

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Pernyataan orisinalitas karya dan laporan.....	iv
Pernyataan publikasi laporan penelitian.....	v
Daftar isi.....	vi
Daftar Gambar.....	viii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Istilah.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak.....	xiii

Bab I Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Masalah dan Ruang Lingkupnya.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan	5

Bab II Landasan Teori

2.1 Promosi.....	6
2.2 Teori Nirmana.....	9
2.3 Ilustrasi.....	10
2.4 Grafik Vektor.....	11
2.5 Maskot.....	12
2.5 Pariwisata.....	12
2.7 Museum.....	14
2.8 Bandung.....	16

Bab III Data dan Analisis Masalah

3.1 Data dan Fakta.....	17
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta...	36

Bab IV Pemecahan Masalah

4.1 Konsep Komunikasi.....	38
4.2 Konsep Kreatif.....	39
4.3 Konsep Media.....	42
4.4 Hasil Karya.....	48

Bab V Penutup

5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran Penulis.....	75

Daftar Pustaka.....	76
----------------------------	-----------

Lampiran.....	77
----------------------	-----------

Saran dan Komentar Dosen Penguji Sidang Tugas Akhir.....	90
---	-----------

Data Penulis.....	91
--------------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Brosur Museum Negeri Sri Baduga.....	24
Gambar 3.2 Billboard Program Tahunan Museum Sri Baduga.....	24
Gambar 3.3 Website Museum Sri Baduga.....	25
Gambar 3.4 Wajah Lama Museum Sri Baduga.....	25
Gambar 3.5 Museum Sri Baduga.....	26
Gambar 3.6 Wajah Baru Museum Sri Baduga.....	27
Gambar 3.7 Booklet dan Peranko Museum Sri Baduga.....	34
Gambar 3.8 <i>Merchandise</i> Museum Asia Afrika.....	34
Gambar 3.9 <i>Website</i> Museum Hongkong.....	35
Gambar 3.10 Koran Museum Hongkong	35
Gambar 3.11 Katalog Museum Hongkong	35
Gambar 4.1 Logo Museum Sri Baduga	48
Gambar 4.2 Poster Museum.....	50
Gambar 4.3 Poster Program Berseri	52
Gambar 4.4 Poster Episode 1.....	53
Gambar 4.5 Poster Episode 2.....	55
Gambar 4.6 Poster Episode 3.....	57
Gambar 4.7 Brosur Tampak Luar dan Dalam.....	58
Gambar 4.8 Leaflet Tampak Luar dan Dalam.....	59
Gambar 4.9 Seri Brosur Game.....	60
Gambar 4.10 Brosur Game Tampak Luar dan Dalam.....	60
Gambar 4.11 <i>Game Card</i> Tampak Luar dan Dalam.....	61
Gambar 4.12 Iklan Koran.....	62
Gambar 4.13 Iklan Majalah.....	63
Gambar 4.14 Website Baru Museum Sri Baduga.....	64
Gambar 4.15 Aplikasi Web Banner.....	65
Gambar 4.16 Contoh Animasi Pada Web Banner	64
Gambar 4.17 Billboard.....	66
Gambar 4.18 Aplikasi Billboard.....	66

Gambar 4.19 Umbul-Umbul.....	67
Gambar 4.20 Banner.....	68
Gambar 4.21 X-Banner.....	69
Gambar 4.22 Merchandise Museum.....	70
Gambar 4.23 Merchandise <i>Time Travel</i>	71
Gambar 4.24 Stiker.....	72
Gambar 4.25 Aplikasi Stiker Pada Mobil.....	72
Gambar 4.26 Ticket.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengunjung Tahun 2008 Bulan Januari sampai Desember.....	31
Tabel 3.2 Total Pengunjung Tahun 2008.....	32
Tabel 4.1 Rencana Pemakaian Media.....	45
Tabel 4.2 <i>Timeline</i> Promosi.....	46
Tabel 4.3 Budgeting.....	47

DAFTAR ISTILAH

- Tagline : slogan yang menegaskan positioning dan citra sebuah produk pada sebuah iklan.
- Icon : lambang kecil yang berfungsi sebagai menu untuk menuju suatu fungsi.
- Grafik Vektor : gambar grafik computer yang disusun berdasarkan bentuk-bentuk geometri sederhana.
- Awareness : kesadaran
- Leaflet : surat selebaran
- Siluet : penyederhanaan bentuk gambar suatu objek tertentu.
- Logotype : logo dalam bentuk teks atau huruf-huruf.
- Uppercase : huruf besar

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Wawancara dengan Kepala bagian Pemasaran.....	77
Lampiran B : Sketsa Logo.....	80
Lampiran C : Sketsa Visual.....	82

ABSTRAK

Pokok masalah yang dibahas adalah mempromosikan wajah baru Museum Sri Baduga. Tujuan yang hendak dicapai memperkenalkan wajah baru Museum Sri Baduga untuk mengubah pandangan masyarakat terhadap museum sebagai tempat wisata edukasi yang membosankan, gelap, kotor, dan menyeramkan. Sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mengunjungi Museum Sri Baduga. Sumber dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka, observasi dan wawancara.

Target audience yang paling berpotensi disini adalah keluarga muda yang sudah mempunyai anak. Menurut hasil pengumpulan data cara yang paling baik untuk memperkenalkan produk baru adalah melalui kegiatan promosi. Maskot dapat membantu dalam kegiatan promosi untuk mengingatkan *target audience* akan suatu produk.

Pendekatan yang digunakan untuk menjangkau pasar adalah dengan strategi kreatif tingginya nilai suatu peninggalan sejarah dan budaya sebagai harta masyarakat yang perlu dijaga dan dilestarikan. Selain mempromosikan wajah baru Museum Sri Baduga, program kegiatan Museum Sri Baduga juga akan dipromosikan dengan konsep belajar sambil bermain dan mengambil tema petualangan waktu.

Kata kunci : museum baru, promosi, program kegiatan.