

ABSTRAK

Museum Pos Indonesia merupakan salah satu museum yang jarang dikunjungi oleh masyarakat. Museum ini terletak di belakang Gedung Sate, salah satu objek wisata edukasi yang berada di kota Bandung. Museum ini memiliki banyak koleksi sejarah mengenai surat-menyurat dan peralatan pos. berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, mayoritas masyarakat tidak mengetahui dan tidak pernah mengunjungi museum ini. Salah satu faktor yang menyebabkan kurangnya pengunjung adalah tidak adanya promosi yang dilakukan oleh pihak museum, sehingga sedikit masyarakat yang mengetahui akan keberadaan Museum Pos Indonesia. Penataan benda-benda koleksi yang terlalu padat membuat museum ini terlihat kurang terawat, sangat disayangkan mengingat museum ini berpotensi besar untuk dijadikan tempat wisata edukasi yang menarik untuk masyarakat luas, khususnya pelajar Sekolah Menengah Pertama.

Diperlukan perancangan *event* promosi yang tepat dan sesuai dengan *target audience* untuk membuat Museum Pos Indonesia lebih dikenal masyarakat, khususnya yang tinggal di kota Bandung. Perancangan *event* promosi yang dilakukan diharapkan dapat menarik minat masyarakat luas, khususnya pelajar Sekolah Menengah, agar mereka datang ke Museum Pos Indonesia. Selain itu *event* promosi juga digunakan untuk meningkatkan jumlah pengunjung museum ini per tahunnya.

ABSTRACT

The Indonesia Postal Museum is one of many museums in Indonesia that is rarely visited by people here. The museum itself is located behind Gedung Sate, a famous educational attraction located in Bandung city. The museum has a large collection of the history of the letter and postal equipment. Based on the result of the questionnaire that were distributed, the majority of people who don't know and haven't been visited this museum. One of the factors that led to the lack of museum's visitors is the absence of the promotion carried out by the museum, so that only few people knew the existence of Indonesia Postal Museum. Arrangement of the collection also too dense, making it look less well maintained, it's sad because the museum has great potential to become an attractive educational place for the public, particularly junior high school.

Indonesia postal museum required a promotional event design that appropriate to the target audience to make the museum better known to public, especially those living in Bandung City. The design of the promotional event carried out that expected to attract the public, especially junior high school students, so they will interested to come to Indonesia Postal Museum. The promotion also used to increase the number of visitors to the museum per year.

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN

PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR TABEL

BAB IPENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.2.1 Rumusan Masalah.....	2
1.2.2 Ruang Lingkup Kajian.....	2
1.3. Tujuan Perancangan.....	3
1.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5. Skema Perancangan.....	4

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Promosi.....	5
2.1.1 Pengertian Promosi.....	5
2.1.2 Tujuan Promosi.....	5
2.1.3 Bauran Promosi.....	6
2.1.4 Sifat Dasar Promosi.....	7
2.1.5 Pendekatan Strategis.....	7

2.1.6	Media Promosi.....	8
2.2	Logo.....	8
2.3	SWOT.....	9
2.4	Sementasi <i>Targeting Positioning</i>	9
2.4.1	Segmentasi.....	9
2.4.2	<i>Targeting</i>	10
2.4.3	<i>Positioning</i>	10

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1	Data dan Fakta.....	11
3.1.1	Profil Museum Pos Indonesia.....	11
3.1.2	Benda koleksi museum.....	13
3.1.3	Visi dan Misi Museum Pos Indonesia.....	15
3.1.4	Data hasil observasi.....	16
3.1.5	Data hasil kuesioner.....	17
3.1.6	Data hasil wawancara.....	23
3.1.7	Tinjauan terhadap proyek sejenis.....	31
3.1.8	Data pengunjung Museum Pos Indonesia.....	38
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	40
3.2.1	Analisis SWOT.....	40
3.2.2	Analisis STP.....	42

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1	Konsep Komunikasi.....	43
4.2	Konsep Kreatif.....	44
4.2.1	Slogan.....	44
4.2.2	Warna.....	45
4.2.3	Layout.....	45

4.2.4	Tipografi.....	45
4.3	Konsep Media.....	45
4.4	Hasil karya.....	47
4.4.1	Logo event Stamp Up.....	48
4.4.2	Poster event Stamp Up.....	51
4.4.3	Brosur event Stamp Up.....	54
4.4.4	X-Banner event Stamp Up.....	54
4.4.5	Kaos event Stamp Up.....	56
4.4.6	Boothstand event Stamp Up.....	57
4.4.7	Website event Stamp Up.....	59
4.4.8	Tiket event Stamp Up.....	62
4.4.9	Gimmick event Stamp Up.....	63
4.5	Rencana anggaran biaya.....	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DATA PENULIS

UCAPAN TERIMA KASIH

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pintu masuk Museum Pos Indonesia.....	11
Gambar 3.2 Gedung Museum Pos Indonesia.....	25
Gambar 3.3 Buku Selayang Pandang Museum Pos Indonesia.....	26
Gambar 3.4 Brosur Museum Pos Indonesia.....	26
Gambar 3.5 <i>Stand Exhibiton</i> Museum Pos Indonesia dalam acara Pameran Museum Keliling	27
Gambar 3.6 Benda koleksi yang dipamerkan dalam Pameran Museum Keliling.....	27
Gambar 3.7 Koleksi Bis Surat	28
Gambar 3.8 Gerobak Pengantar Surat	28
Gambar 3.9 Diorama Kegiatan Pengiriman Surat	29
Gambar 3.10 Patung Mas Soeharto sebagai Bapak Pos Indonesia	29
Gambar 3.11 Neraca yang digunakan untuk menimbang surat.....	30
Gambar 3.12 Koleksi Perangko sebanyak 17.000.....	30
Gambar 3.13 Perangko Pertama di Dunia “ <i>The Penny Black</i> ”.....	31
Gambar 3.14 <i>Website</i> Museum Geologi Bandung.....	33
Gambar 3.15 Brosur Museum Geologi	33

Gambar 3.16 Tiket Museum Geologi	34
Gambar 3.17 Peta Petunjuk Museum Geologi	34
Gambar 3.18 Peta Petunjuk Museum Geologi bagian dalam	35
Gambar 3.19 <i>Lighting</i> Museum Geologi	35
Gambar 3.20 Fosil <i>T-Rex</i>	36
Gambar 3.21 Fosil Tengkorak Manusia	36
Gambar 3.22 Fosil Banteng	37
Gambar 3.23 Maket Kepulauan Indonesia	37
Gambar 3.28 Maket Gunung Krakatau	38
Gambar 4.1 Logo <i>Stamp Up</i>	49
Gambar 4.2 <i>Font Duke Fill</i>	49
Gambar 4.3 <i>Font Univers</i>	50
Gambar 4.4 Logo <i>Grid</i>,,,.....	50
Gambar 4.5 Warna Logo,,,.....	51
Gambar 4.6 Poster <i>awareness</i>,,,.....	52
Gambar 4.7 Poster <i>awareness</i> (2).....	52
Gambar 4.8 Poster <i>informing</i>,,,.....	53
Gambar 4.9 Poster <i>Reminding</i>,,,.....	53
Gambar 4.10 Brosur <i>Stamp Up</i>	54
Gambar 4.11 X-Banner <i>Stamp Up</i>	55

Gambar 4.12 X-Banner <i>Stamp Up</i> (2).....	56
Gambar 4.13 Kaos <i>Stamp Up</i>	57
Gambar 4.14 <i>Boothstand Stamp Up</i>	58
Gambar 4.15 <i>Boothstand Stamp Up</i> (2)	58
Gambar 4.16 Website 1.....	59
Gambar 4.17 Website 2.....	60
Gambar 4.18 Website 3.....	60
Gambar 4.19 Website 4.....	61
Gambar 4.20 Website 5.....	61
Gambar 4.21 Website 6.....	62
Gambar 4.22 Tiket <i>Stamp Up</i>	62
Gambar 4.22 Gimmick <i>Stamp Up</i>	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pintu Skema Perancangan.....	4
Tabel 3.1 Survey kesadaran akan pentingnya museum.....	17
Tabel 3.2 Survey frekuensi pergi ke museum.....	18
Tabel 3.3 Survey motivasi pergi ke museum.....	18
Tabel 3.4 Survey seberapa banyak yang mengetahui Museum Pos.....	19
Tabel 3.5 Survey media informasi Museum Pos.....	19
Tabel 3.6 Survey jumlah orang yang pernah mengunjungi Museum Pos.....	20
Tabel 3.7 Survey kesadaran akan pentingnya Perangko dan peralatan Pos.....	20
Tabel 3.8 Survey ketertarikan akan Promosi Museum Pos.....	21
Tabel 3.9 Survey ketertarikan Responden akan Museum Pos.....	21
Tabel 3.10 Survey perbandingan daya tarik Museum di Bandung.....	22
Tabel 3.11 Survey ketertarikan responden akan koleksi filateli.....	22
Tabel 3.12 Survey perbandingan Museum yang pernah dikunjungi.....	23
Tabel 3.13 Data Pengunjung Museum Pos Indonesia tahun 2009.....	38
Tabel 3.14 Data Pengunjung Museum Pos Indonesia tahun 2010.....	39
Tabel 3.15 Data Pengunjung Museum Pos Indonesia tahun 2011.....	39
Tabel 3.16 Data Pengunjung Museum Pos Indonesia tahun 2012.....	40

Tabel 4.1 <i>Timeline</i>	64
Tabel 4.2 Rencana anggaran biaya.....	40