

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang mana atas izin dan anugerahnya penulis dapat melaksanakan tugas akhir sampai dengan selesai. Maksud dan tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan kelulusan program Studi Strata I Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom.

Pada kesempatan ini, tidak lupa pula penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada beberapa pihak yang telah membantu penulis dalam pengerjaan Tugas Akhir ini, terutama kepada:

1. Bapak Drs. Mohamad Tohir, S.St., M.Ds. selaku dosen pembimbing tugas akhir.
2. Bapak Dr. Didit Widiatmoko Soewardikoen, M.Sn. selaku penguji sidang tugas akhir.
3. Bapak Imansyah Lubis, S.Sos., M.Sn. selaku penguji sidang tugas akhir.
4. Ibu Lenny Sofia selaku narasumber dari pihak Museum *Tsunami* Aceh.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam Tugas Akhir ini, atas dasar itulah kritik dan saran yang membangun diharapkan untuk dapat membantu kekurangan yang dimiliki oleh Tugas Akhir. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak orang, baik bagi penulis maupun setiap orang yang membacanya. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Bandung, Juni 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR / FOTO	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR DIAGRAM	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Pemasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah	2
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.5.1 Pengumpulan Data	4
1.5.2 Analisis	6
1.6 Kerangka Penelitian	8
1.7 Pembabakan	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN	11
2.1 Pemasaran	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.2 Bauran Pemasaran	13
2.1.3 STP (<i>segmenting, targeting, positioning</i>)	11
2.2 Teori Promosi	15

2.2.1 Pengertian Promosi	15
2.2.2 Periklanan (<i>Advertising</i>)	16
2.3 Teori Desain Komunikasi Visual	17
2.3.1 Warna	18
2.3.2 Huruf	21
2.3.3 Layout	26
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	29
3.1 Museum	29
3.2 Musem <i>Tsunami</i> Aceh	31
3.2.1 Data penyelenggara	32
3.2.2 Data Khalayak Sasaran	39
3.2.3 Data Hasil Kuesioner	40
3.2.4 Data Hasil Wawancara	50
3.2 Analisis Data	52
3.2.1 Analisis Data Hasil Observasi	52
3.2.2 Analisis Hasil Wawancara	53
3.2.3 Analisis Hasil Kuesioner	54
3.2.4 Analisis SWOT	55
BAB V KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	59
4.1 Konsep Pesan	59
4.2 Konsep Kreatif	59
4.3 Konsep Visual	61
4.3.1 Warna	61
4.3.2 Huruf	62
4.3.3 Layout	63
4.4 Konsep Media	64
4.5 Budgeting Media	67
4.6 Konsep Bisnis	69
4.6.1 Marketing Mix	69
4.6.2 Konsep <i>Marketing Communication</i>	69
4.7 Hasil Perancangan	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	
5.2 Saran	
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR/FOTO

1. Gambar 2.1 Warna.....	18
2. Gambar 2.2 Contoh Warna Panas.....	20
3. Gambar 2.3 Contoh Warna dingin.....	20
4. Gambar 3.1 Space of Fear	35
5. Gambar 3.2 Space of Memory.....	36
6. Gambar 3.3 Monitor didalam ruang kenangan	36
7. Gambar 3.4 Sumur doa	37
8. Gambar 3.5 Lorong Kebingungan	38
9. Gambar 3.6 Jembatan Harapan.....	39
10. Gambar 3.7 Brosur Museum <i>Tsunami</i>	51
11. Gambar 4.1 Kasab Aceh	60
12. Gambar 4.2 Penyederhanaan motif kasab	60
13. Gambar 4.3 Tirai Aceh	61
14. Gambar 4.4 Konsep Warna	62
15. Gambar 4.5 Ragam Hias(1).....	64
16. Gambar 4.6 Ragam Hias(2).....	64
17. Gambar 4.7 Poster	68
18. Gambar 4.8 Brosur (Tampak depan).....	69
19. Gambar 4.9 Brosur (Tampak belakang).....	69
20. Gambar 4.10 Iklan Majalah.....	70
21. Gambar 4.11 Web Banner.....	70
22. Gambar 4.12 Xbanner	71
23. Gambar 4.13 Cover Facebook	71
24. Gambar 4.14 Stiker	72
25. Gambar 4.15 Gantungan Kunci.....	72
26. Gambar 4.16 Pin	73
27. Gambar 4.17 Pulpen.....	73

DAFTAR TABEL

1. Tabel 3.1 Matriks Analisis.....	54
2. Tabel 3.2 Matriks Analisis SWOT	56
3. Tabel 4.1 Tahapan Promosi	59

DAFTAR BAGAN

1. Bagan 1.1 Kerangka Penelitian 8
2. Bagan 2.1 Keputusan-keputusan dalam empat bauran pemasaran 12

DAFTAR DIAGRAM

1. Diagram 3.1 Jenis kelamin responden
2. Diagram 3.2 Umur responden
3. Diagram 3.3 Responden yang mengetahui Museum *Tsunami*
4. Diagram 3.4 Responden yang mengunjungi Museum *Tsunami*
5. Diagram 3.5 Museum *Tsunami* tempat menarik untuk dikunjungi
6. Diagram 3.6 Responden dapat membayangkan apa yang terjadi ketika *Tsunami* melanda aceh
7. Diagram 3.7 Responden dapat dapat menambah ilmu tentang *Tsunami*
8. Diagram 3.8 Museum *Tsunami* pantas menjadi sarana wisata sejarah dan edukasi
9. Diagram 3.9 Pengunjung remaja yang datang ke Museum *Tsunami* masih kurang
10. Diagram 3.10 Media promosi untuk Museum *Tsunami* masih kurang.
11. Diagram 3.10 Museum *Tsunami* memerlukan media promosi
12. Diagram 3.11 media promosi cara yang paling efektif untuk menarik pengunjung
13. Diagram 3.12 Warna biru paling mencerminkan Museum *Tsunami*
14. Diagram 3.13 Iklan majalah
15. Diagram 3.14 Poster
16. Diagram 3.15 Brosur
17. Diagram 3.16 Iklan Internet
18. Diagram 3.17 Souvenir
19. Diagram 3.18 Strategi S-T

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner

Lampiran II Pertanyaan Wawancara

Lampiran III Sketsa Tangan dan Digital