

# PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MUSEUM SUBANG SEBAGAI UPAYA DALAM MENGENALKAN MUSEUM SUBANG KE ANAK SEKOLAH MENENGAH PERTAMA DI LUAR KABUPATEN SUBANG

Dlia Fakhirah<sup>1</sup>, Riky Azharyandi Siswanto<sup>2</sup>, Diani Apsari<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri kreatif, Univeristas Telkom, Jl. Telekomunikasi. 1, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257

[dliafakhirah@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:dliafakhirah@student.telkomuniversity.ac.id)<sup>1</sup>, [rikysiswanto@telkomuniversity.ac.id](mailto:rikysiswanto@telkomuniversity.ac.id)<sup>2</sup>,

[dianiapsari@telkomuniversity.ac.id](mailto:dianiapsari@telkomuniversity.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak :** Subang merupakan sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Barat. Di Kabupaten Subang terdapat salah satu tempat bersejarah bernama Gedung Wisma Karya. Salah satu bangunan peninggalan kolonial di Subang, Jawa Barat. Gedung Wima Karya beralih fungsi menjadi museum yang berada dibawah pengawasan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Subang. Museum Subang yang menjadi salah satu ikon dan satu-satunya museum di Kabupaten Subang. Museum ini menyimpan koleksi benda bersejarah di Subang dan informasi pengetahuan lainnya. Namun, pengetahuan masyarakat terhadap museum ini masih sangat kurang, khususnya pada remaja. Untuk menyelesaikan permasalahan diatas penulis mengumpulkan data melalui metode observasi , studi literatur, wawancara sumber terkait, dan membagikan kuesioner. Penulis melalukan perancangan menggunakan konsep kreatif dengan menggunakan gaya desain geometri yang mencerminkan sifat remaja yaitu dinamis, kreatif, dan modern. Media yang digunakan penulis pada perancangan ini adalah melalui media digital yaitu sosial media seperti Instagram, tiktok, x dan website. Media cetak yang penulis rancang adalah poster, brosur, x-banner, t-shirt, totebag, stiker dan pin, stationary, maskot, mug, dan notebook dan pulpen. Dengan perancangan Tugas Akhir ini dapat membantu Museum Subang untuk lebih menarik pengunjung sehingga masyarakat dapat mengetahui mengenai keberadaan Museum Subang.

**Kata kunci:** Media Promosi, Museum, Museum Subang, Desain Geometri

**Abstract :** *Subang is a district in West Java Province. In Subang Regency, there is a historical place called the Wisma Karya Building. one of the colonial heritage buildings in Subang, West Java. The Wima Karya building has changed its function to become a museum under the supervision of the Subang Regency Education and Culture Office. The Subang Museum is one of the icons and the only museum in Subang Regency. This museum stores a collection of historical objects in Subang and other scientific information. However, public knowledge of this museum is still very lacking, especially among teenagers. To solve the problems above, the author*

*collected data through observation methods, literature studies, interviews with related sources, and distributing questionnaires. The author carried out the design using a creative concept using a geometric design style that reflects the nature of youth, namely dynamic, creative, and modern. The media used by the author in this design is digital media, namely social media such as Instagram, TikTok, and websites. The print media that the author designed are posters, brochures, x-banner, t-shirts, tote bags, stickers and pins, stationary, mascots, mugs, and notebooks and pens. By designing this final project, it can help the Subang Museum to attract more visitors so that the public can know about the existence of the Subang Museum.*

**Keywords:** *Promotional Media, Museum, Subang Museum, Geometry Design*

## **PENDAHULUAN**

Subang merupakan sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Barat. Di Kabupaten Subang terdapat salah satu tempat bersejarah bernama Gedung Wisma Karya. Gedung Wisma Karya beralih fungsi menjadi museum yang berada dibawah pengawasan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Subang yang diresmikan pada tanggal 14 Maret 2003. Sebelummnya museum ini bernama Museum Daerah Kabupaten Subang yang menjadi salah satu ikon dan satu-satunya museum di Kabupaten Subang. Museum adalah tempat penyimpanan, perawatan, pengamanan, dan pemanfaatan benda bukti material hasil budaya manusia dan hasil budaya alam untuk membantu menjaga dan melestarikan kekayaan budaya negara (PP No.19 Tahun 1999). Museum Subang menjalankan fungsinya sebagai museum yaitu menjadi tempat untuk menghargai, menjaga dan melestarikan budaya, sejarah, serta seni dari benda-benda bersejarah.

Pada tahun 2017 Pemerintah Kabupaten Subang yaitu Dinas Pendidikan dan Kebudayaan melakukan revitalisasi pada Museum Daerah Kabupaten Subang, seluruh gedung sepenuhnya difungsikan menjadi museum. Revitalisasi dilakukan secara bertahap mulai dari 2017 dan mulai dibuka untuk umum pada tahun 2022. Setelah revitalisasi museum ini menggunakan konsep kreatif dan interaktif yang tujuannya untuk menarik pengunjung. Museum Subang memiliki beberapa fasilitas diantaranya adalah teater yang menayangkan video sejarah dan kebudayaan di Subang. Museum Subang memiliki beberapa fasilitas seperti teater, *communal space, skywalk, virtual screen games, 3D collection, talent training group*, dan

*educational history*. Museum ini buka Senin-Jumat dari pukul 08.00-15.00, dengan tiket masuk gratis.

Ahmad Selaku Pengelola Museum Subang (Subang, 27 Maret 2024), beliau menjelaskan bahwa promosi Museum Subang belum maksimal karena kekurangan tenaga kerja, promosi di sosial media pun belum maksimal, pengelolaan dan pembuatan masih sangat kurang. Di sosial medianya pun konten yang diunggah hanya berupa foto atau video saja, belum ada konten atau *feeds* interaktif yang menarik khusus untuk mempromosikan museum. Oleh sebab itu, tidak banyak informasi yang menyatakan keberadaan museum ini di masyarakat, terutama pada masyarakat diluar Kabupaten Subang.

Promosi yang dilakukan oleh pihak Museum Subang belum mencapai daerah luar Kabupaten Subang. Masyarakat luar daerah Kabupaten Subang masih banyak yang belum mengetahui bahwa Subang memiliki sebuah museum yang dapat memberikan ilmu pengetahuan, terutama pada anak sekolah khususnya siswa Sekolah Menengah Pertama.

Berdasarkan penjelasan dan permasalahan diatas penulis yang merupakan masyarakat dari Kabupaten Subang dan sebagai mahasiswa DKV ingin memperkenalkan Museum Subang lebih luas diluar Kota Subang agar museum dapat terus terlestarikan dan memberitahukan kepada khususnya kalangan anak muda luar Kabupaten Subang untuk selalu mengingat budaya dan kekayaan yang ada di Subang dengan mengunjungi Museum Subang. Selain itu penulis ingin memberitahu kepada anak muda bahwa museum itu tidak membosankan, karena Museum Subang memiliki desain dan teknologi yang kekinian yang dapat menambah ilmu dan pengetahuan mengenai sejarah Kabupaten Subang.

Dari masalah yang telah dijelaskan di atas, penulis ingin membuat rancangan visual untuk mempromosikan Museum Subang. Dengan dibuatnya rancangan ini diharapkan akan membantu permasalahan Museum Subang. Tujuannya dibuat media promosi dari Museum Subang adalah untuk meningkatkan minat masyarakat, terutama anak muda, untuk mengunjunginya, dan menanamkan citra positif di hati

anak muda tentang museum sehingga mereka tertarik untuk melestarikan dan mempelajari budaya di Kabupaten Subang.

## **METODE PENELITIAN**

Penulis melakukan penelitian dengan empat metode pengumpulan data yaitu dengan melakukan observasi, wawancara, pengumpulan kuesioner, dan studi pustaka. Penulis juga melakukan analisis data dengan mengelompokkan data dari hasil observasi, hasil wawancara, dan hasil kuesioner mengenai Museum Subang, dan disajikan dalam metode analisis matriks untuk mempermudah.

Nasution 1988 dalam Sugiyono berpendapat bahwa observasi adalah dasar dari segala pengetahuan. Observasi merupakan suatu metode pengumpulan informasi dengan cara melakukan pengamatan baik secara langsung maupun tidak langsung, Riyanto (2010:96).

Penulis akan melakukan wawancara kepada narasumber secara *offline* dan *online*. Penulis akan mengajukan beberapa pertanyaan yang sifatnya terbuka untuk mengetahui opini dan pandangan dari narasumber untuk memperoleh informasi agar memperkuat data dari rancangan yang akan dibuat penulis. Penyebaran kuesioner kepada anak SMP di Luar Kota Subang untuk mengetahui pengetahuan dan pendapat mereka mengenai Museum Subang. Studi Pustaka dilakukan dengan mencari dan mempelajari sumber bacaan yang berkaitan dengan rancangan media promosi museum.

Menurut Didit Widiatmoko Soewardikoen (2019:104) Analisis matriks adalah jukstaposisi atau perbandingan sejajar. Apabila sebuah objek visual diijarkan dan dievaluasi menggunakan tolak ukur yang sama, perbedaannya akan terlihat. Matriks sering digunakan untuk menyampaikan sejumlah besar data dalam bentuk ruang yang padat, menjadikannya salah satu teknik analisis yang sangat membantu.

Menurut Sugiyono (2023:175) Analisis deskriptif adalah teknik analisis yang dilakukan dengan memilih data yang paling penting, baru, unik, dan berkaitan

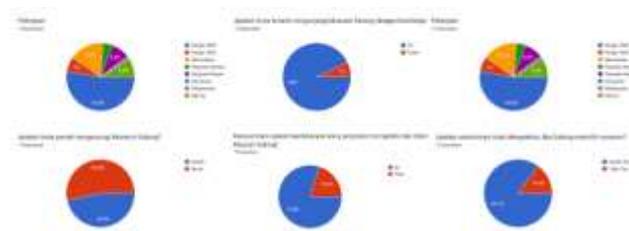
dengan rumusan masalah atau pernyataan dari penelitian yang dilakukan, teknik analisis ini didasari oleh seluruh data yang dikumpulkan melalui berbagai teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, kuisisioner, dokumentasi, dan triangulasi

## **HASIL DAN DISKUSI**

### **Data Hasil Observasi**

Berdasarkan observasi yang telah peneliti lakukan pada Museum Subang, penulis mendapatkan daftar kunjungan Museum Subang dari tahun 2013-2024 dari daftar kunjungan pengunjung yang paling banyak berkunjung adalah pelajar SD dan SMA, untuk pelajar SMP masih dapat dikatakan kurang meskipun meningkat setiap tahunnya. Oleh sebab itu, penulis memilih pelajar SMP menjadi target karena berpotensi untuk ditingkatkan untuk mencapai target yang ingin dicapai oleh museum. Pada saat melakukan observasi juga penulis menyadari bahwa Museum Subang berpotensi menjadi salah satu destinasi wisata yang harus dikunjungi di Subang. Karena Museum Subang memiliki interior yang bagus dengan fasilitas yang mumpuni. Hanya saja terdapat kelemahan karena tidak ada perhatian khusus dalam media promosi yang dilakukan oleh pihak Museum Subang. Penulis menyadari media promosi di Museum Subang sangat kurang baik media promosi offline ataupun online, dan hal itu sangat disayangkan. Museum Subang tidak memiliki media promosi offline seperti *banner*, *x-banner*, poster, ataupun baliho untuk mempromosikan museum. Media promosi yang ada hanya satu buah buku informasi museum subang dan pamflet yang desainnya dapat dikatakan sudah ketinggalan zaman. Pada media promosi online Museum Subang mempromosikan museum melalui instagram dan website. Pada Instagram museum subang tidak terdapat promosi berupa konten atau feeds yang mengajak pengunjung untuk mengunjungi Museum Subang, Instagram Museum Subang hanya terdapat foto dan video orang yang sedang berkunjung museum.

## Data Hasil Kuesioner



**Gambar 1** Tampilan Kuisisioner Google Form

Sumber : Dokumen Pribadi

Berdasarkan hasil kuesioner didapatkan total 115 responden yang berasal dari Subang, Jawa Barat, 61 orang dari data merupakan pelajar SMP. Dari data kuesioner diatas dapat disimpulkan bahwa, seluruh responden yang mengisi kuesioner menyatakan mengetahui keberadaan Museum Subang, namun 53% dari responden belum pernah mengunjungi museum. 93% responden menyatakan tertarik untuk mengunjungi Museum Subang. Responden yang berkunjung ke Museum Subang menyatakan setuju bahwa fasilitas yang ada di Museum Subang sudah bagus, namun mereka juga menyatakan netral bahwa media promosi Museum Subang belum efektif dan perlu diberikan perhatian lebih untuk ditingkatkan. Media cetak, media sosial, website/media online menurut responden merupakan media yang efektif untuk dijadikan media promosi. sedangkan souvenir, responden memilih netral sebagai media promosi yang efektif. Media sosial yang sering digunakan oleh responden adalah Instagram dan Tiktok.

## Data Hasil Wawancara

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh penulis kepada sejarawan dan edukator Museum Subang disimpulkan Museum Subang merupakan salah satu media untuk memberikan edukasi, informasi, dan rekreasi pada masyarakat di Kabupaten Subang. Sampai saat ini pengunjung paling banyak dari kalangan pelajar. Namun media promosi Museum Subang dapat dikatakan kurang hal itu dibuktikan pada saat wawancara kepada anak-anak SMP dari luar dan dari Kabupaten Subang, mereka mengetahui Subang memiliki museum tetapi tidak pernah berkunjung ke

museum karena kurangnya promosi dari Museum Subang sendiri. Oleh sebab itu diperlukan perancangan media promosi yang sesuai dengan target dari penelitian yaitu pada anak Sekolah Menengah Pertama dengan memperhatikan aspek-aspek desain.

#### Data Hasil Dokumentasi



**Gambar 2** Data Wawancara  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada gambar 3.2, penulis melakukan wawancara dengan beberapa ahli dan beberapa anak SMP. Pada gambar pertama penulis melakukan wawancara dengan sejarawan Museum Subang yaitu Yudi Gunawan. Lalu untuk pembandingan penulis melakukan wawancara dengan anak SMP dari dalam Kabupaten Subang dan dari Luar Kabupaten Subang. Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan Theo Gennardy desainer grafis dari Griffen Studio.

#### Analisis Projek Sejenis

**Tabel 1** “Analisis Projek Sejenis”  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Projek Sejenis		
Museum Subang	Museum Keris Nusantara	Museum Tumurun
		

Berdasarkan analisis yang penulis bandingkan dari ketiga museum diatas Museum Subang belum melakukan beberapa promosi penting melalui media online

maupun offline, hal itu dapat terlihat dari jumlah media promosi yang ada dan isi dari konten yang ada. Pada saat ini masih banyak orang yang belum pernah berkunjung ke Museum Subang, berbeda dibandingkan Museum Keris Nusantara dan Museum Tumurun jumlah pengunjung dari dua museum di Solo tersebut. Museum Keris Nusantara memiliki kelebihan di promosi offline dan dari konten visual museum terlihat dari konten sosial media dan media promosi di Museum yang dikelola dengan baik dan sangat sesuai dengan citra dari Museum Keris Nusantara sendiri, sedangkan Museum Tumurun memiliki kelebihan di promosi online, Museum Tumurun sangat terkenal di Solo karena sosial media banyak wisatawan berkunjung ke museum tersebut karena konten- konten influencer yang sedang mengunjungi museum tersebut. Selain itu sosial media Museum Tumurun juga sangat dikelola dengan baik sehingga calon pengunjung dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai museum tersebut. Oleh sebab itu, penulis menyimpulkan media promosi yang baik dan efektif digunakan saat ini adalah dengan merancang dan mengelola sosial media secara maksimal, memperbarui media promosi offline, dan membuat brand activation Museum Subang.

### **Data Hasil Observasi**

Berdasarkan observasi yang telah peneliti lakukan pada Museum Subang, penulis mendapatkan daftar kunjungan Museum Subang dari tahun 2013-2024 dari daftar kunjungan pengunjung yang paling banyak berkunjung adalah pelajar SD dan SMA, untuk pelajar SMP masih dapat dikatakan kurang meskipun meningkat setiap tahunnya. Oleh sebab itu, penulis memilih pelajar SMP menjadi target karena berpotensi untuk ditingkatkan untuk mencapai target yang ingin dicapai oleh museum.

Pada saat melakukan observasi juga penulis menyadari bahwa Museum Subang berpotensi menjadi salah satu destinasi wisata yang harus dikunjungi di Subang. Karena Museum Subang memiliki interior yang bagus dengan fasilitas yang mumpuni. Hanya saja terdapat kelemahan karena tidak ada perhatian khusus dalam media promosi yang dilakukan oleh pihak Museum Subang. Penulis menyadari media promosi di Museum Subang sangat kurang baik media promosi offline ataupun online, dan hal itu sangat disayangkan. Museum Subang tidak memiliki media promosi offline seperti banner, x-

banner, poster, ataupun baliho untuk mempromosikan museum. Media promosi yang ada hanya satu buah buku informasi museum subang dan pamflet yang desainnya dapat dikatakan sudah ketinggalan zaman. Pada media promosi online Museum Subang mempromosikan museum melalui instagram dan website. Pada Instagram museum subang tidak terdapat promosi berupa konten atau feeds yang mengajak pengunjung untuk mengunjungi Museum Subang, Instagram Museum Subang hanya terdapat foto dan video orang yang sedang berkunjung museum.

Koleksi yang terdapat di Museum Subang sangat terjaga dengan baik yang dapat digunakan sebagai sumber pengetahuan penting mengenai sejarah dan kebudayaan Kabupaten Subang bagi masyarakat terutama pelajar SMP di Subang

### Analisis Matriks Perbandingan

**Tabel 2** Matriks Perbandingan

Sumber: dokumentasi Pribadi

Kriteria	Museum Subang	Museum Keris Nusantara	Museum Tumurun
Jenis Museum	Museum Sejarah	Museum Sejarah	Museum Seni
Tahun berdiri	2003	2017	2018
Pengurus	UPTD Museum Subang	Pemerintah Kota Surakarta	Milik Pribadi (Iwan Kurniawan Lukminto)
Isi Museum	Sejarah dan Kebudayaan Kabupaten Subang	409 Koleksi Keris Nusantara Berbagai Jenis dan Ukuran	Koleksi Karya Seni Modern hingga Seni Kontemporer Asal Indonesia
Media Promosi	Leaflet, Guide Book, Instagram, Facebook, Website	Banner, X- Banner, Baliho, Photobooth, Leaflet, Instagram, Website, Souvenir, logo personal	Berfokus pada promosi online khususnya di Instagram dan Website
Segmentasi	Semua Kalangan	Semua Kalangan	Semua Kalangan
Harga Tiket	Gratis	Rp 5.000 –20.000	Rp 25.000
Lokasi	Subang	Solo	Solo

**Tabel 3** Matriks Perbandingan

Sumber: dokumentasi Pribadi

Item Perbandingan	Museum Subang	Museum Keris Nusantara	Museum Tumurun
Logo			
Sosial Media			
Tipografi	Sans-serif	Sans-serif	Sans-serif
Warna	Cokelat, hitam, kuning	Merah, Emas	Hitam, Emas

### Analisis SWOT

**Tabel 4** Matriks Perbandingan Media Sejenis

Sumber: Dokumentasi Pribadi

SWOT	Strength	Weakness
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi yang strategis, berada di pusat Kota Subang</li> <li>2. Tiket masuk gratis</li> <li>3. Satu-satunya museum di Subang, Jawa Barat</li> <li>4. Memiliki berbagai koleksi museum dan pusat informasi seputar Subang (sejarah, kebudayaan, kesenian, kuliner, dll)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masih banyak yang belum berkunjung ke Museum Subang</li> <li>2. Penggunaan media promosi yang kurang baik (secara online atau offline)</li> <li>3. Pemasaran museum yang kurang baik, baik secara online maupun offline</li> </ol>

Opportunity	S-O	W-O
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Museum Subang menjadi pusat informasi dan edukasi purbakala baru di Jawa Barat</li> <li>2. Target pengunjung yang fleksibel, dapat menjangkau semua kalangan terutama anak remaja</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberi pelayanan yang baik dan informatif kepada setiap pengunjung</li> <li>2. Membuat visual promosi yang menarik dan informatif&amp; edukatif untuk menarik pengunjung melalui sosial media terutama instagram</li> <li>3. Pusat informasi seputar Subang (sejarah, kebudayaan, kesenian, kuliner, dll)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan proses informasi dan promosi untuk menarik minat pengunjung datang ke museum</li> <li>2. Membuat petunjuk untuk mengunjungi museum</li> <li>3. Merancang konten media promosi online yang menarik dan membuat media informasi seperti banner, poster, dll</li> </ol>
Threats	S - T	W - T
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Museum belum dikenal baik oleh masyarakat Kabupaten Subang</li> <li>2. Banyak destinasi wisata yang lebih menarik di Subang (selain museum)</li> <li>3. Media promosi online dan offline masih kurang</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat media informasi dan media promosi yang mudah diingat dan dapat menarik pengunjung dan mudah diakses</li> <li>2. Membuat event di museum agar menarik pengunjung untuk datang</li> <li>3. Memperkuat dan menonjolkan kelebihan museum ke media promosi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan identitas museum dengan merancang media promosi</li> <li>2. Membuat media promosi yang mudah diingat dan menarik</li> </ol>

## KONSEP PERANCANGAN

### Konsep Pesan

Konsep pesan dalam perancangan media promosi untuk Museum Subang adalah membuat media promosi pada Museum Subang untuk mengenalkan museum kepada target *audience* yang belum pernah berkunjung atau belum mengetahui jika Subang memiliki museum. Selain itu penulis ingin menyampaikan konsep pesan "Museum menjadi tempat belajar sejarah yang menyenangkan". Artinya merancang

media promosi yang ceria yang dapat membuat remaja senang dan nyaman pada saat belajar sejarah atau "Wisata Sejarah Modern". Sesuai dengan data khalayak sasaran pada penelitian ini adalah remaja asal dari Subang, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan umur 13-15 tahun, berasal dari semua kalangan sosial yang berprofesi sebagai pelajar Sekolah Menengah Pertama (SMP).

### **Konsep Kreatif**

Untuk menarik target audience agar berkunjung ke museum diperlukan sebuah strategi kreatif. Pada penelitian ini target sasaran penulis adalah pelajar usia 13-15 tahun. Maka pembuatan visual dan elemen disain akan disesuaikan dengan target sasaran. Pemilihan gaya desain, gambar, tipografi, warna akan sangat diperhatikan dan disesuaikan pada saat perancangan. Konsep kreatif yang akan penulis gunakan yaitu gaya desain geometri. Menurut Angelica Catherine (2021) bentuk penerapan desain geometris adalah dengan memanfaatkan bentuk yang beragam yang saling melengkapi. Mengapa memilih gaya geometri pada perancangan media promosi karena desain geometri memiliki ciri khas sesuai dengan sifat remaja, yaitu mencerminkan semangat muda, keberanian, kreativitas, modernitas, dan dinamis. Dinamis didefinisikan sebagai sebuah aktivitas yang aktif dan terus berubah, Priambudi Dwi Prasetyo (2020). Jalan Srisuasana A dan Meydian Sartika D. (1999) mendefinisikan dinamis terbentuk dari keseimbangan asimetri dan simetri yang imajinatif, memiliki sebuah irama dan pusat perhatian. Berikut adalah beberapa elemen dan karakteristik yang menonjol dalam gaya desain geometri yang populer di kalangan remaja:.

### **Konsep Visual**

#### **Gaya Gambar**

Perancangan gambar akan menggunakan gaya desain 2D atau flat design, visual dibuat dengan artstyle geometri. Bentuk-bentuk geometris sering kali lebih mudah dipahami dan dikenali, sehingga dapat membantu dalam menyampaikan pesan dengan lebih efisien. Dengan gaya gambar tersebut diharapkan dapat mengubah perspektif anak muda mengenai museum yang tua/membosankan, penggambaran

visual menggunakan artstyle geometri bertujuan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang modern, dinamis, dan relevan dengan minat dan preferensi remaja masa kini. Dengan memanfaatkan estetika visual yang menarik, keberanian dalam warna dan bentuk. Selain itu penggunaan desain geometri diharapkan dapat menciptakan pengalaman yang menarik dan mendidik bagi generasi muda. Penggabungan elemen desain geometri dengan elemen-elemen tradisional dan budaya lokal Subang dapat menciptakan kesan yang unik dan menarik, sehingga remaja dapat merasa lebih terhubung dengan warisan budaya mereka.

a. Bejana Perunggu



**Gambar 3** Bejana Perunggu

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Motif yang terdapat pada bejana perunggu akan dijadikan elemen utama dalam perancangan desain pada media promosi Museum Subang agar menjadi ciri khas utama dari Museum Subang tetap ada.

b. Motif Batik Subang (Batik Ganasan)



**Gambar 4** Motif Batik Subang (Batik Ganasan)

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Penulis juga menambahkan lengkungan dan elemen dari batik ganasan, yaitu batik khas dari Subang Jawa Barat sebagai pelengkap desain.

c. Bentuk Geometrik



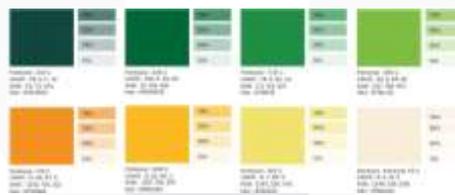
**Gambar 5** Motif Batik Subang (Batik Ganasan)

Sumber : <https://www.shutterstock.com/id/image-vector/geometry-colorful-bauhaus-background-simple-shape-2311399407>

Penulis juga akan menerapkan bentuk geometris seperti lingkaran, setengah lingkaran, segitiga, dan persegi pada aset visual Museum Subang sebagai pelengkap dari motif yang ada pada bejana perunggu.

#### a) **Warna**

Pemilihan warna disesuaikan dengan karakter remaja dan disesuaikan dengan warna dari Museum Subang sendiri, penulis tetap mempertahankan warna ciri khas dari Museum Subang yaitu warna hijau dan kuning. Warna yang akan digunakan pada perancangan media promosi akan menggunakan palet warna netral seperti putih, krem, dan hitam untuk menjaga kesederhanaan. Selain itu digunakan warna yang berani seperti kuning, hijau, dan orange sebagai kontras dan menarik perhatian dari desain media promosi.



**Gambar 6** Color Palet

Sumber: Dokumentasi Pribadi

#### b) **Tipografi**

Tipografi yang akan digunakan adalah jenis Font Sans-Serif karena tampilannya yang bersih dan modern, cocok dengan estetika geometris. Pemilihan font sans serif juga memiliki kejelasan visual karena tidak memiliki detail yang berlebihan font ini tidak akan bertabrakan (seimbang) dengan elemen geometris dalam desain dan menonjolkan bentuk-bentuk dari elemen geometris yang ada. Penggunaan tipografi yang besar dan jelas dalam desain

geometri dapat membantu menyampaikan informasi dengan cepat dan efektif, menarik perhatian remaja yang sering kali lebih suka membaca teks yang singkat dan padat.



**Gambar 7** Font

Sumber: Dokumentasi Pribadi

### c) **Layout**

Seuai konsep pada perancangan layout yang dinamis dan modern penulis akan membuat layout pada setiap desain dinamis yang memperhatikan keseimbangan simetris. Pada setiap media promosi akan ditampilkan desain geometris dengan headline yang menyesuaikan. Visualisasi perancangan akan menggabungkan gaya desain geometris dan foto agar tercipta komposisi visual yang baik dan seimbang. Tujuannya agar target audience dapat menerima pesan dnegan baik

## **Hasil Perancangan**

### **Media Utama**



**Museum Subang**

**Gambar 8** Logo

Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 9** Maskot  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 10** Website  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 11** X  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 12** Instagram  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 13** Tiktok

Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 14** Brosur

Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 15** Poster

Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 16** X-banner

Sumber: Dokumentasi Pribadi

## Media Pendukung



**Gambar 17** Pin dan Keyring

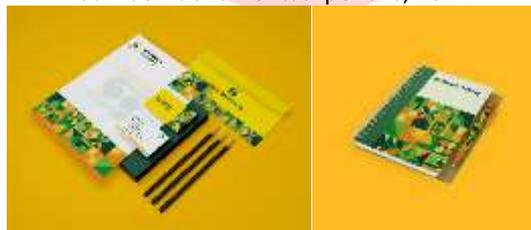
Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 18** Lanyard  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 19** T-shirt  
Sumber: dokumentasi penulis, 2024



**Gambar 20** Stationary  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 21** Totebag  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 22** Mug  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

## **KESIMPULAN**

Kurangnya perhatian dan pengelolaan media promosi membuat Museum Subang kurang diketahui keberadaannya oleh masyarakat, hal itu tentu akan mempengaruhi minat masyarakat untuk mengunjungi Museum Subang, sehingga berpengaruh terhadap jumlah pengunjung pada remaja yang tidak mencapai target yang diinginkan. Hingga saat ini, kegiatan promosi yang masih dilakukan oleh Museum Subang belum maksimal. Diharapkan dengan perancangan media promosi yang telah dilakukan akan mampu membantu Museum Subang untuk memenuhi target pengunjung pada remaja yang ingin dicapai dan keberadaannya dapat lebih dikenal oleh masyarakat di dalam ataupun diluar Kabupaten Subang.

Target sasaran dari media promosi ini yaitu remaja yang dalam hal ini pelajar SMP yang memiliki gaya hidup dan karakter yang dinamis, dan modern selain itu kebanyakan dari remaja adalah pengguna sosial media dan menyukai sesuatu yang menarik dan minimalis. Oleh sebab itu penulis memilih desain geometri yang digabungkan dengan budaya subang untuk menarik minat para remaja khususnya di luar Kabupaten Subang untuk datang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adi, Riyanto. 2010. Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum. Jakarta: Granit.
- Anggraini, Lia & Kirana Nathalia. (2014). Desain Komunikasi Visual: Panduan untuk Pemula. Bandung. Nuansa Cendekia.
- Catherine. A, Supriyatna. E, Florencia. M. 2021. Penerapan Bentuk Geometris pada perancangan Interior Lounge & Bar Manhattan Hotel Jakarta. Jurnal Visual Vol. 16 No. 2.
- Prasetyo, Dwi Priambudi, Prayogi, Lutfi. 2021. Analisis Konsep Dinamis Pada Elemen Arsitektur Bangunan Fungsi Campuran. Jurnal Desain Arsitektur. Vol 01 No.01
- Supriyono, Rakhmat. (2010). DESAIN KOMUNIKASI VISUAL - Teori dan Aplikasi. Yogyakarta. C.V ANDI OFFSET.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. 2019. Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta. PT Kanisius.