

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MUSEUM PURI LUKISAN

Vincentius Michael Sugiharto Soedarmadji

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra,
Siwalankerto 121-131 , Surabaya 60236, Email: vincentius.michael.liang@gmail.com

Abstrak

Perancangan Media Promosi Museum Puri Lukisan ,di Ubud, Bali.

Perancangan ini dilakukan untuk mempromosikan Museum Puri Lukisan. sebagai satu-satunya museum tertua di Bali yang memiliki koleksi lukisan dan patung khas Bali, serta museum yang menawarkan belajar membuat kesenian Bali secara langsung bagi para wisatawan.

Kata Kunci :

Perancangan, Media Promosi, Museum Puri Lukisan, Ubud , Bali

Abstract

Design Media Promotion Museum Puri Lukisan in Ubud, Bali

This design is promoting Museum Puri Lukisan as the only one and the oldest museum in Bali that have distinctive Balinese painting and sculptures, museum also offer to make Balinese Art directly to the tourists.

Keywords:

Design, Media Promotion, Museum Puri Lukisan, Ubud, Bali

Pendahuluan

Kerajinan tangan asli Indonesia sangatlah terkenal akan keindahannya untuk melihatnya kita tidak perlu untuk berkeliling Indonesia, kita sebenarnya cukup datang ke museum-museum seni yang ada di sekitar kita. Salah satu museum yang terkenal adalah Museum Puri Lukisan yang berada di Jalan Raya Ubud, Bali. Didirikan tahun 1936 sebagai tempat mengumpulkan karya organisasi “Pita Maha” oleh Rudolf Bonnet seorang pelukis Belanda bersama dengan Tjokorda Gde Agung Sukawati yang dulu merupakan Raja Ubud dan saudaranya Tjokorda Gde Raka Sukawati yang merupakan seorang pelukis terkenal. Pada saat itu organisasi ini telah memiliki

125 anggota yang berasal dari berbagai belahan bumi, Setiap minggu para pelukis dan pemahat kayu ini selalu berkumpul. Setelah perang dunia kedua Tjokorda Gde Raka Sukawati dan Rudolf Bonnet membentuk “Ubud Painter Group” yang akhirnya melahirkan nama-nama terkenal seperti I Gusti Nyoman Lempad. Akhirnya pada tahun 1954 diletakkan penempatan batu pertama dan pengesahan nama “Puri Lukisan” oleh Perdana Menteri Ali Sastromidjoyo. Tjokorda Gde Agung Sukawati menjadi direktur dan Bonnet menjadi kurator di museum ini. Museum baru di buka untuk publik pada 31 Januari 1956 oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Mohammad Yamin. Museum Puri

Lukisan yang di kelola oleh Tjokorda Gde Putra Sukawati ini memiliki berbagai koleksi lukisan dan pahatan khas Bali yang unik dan tidak ternilai harganya.

Museum ini memiliki banyak koleksi lukisan dan pahatan yang unik. Selain itu Museum Puri Lukisan memiliki kelebihan dimana kita bisa langsung belajar kesenian khas Bali berbeda dengan museum lain yang hanya dapat sekedar melihat karya. Berbagai kesenian yang dapat dipelajari adalah Gamelan, Lukis Tradisional, Alat Musik Flute, Lukis Klasik, Lukis Topeng, Batik, Boneka, Ukiran ,dan Tari Bali. Potensi yang banyak itu tidak diimbangi dengan promosi yang bagus. Pengunjung yang datang ke museum ini kebanyakan adalah wisatawan lokal dan wisatawan asing, tetapi jika dibandingkan dengan jumlah pengunjung museum lain, museum ini termasuk sedikit pengunjungnya. Semua itu terjadi karena minimnya promosi mengenai museum ini yang hanya mempromosikan keberadaanya melalui website dan brosur yang kurang menarik karena brosur hanya berbentuk persegi sama seperti brosur pada umumnya dan websitenya hanya berisi info tanpa gambar yang menunjang info tentang suasana museum. Selain itu di Bali terdapat banyak sekali museum dan tempat wisata yang merupakan kompetitor bagi museum ini.

Sehingga untuk dapat bersaing dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap museum dan kelestarian kesenian Indonesia perlu diadakan promosi yang strategis dan tepat dengan menggunakan media - media yang berguna untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang museum ini. Promosi nanti hendaknya menonjolkan kelebihan museum ini yang menjadi pembeda dari kompetitor dan dapat untuk mengembangkan antusiasme masyarakat berkunjung ke Museum Puri Lukisan.

Target audience primer dari perancangan ini adalah wisatawan lokal dan asing berumur 15 – 40 tahun yang ingin melihat kesenian Indonesia. Dengan

promosi yang tepat akan mengubah persepsi *target audience* yang mengatakan museum bukanlah tempat yang menarik untuk didatangi.

Metode Penelitian

Dalam Perancangan ini, penulis menggunakan beberapa metode dalam menunjang perancangan ini baik dalam mengumpulkan data dan menganalisanya. Untuk mengetahui penjelasan dan jawaban terhadap permasalahan serta memberikan alternatif bagi kemungkinan yang ada maka digunakan metode penelitian meliputi metode pendekatan, metode pengumpulan data dan metode analisis data dijelaskan sebagai berikut:

Metode Pengumpulan Data

Dari konsep pengumpulan data penulis menggunakan sumber primer yaitu data langsung didapat dari objek yang diteliti oleh penulis, selain itu juga menggunakan metode sumber sekunder yaitu data yang didapat dari buku, internet dan informasi lainnya.

Data Primer

a. Observasi lapangan

Mengamati obyek yang terdapat di Museum Puri Lukisan dan kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh museum.

b. Wawancara

Wawancara ini akan dilakukan dengan struktur bebas dalam pertanyaan-pertanyaan yang tidak tersusun secara sistematis dan terkesan informal kepada narasumber yang merupakan pemilik dan manager museum.

c. Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data dengan cara memotret, mengamati, mencatat dan sejenisnya. Hasil dokumentasi data dapat berupa foto, gambar, buku, dan arsip.

Data Sekunder

a. Tinjauan pustaka

Dari metode ini kita dapat mengetahui dengan detail dan akurat tentang informasi yang dibutuhkan untuk menunjang teori yang ada.

b. Media cetak

Metode ini adalah dengan menggunakan kajian informasi-informasi dari media cetak layaknya surat kabar, majalah, buku, maupun jurnal.

c. Internet

Metode ini dilakukan dengan meneliti data-data yang beredar lewat jaringan internet. Data yang beredar tersebut biasanya berasal dari Trip Advisor, artikel, dan komentar masyarakat.

Metode Analisis Data

Metode analisis, pada tahap ini dianalisa terhadap data kegiatan yang akan dilakukan. Analisa ini dilaksanakan dengan cara mengelompokkan data dari hasil wawancara maupun studi pustaka tentang Museum Puri Lukisan serta observasi pandangan masyarakat terhadap museum, dan kemudian disajikan ke dalam metode SWOT guna mendukung dalam visualisasi penerapan karya desain terhadap pesaing.

Konsep Perancangan

Konsep yang digunakan adalah menggunakan media promosi yang tepat untuk memperkenalkan Museum Puri Lukisan kepada wisatawan lokal dan asing sebagai sarana pembelajaran kesenian Indonesia. Media promosi ini akan menjelaskan berbagai kelebihan Museum Puri Lukisan dengan konsep promosi tradisional tetapi juga modern menjadikannya berbeda dengan tempat wisata atau museum lainnya.

Pembahasan

Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dari perancangan ini adalah untuk menganalkan dan menginformasikan tentang Museum Puri Lukisan kepada khalayak sasaran melalui media

ATL, BTL, dan TTL. Diharapkan target market tahu tentang potensi Museum Puri Lukisan dan tertarik mengunjunginya.

Strategi Kreatif

Isi Pesan (What to Say)

Isi pesan yang disampaikan dalam perancangan promosi ini berkaitan tentang pengenalan Museum Puri Lukisan sebagai museum tertua yang memiliki spesialisasi dalam koleksi lukisan dan patung khas Bali dan satu-satunya museum yang memiliki workshop dimana wisatawan dapat belajar langsung kesenian Bali.

Bentuk Pesan (How to Say)

Bentuk pesan dilakukan agar tercipta hubungan emosional dengan pembacanya sehingga menciptakan brand awareness. Pendekatan ini dilakukan melalui tampilan logo, gambar, dan konten yang dapat menarik minat konsumen untuk datang mengunjungi museum.

a. Bentuk pesan verbal

Merupakan pesan tertulis yang disampaikan lewat kata-kata. Pesan verbal yang akan disampaikan adalah informasi mengenai Museum Puri Lukisan, mulai dari sejarah singkat, lokasi, serta penjelasan mengenai koleksi dan workshop museum.

b. Bentuk pesan visual

Pesan visual yang digunakan berupa logo museum, tekstur, gambar, dan warna. Gambar mengambil dari beberapa benda koleksi Museum Puri Lukisan dan foto orang yang sedang mengikuti workshop. Hal ini dilakukan agar pembaca yang melihat dapat mengerti tentang Museum Puri Lukisan dan menjadi semakin tertarik untuk mengetahui lebih banyak dan mengunjungi museum. Warna yang digunakan pun menggunakan warna yang modern dan fresh.

Big Idea

Tema pokok perancangan ini yaitu ingin menunjukkan bahwa Museum Puri Lukisan adalah satu-satunya museum yang memiliki koleksi lukisan Bali terlengkap dan memiliki *workshop* agar para wisatawan dapat belajar membuat karya seni Bali. Dengan rasa ingin tahu yang timbul diharapkan target audiens akan tertarik mengunjungi Museum Puri Lukisan untuk melihat secara langsung koleksi lukisan dan patung serta belajar kesenian Bali secara langsung.

Pendukung Tema Perancangan

Untuk mendukung tema perancangan ini, digunakan pendekatan visual yang modern dan minimalis namun tidak meninggalkan karakteristik dari Museum Puri Lukisan. Gaya grafis yang digunakan adalah *new simplicity* agar kesan modern lebih terlihat dan menarik bagi seluruh target audiens.

Pemilihan Bentuk Pesan Verbal

Pesan verbal yang akan dipakai adalah pesan verbal yang bersifat teaser dan persuasif. Yaitu memberikan informasi pada masyarakat dengan kata-kata yang dapat dimengerti dan dipahami oleh semua kalangan tetapi memiliki unsur misterius yang dapat mengundang rasa ingin tahu target audiens. Melalui pesan verbal, disampaikan informasi mengenai koleksi dan workshop yang diadakan di Museum Puri Lukisan. Hal ini dilakukan agar audiens menjadi semakin tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang Museum Puri Lukisan.

Pemilihan Bentuk Pesan Visual

Pesan visual yang digunakan berupa logo Museum Puri Lukisan, foto koleksi, dan brosur QRcode. Logo Museum Puri lukisan akan ada di setiap media promosi. Untuk warna akan mengandung unsur jingga yang merupakan warna khas di Bali, selain itu warna ini lebih terlihat modern. Menggunakan font Gill Sans Light untuk bodycopy

nya, agar seirama dengan font pada logo Museum Puri Lukisan yang menggunakan Gill Sans Regular. Bentuknya terlihat klasik dan bernilai tinggi seperti sejarah museum. Warna untuk media akan menggunakan warna yang ringan seperti cream untuk menunjukkan sisi modern tidak pilih warna yang terkesan kuat dan contrast. Beberapa hal yang berkaitan dengan pesan visual:

- Foto/gambar visual yang digunakan ada foto lukisan, patung, dan bangunan dari Museum Puri Lukisan
- Menggunakan warna yang cerah tapi tidak contrast untuk mendukung kesan modern, digunakan mayoritas adalah warna cream.
- Menggunakan typeface Gill Sans, terlihat mahal dan tingkat keterbacaannya mudah.



Gambar 1. Billboard



Gambar 2. Poster



Gambar 5. Photobooth



Gambar 3. Brosur



Gambar 6. Iklan Majalah



Gambar 4. Website



Gambar 7. Iklan Taksi



Gambar 8. Iklan Bagasi Bandara



Gambar 9. Booklet



Gambar 10. Media Sosial

Kesimpulan

Kesimpulan dari perancangan ini adalah sebagai apapun potensi suatu tempat bila tidak diperkenalkan atau dipromosikan kepada khalayak luas sama saja dengan tempat itu tidak pernah ada. Museum Puri Lukisan merupakan satu-satunya museum tertua yang menjaga karya seni Bali, memiliki galeri yang luas dan menyediakan workshop bagi para wisatawan yang ingin belajar kesenian Bali.

Sayangnya, keberadaan museum ini kurang dikenal oleh para wisatawan yang datang ke Bali. Diperlukan media promosi yang efektif agar Museum Puri Lukisan dapat dikenal oleh para wisatawan yang

datang ke Bali. Dalam merancang media promosi yang paling efektif dan menarik, perlu diadakan penelitian terhadap target audiens. Karena, agar media itu efektif harus menggunakan media yang dekat dan dapat mengena pada target audiens. Sehingga audiens akan aware terhadap produk yang kita pasarkan, dalam hal ini yaitu Museum Puri Lukisan. Dengan terciptanya awareness, mala audiens akan tertarik untuk mendatangi Museum Puri Lukisan.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan pimpinan-Nya yang telah penulis terima selama melaksanakan tugas akhir ini, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penyusunan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni Jurusan Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang telah berperan sehingga dapat terselesaikannya proposal tugas akhir ini. Penulis yakin bahwa tanpa campur tangan mereka, penulis tidak akan dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih secara langsung kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena kasih karunia-Nya yang senantiasa membimbing penulis untuk mengerjakan tugas akhir dengan sebaik-baiknya
2. Drs. I Wayan Suwandi, S.Sn. M.Si selaku pembimbing pertama yang telah membimbing, meluangkan waktu, tenaga dan pikiran di dalam memberikan pengarahan dalam pengerjaan tugas akhir ini
3. Alvin Raditya, S. Sn. selaku pembimbing kedua yang telah membimbing, meluangkan waktu, tenaga

dan pikiran di dalam memberikan pengarahan dalam pengerjaan tugas akhir ini

4. Bapak Tjokorda selaku pemilik Museum Puri Lukisan yang telah memberi izin kepada penulis untuk melakukan dokumentasi
5. Seluruh pihak dari Museum Puri Lukisan yang telah memberikan informasi yang sangat membantu penulis untuk penyelesaian tugas akhir
6. Orang tua dan saudara yang selalu mendukung baik moral maupun material sehingga tugas akhir dapat dikerjakan dengan baik
7. Denise Kusuma, Vonny Taniwijaya, Rosabella Chandra, Maria Renata, Jessica Widjanarko Wilianto, Eileen Tania Wijaya, Sony Prasetya Wanandi, dan Arnold Pratama Halim, sebagai teman selama bimbingan tugas akhir dan teman-teman yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Daftar Pustaka

- "4 Trik Promosi Efektif." 4 Trik Promosi Efektif. 5 Feb. 2013. <<http://ciputraentrepreneurship.com/tips-bisnis/175-penjualan-dan-pemasaran/13600-trik-promosi-efektif.html>>.
- "Definisi Museum." Proboyekso Blogspot. N.p., n.d. Web. 12 Des. 2008 1 Mar. 2013. <<http://proboyekso.blogspot.com/2008/12/12/definisi-museum.html>>
- Direktorat Jenderal Pariwisata, Mengenal Sepuluh Daerah Tujuan Wisata Indonesia, Jakarta: PT Grapik Grapos, 1985.
- Direktorat Jenderal Pariwisata, Pariwisata Tanah Air Indonesia, Jakarta: PT Grapik Grapos, 1987.
- "Industrialisasi Karya Seni Lukis Dari Persepektif Bisnis Antara Peluang Dan Tantangan Industri Budaya." Institut Seni Indonesia Denpasar. 5 Apr. 2011. 1 Mar. 2013. <[http://www.isi-dps.ac.id/berita/industrialisasi-karya-seni-lukis-dari-](http://www.isi-dps.ac.id/berita/industrialisasi-karya-seni-lukis-dari)

persefektif-bisnis-antara-peluang-dan-tantangan-industri-budaya>.

Ismayanti, Pengantar Pariwisata. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2011

Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta : Balai Pustaka, 1995.

Kertajaya, Hermawan. Marketing Plus 4, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1995.

Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi VI, Jakarta : Erlangga, 1994.

Museum Indonesia." Pengertian, Fungsi, Dan Jenis-jenis Museum -. 15 Agu. 2011.20 Januari 2013. <<http://belajaritutiadaakhir.blogspot.com/2011/08/15/museum-di-indonesia.html>>.

"Museum Puri Lukisan." Museum Puri Lukisan, Ubud | Bali.2 Feb. 2011. 5 Feb. 2013. <http://www.travelfish.org/sight_profile/indonesia/bali/bali/ubud/1093>.

"Museum Puri Lukisan, Ubud, Bali." Museum Puri Lukisan, Ubud | Bali. 3 Agu.2012. 08 Feb. 2013. <<http://www.mpl-ubud.com/>>.

"Museum Puri Lukisan in Ubud, Bali." Southeast Asia Travel. 4 Jan. 2011. 5 Feb. 2013. <http://goseasia.about.com/od/ubud_bali/a/Museum-Puri-Lukisan-In-Ubud-Bali-Indonesia.htm>.

"Museum Puri Lukisan, Ubud." Museum Puri Lukisan. 3 Apr. 2011. 5 Feb. 2013. <http://www.tripadvisor.co.id/Attraction_Review-g297701-d531620-Reviews-Museum_Puri_Lukisan-Ubud_Bali.html>.

"Pengertian, Fungsi, Dan Jenis-jenis Museum." Museum Di Indonesia. N.p., n.d. Web. 4 Agu. 2011. 1 Mar. 2013. <<http://belajaritutiadaakhir.blogspot.com/2011/08/04/museum-di-indonesia.html>>.

"Pengertian Museum." Techonly13s Blog. 4 Jul. 2009. 1 Mar. 2013. <<http://techonly13.wordpress.com/2009/07/04/pengertian-museum/>>.

Rangkuti, Freddy, Creative Effective Marketing Plan Teknik Membuat Rencana Pemasaran Berdasarkan Customer Values dan Analisa Kasus. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002.

Saladin, Djaslim, Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran. Bandung : Linda Karya, 2003.

"Sejarah Permuseuman Di Bali." Kevina Bali. 19 Jul. 2009. 20 Jan. 2013. <<http://kevinabali.wordpress.com/2009/07/19/sejarah-permuseuman-di-bali/>>.

"Studi Literatur." Wib's Web. 15 Agu. 2010 1 Mar. 2013. <<http://wibisastro.wordpress.com/2010/02/10/studi-literatur/>>.

"Travel GuidesBali." Museum Puri Lukisan. 16 Jul. 2010. 5 Feb. 2013. <<http://travel.nytimes.com/travel/guides/asia/indonesia/bali/32609/museum-puri-lukisan/attraction-detail.html>>.