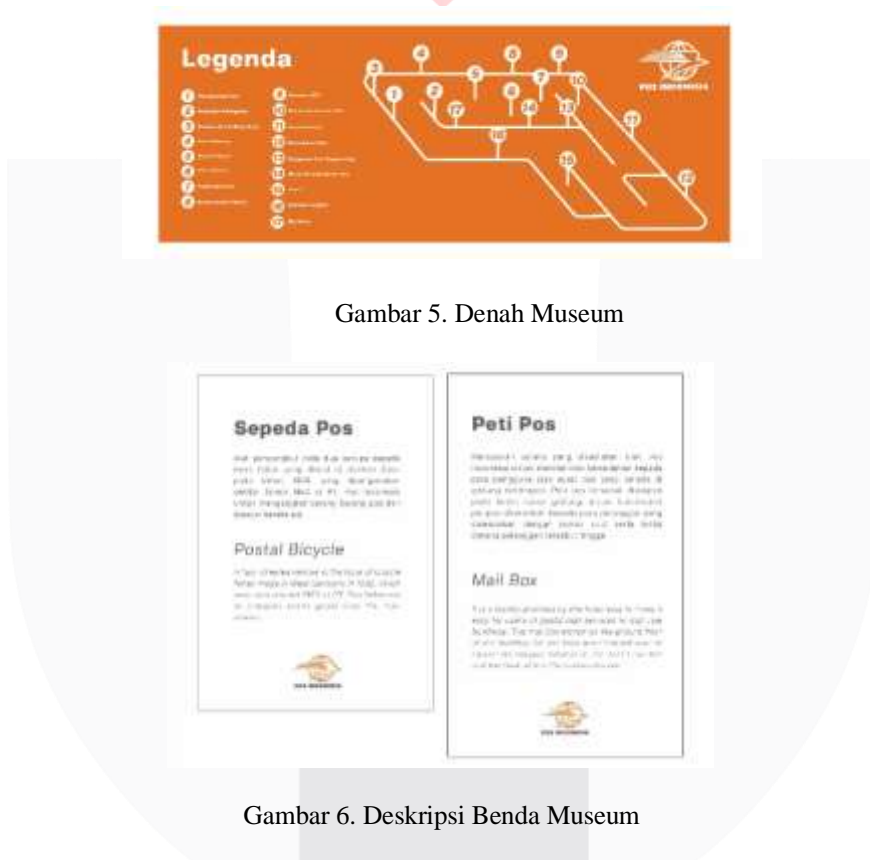


Gambar 3. Story Board Motion Grafis

Media pendukung berupa grafis lingkungan menggunakan konsep yang disesuaikan dengan Pos Indonesia.

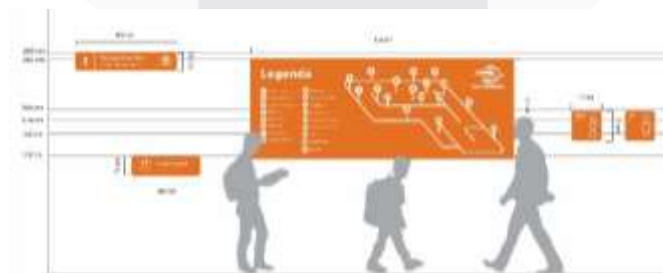


Gambar 4. Grafis Lingkungan Museum Pos Indonesia



Gambar 5. Denah Museum

Gambar 6. Deskripsi Benda Museum



Gambar 7. Ukuran Signage dan Wayfinding

4. Simpulan

Berdasarkan keseluruhan latar belakang yang sudah dipaparkan, bahwa tidak terlihatnya informasi yang disediakan Museum Pos Indonesia sehingga pengunjung tidak mendapatkan informasi yang seharusnya ketika mengunjungi. Dengan mengangkat salah satu informasi yang umum yaitu sejarah perposan di Indonesia diharapkan pengunjung dapat memperoleh wawasan dan edukasi perihal hal tersebut yang merupakan fondasi komunikasi jarak jauh. Target sasaran anak usia 11-15 tahun karena pengunjung terbanyak dari Museum Pos Indonesia adalah anak usia tersebut dan juga target yang merupakan anak sekolah yang masih penasaran dan antusias untuk mendapatkan pengetahuan baru.

Observasi yang dilakukan perihal permasalahan tersebut bahwa memang informasi yang tersedia di Museum tidak terlihat dan juga tidak menarik perhatian sehingga terlewat begitu saja. Oleh karena itu, dengan merancang media informasi interaktif berupa motion grafis diharapkan informasi dapat menarik perhatian sehingga mengedukasi pengunjung yang datang ke Museum.

Seperti yang kita ketahui, museum merupakan sarana informasi dan edukasi untuk pengunjung yang mendatanginya. Dengan merancang motion grafis mengenai sejarah perposan di Indonesia, diharapkan pengunjung dapat memperoleh informasi dengan pengemasan yang lebih menarik sehingga lebih antusias dalam mencari informasi. Pengunjung juga diharapkan mendapatkan wawasan baru perihal hal tersebut.

Daftar Pustaka

- [1] Administrator. 2017, Bandung Planning Gallery, Wisata Edukasi Baru di Bandung. Diakses pada <https://www.pikiran-rakyat.com> (2 Mei 2020, 15:21).
- [2] Asosiasi Museum Indonesia. 2020, Museum Pos Indonesia. Diakses pada <http://asosiasimuseumindonesia.org> (1 Mei 2020, 15:02).
- [3] Calori, C. and Vanden-Eynden, D., 2015. *Signage and wayfinding design: a complete guide to creating environmental graphic design systems*. John Wiley & Sons.
- [4] Ferranda, Ellen. 2020, Sejarah Museum Pos Indonesia Bandung Paling Lengkap. Diakses pada <https://sejarahlengkap.com> (1 Mei 2020, 18:37).
- [5] Ghassani, N.A. and Nugraha, N.D., PERANCANGAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA INFORMASI KUKANG JAWA DI KOTA BANDUNG DESIGN OF MOTION GRAPHIC AS INFORMATION MEDIA OF KUKANG JAWA IN BANDUNG.
- [6] Gibson, D., 2009. *The wayfinding handbook: Information design for public places*. Princeton Architectural Press
- [7] NN. 2014, What is Environmental Graphic Design (EGD)?. Diakses pada <https://segd.org> (2 Mei 2020, 17:12).
- [8] NN. 2020, Pengertian Interaktif. Diakses pada <https://www.pengertianmenurutparaahli.net> (2 Mei 2020, 10:44).
- [9] NN. 2020, Wisata Bandung – Museum Geologi Bandung. Diakses pada <https://anekatempatwisata.com> (2 Mei 2020, 11:54).
- [10] Nurholis, Muhammad. 2012, Pengertian Media. Diakses pada <http://holiskakashi.blogspot.com> (1 Mei 2020, 12:41).
- [11] Putro, Aryo Dwinto, and Syarip Hidayat. "Perancangan Buku Aktivitas Museum Layang-layang Indonesia Untuk Anak Usia 7-12 Tahun." *eProceedings of Art & Design* 5.1 (2018).
- [12] Pridyaputri, A.C. and Aditya, D.K., 2019. Perancangan Media Informasi Pentingnya Memahami Kecerdasan Emosional Remaja. *eProceedings of Art & Design*, 6(3).
- [13] Ramayani, R. and Nugraha, N.D., 2018. Perancangan Wayfinding Dan Signage Objek Wisata Goa Garunggung Bogor. *eProceedings of Art & Design*, 5(3).
- [14] RGD 2010 Partners, 2010. *Access Ability: A Practical Handbook on Accessible Graphic Design*. RGD Ontario.
- [15] Scalvado, G. and Hidayat, S., 2018. Perancangan Motion Graphic Mengenai Toleransi Penganut Adat Karuhun Urang Di Cigugur. *eProceedings of Art & Design*, 5(3).
- [16] Safanayong, Y., 2006. Desain komunikasi visual terpadu. *Jakarta: Arte Intermedia*.
- [17] Sitepu, V., 2006. Panduan Mengenal Desain Grafis. *Diambil dari http://www.belajargrafis.imywebsit*.
- [18] Tinarbuko, I.T.S., 2015. *DEKAVE: Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. CAPS.

Lampiran

Hasil Perancangan Motion Grafis “Sejarah Pos di Indonesia”

<https://bit.ly/2COvs1o>