

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA
PROMOSI IKLAN CETAK MUSEUM KERETA API
BONDOWOSO**

TUGAS AKHIR KARYA

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat S-1

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Jurusan Desain



OLEH

ANGGA ADITIYA NOVA

NIM. 13151106

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA (ISI) SURAKARTA**

2018

PENGESAHAN
TUGAS AKHIR KARYA
PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA
PROMOSI IKLAN CETAK MUSEUM KERETA API
BONDOWOSO

Oleh :

Angga Aditiya Nova

NIM : 13151106

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji
pada tanggal 27 Juli 2018

Tim Penguji

Ketua Penguji : Fitri Murfianti, S.Sos.,M.Med.Kom:
Penguji Bidang : Basnendar Herry Prilosadoso, S. Sn., M.Ds
Penguji/Pembimbing : Handriyotopo, S. Sn., M.Sn.



Deskripsi karya ini telah diterima sebagai
salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds) Pada
Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta 27 Juli 2018

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain



Joko Budiwiyanto, S.Sn., MA
NIP. 197207082003121001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Angga aditiya Nova**

Nim : **13151106**

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir (Karya) berjudul :

"Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi Iklan Cetak Museum Kereta Api Di Bondowoso" Adalah karya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiarisme dan karya orang lain. Apabila dikemudian hari, terbukti sebagai hasil jiplakan maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai ketentuan yang berlaku. Selain itu, saya menyetujui laporan Tugas Akhir ini dipublikasikan secara online dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan ilmiah untuk keperluan akademis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta 3 Agustus 2018

Yang menyatakan,



NIM: 13151106

ABSTRAK

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI IKLAN CETAK MUSEUM KERETA API BONDOWOSO

Angga Aditiya Nova

Nim : 13151106

Museum Kereta Api Bondowoso, merupakan tempat wisata sejarah transportasi kereta api jaman Hindu- Belanda yang terletak di Bondowoso Jawa Timur. Salah satu koleksinya yang terkenal adalah adanya Gerbong Maut sebagai saksi sejarah kejamnya masa kolonialisme. Dengan dijadikannya lokasi ini menjadi Museum Kereta Api Bondowoso maka diperlukan kegiatan *branding image*, atau *icon* yang menjadikan simbol tersendiri pada museum kereta api. Tujuan dari perancangan ini untuk melakukan merancang identitas visual sebagai *brand image* Museum Kereta Api Bondowoso dan mengaplikasikannya melalui media promosi iklan cetak yang sesuai dan efektif. Metode perancangan ini melalui beberapa tahapan dimulai dari teknik pengumpulan data dengan melalui observasi, wawancara, studi dokumentasi, dan menganalisis SWOT, kemudian dilanjut dengan tahapan sket dan digitalisasi desain terpilih. Konsep perancangan *identitas visual* seperti logo dirancang dari gabungan *picturemark* dan *letter mark*. *Picturemark* berupa deformasi dari bentuk dari Gerbong pengangkut barang, *letter mark* yang bertuliskan nama dari Museum Kereta Api Bondowoso dan *tagline* merupakan pesan pokok yang ingin disampaikan. Aplikasi pada media dibuat dengan tujuan memperkenalkan logo dan unsur Identitas Visual lainnya tersebut kepada masyarakat. Hasil perancangan ini berupa media promosi iklan cetak yang meliputi: Poster, Iklan Surat Kabar, *Corporate Identity*, *Merchandise*, seperti kaos, gantungan kunci, mug, vandel, topi, *roll banner*, infografis, dan selebaran yang dirancang dalam proses visualisasi desain yang seragam atau tematik. Melalui media perancangan promosi iklan cetak ini harapannya dapat memperkenalkan kepada masyarakat terkait identitas yang baru, yang memiliki jiwa dan filosofi untuk memperkuat *brand image* dari identitas Museum Kereta Api Bondowoso.

Keyword/ kata kunci : Museum Kereta Api Bodowoso, Identitas Visual,
Promosi, *Brand Image*.

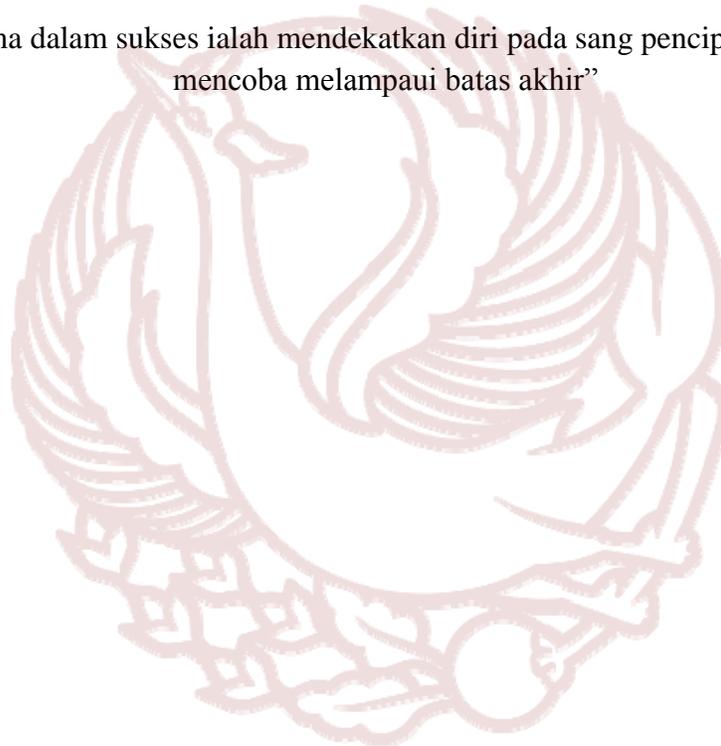
MOTTO

“Belajarlah dari kesalahan,

lakukanlah hal-hal yang tidak bisa kau lakukan”

“Jalani dengan sungguh-sungguh, teruslah berdoa kepada Allah SWT.

Kunci utama dalam sukses ialah mendekati diri pada sang pencipta dan teruslah mencoba melampaui batas akhir”



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta segala karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul "Perancangan Identitas Visual Dan Media Promosi Iklan Cetak Museum Kereta Api Bondowoso". Adapun tugas akhir ini disusun guna meraih gelar program S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta. Terselesaikannya tugas akhir ini, tentunya tidak terlepas dari dukungan semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak baik bersifat moril maupun materil, oleh karenanya, ucapan terima kasih disampaikan kepada :

1. Joko Budiwiyanto S.Sn, MA selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Surakarta.
2. Asmoro NPA, S. Sn., M.Sn selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual
3. Handriyotopo, S. Sn., M.Sn selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir
4. Anung Rachman ST., M.Kom, selaku Penasihat Akademik Mahasiswa.
5. Bapak Lukman Arif S selaku Kepala Dinas Musuem Kereta Api Bondowoso Daop ix (Sembilan) Jember yang telah memberikan izin dan memberikan informasi yang cukup sehingga Tugas Akhir ini dapat selesai.
6. Bapak dan Ibu serta keluarga yang menjadi alasan untuk terus semangat berjuang meraih kesuksesan

7. Teman –teman seperjuangan yang telah memberikan semangat, motivasi dan kebersamaan selama menuntut ilmu di Institut Seni Indonesia Surakarta.
8. Rekan team work dalam memberikan dukungan, tenaga dan fikiran, sehingga terselesaikannya tugas akhir ini.
9. Teman- teman kost Pondok Damai yang juga memberikan dukungan terselesaikannya tugas akhir ini.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan laporan Tugas Akhir.

Akhir kata laporan Tugas Akhir ini masih jauh belum sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun, dari semua pihak sangat diharapkan, dan tidak lupa harapan penulis semoga laporan Tugas Akhir ini, dapat bermanfaat bagi pembaca serta menambah ilmu wawasan dan ilmu pengetahuan. Atas partisipasi dan Apresiasi terhadap laporan ini diucapkan terimakasih banyak.

Surakarta 3 Agustus 2018
Angga Aditya Nova

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN	ii
DAFTAR ISI	iii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Gagasan Penciptaan / Ide Penciptaan.....	13
C. Tujuan Penciptaan.....	13
D. Manfaat Penciptaan.....	14
E. Tinjauan Sumber Penciptaan.....	15
F. Landasan Penciptaan.....	17
G. Metode Penciptaan.....	31
H. Sistematika Penulisan.....	38
 BAB II. IDENTITAS VISUAL MUSEUM KERETA API BONDOWOSO	
A. Letak Geografis Kabupaten Bondowoso.....	42
B. Sejarah Museum Kereta Api Bondowoso.....	44
1) Definisi Tentang Museum Kereta Api Bondowoso.....	44
2) Fasilitas Umum Museum Kereta Api Bondowoso.....	47
3) Media Promosi Yang Sudah Dilakukan.....	48
a) Brousur Objek Wisata Bondowoso.....	49

b) Iklan Koran Radar Ijen Objek Wisata Bondowoso.....	51
4) Penanda Pictogram atau (<i>Signage Design</i>).....	54
5) Diagram Sample Wawancara.....	55
6) Metode Perancangan.....	55

BAB III. KONSEP PERANCANGAN IDENTAS MUSEUM KERETA API BONDOWOSO

A. Konsep Kreatif.....	58
B. Desain Identitas Visual.....	65
C. Standar Visual.....	66
D. Unsur Element Desain Logo Atau Ikon.....	74
E. Prose Sketsa / <i>Thumbnail Logo</i>	75
F. Alternatif Logo.....	76
G. Digitalisasi Logo.....	78
H. Penataan <i>Typografi</i>	79
I. Alternatif Digitalisasi Logo.....	81
J. Komprehensif Desain Logo.....	86
K. Logo Final.....	93
L. Warna / Coloring.....	95
1) <i>Typografi</i>	101
2) <i>Tagline</i>	102
3) Rumus Skala Proporsional Logo.....	103

4) Konsep Penerapan Implementasi Media.....	103
---	-----

BAB IV. VISUALISASI DESAIN

A. Desain Logo.....	131
B. GSM (<i>Grapick Standart Manual</i>).....	132
C. Implementasi Media.....	136
D. <i>Sign Sytems</i>	137
E. Poster Event.....	139
F. Iklan Surat Kabar.....	140
G. Brosur.....	141
H. Banner.....	142
I. <i>Office Stasionery Promotion</i>	143
J. Merchandise.....	150
K. Transid Ad Mobil Dinas.....	154

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan.....	156
B. Saran.....	157

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMABAR

Gambar 1. Museum Prioritas Aksi (SoloPos).....	4
Gambar 2. Pengesahan Museum Kereta Api di Bondowoso.....	10
Gambar 3. Logo Museum Kereta Api di Bondowoso	11
Gambar 4. Diagram Metode Perancangan	37
Gambar 4. Peta Geografis Bondowoso	44
Gambar 5. Tampak muka Stasiun Bondowoso	46
Gambar 6. Desain Brosur Pariwisata Bondowoso	49
Gambar 7. Desain Brosur Pariwisata Bondowoso	50
Gambar 8. Media Promosi Museum Kereta Api Bondowoso	52
Gambar 9. <i>Signage</i> Museum Kereta Api	54
Gambar 11. Plang atau Plakat Museum Kereta Api Bondowoso	63
Gambar 12. Museum Kereta Api Bondowoso	64
Gambar 13. Monumen Gerbong Maut	64
Gambar 14. Logo dari Museum Kereta Api Bondowoso	69
Gambar 15. Logo Pemerintah Kota Bondowoso	70
Gambar 16. <i>Layout</i> Grub	71
Gambar 17. <i>Layout</i> Axial	71
Gambar 18. Unsur - Unsur Elemen Logo atau <i>Brand</i>	75
Gambar 19. Sketsa Logo Museum Kereta Api Bondowoso	76
Gambar 20. Sketsa Alternatif Logo Museum Kereta Api.....	77
Gambar 21. Sketsa Alternatif Logo Museum Kereta Api.....	78

Gambar 22. Sketsa Alternatif Logo Museum Kereta Api.....	78
Gambar 23. Digitalisasi Desain Logo Museum Kereta Api	78
Gambar 24. Digitalisasi Desain Logo Museum Kereta Api	80
Gambar 25. Digitalisasi Desain Logo Museum Kereta Api	80
Gambar 26. Digitalisasi Desain Logo Museum Kereta Api	81
Gambar 27. Digitalisasi Alternatif Logo Museum Kereta Api.....	81
Gambar 28. Digitalisasi Alternatif Logo Museum Kereta Api.....	82
Gambar 29. Digitalisasi Alternatif Logo Museum Kereta Api.....	83
Gambar 30. Digitalisasi Alternatif Logo Museum Kereta Api.....	84
Gambar 31. Digitalisasi Alternatif Logo Museum Kereta Api.....	85
Gambar 32. Digitalisasi Konprehensif Logo Museum Kereta Api.....	86
Gambar 33. Digitalisasi Konprehensif Logo Museum Kereta Api.....	87
Gambar 34. Digitalisasi Konprehensif Logo Museum Kereta Api.....	88
Gambar 35. Konprehensif Logo Museum Kereta Api.....	89
Gambar 36. Digitalisasi Komprehensif Logo Museum Kereta Api....	90
Gambar 37. Digitalisasi Komprehensif Logo Museum Kereta Api....	91
Gambar 39. Digitalisasi Komprehensif Logo Museum Kereta Api....	92
Gambar 40. Digitalisasi Komprehensif Logo Museum Kereta Api....	93
Gambar 41. Digitalisasi Final Logo Museum Kereta Api	94
Gambar 42. Logo Final Museum Kereta Api	95
Gambar 43. Pallet Color Logo Museum Kereta Api	96
Gambar 44. Pallet Color Logo Museum Kereta Api	97

Gambar 45. Pallet Color Logo Museum Kereta Api	98
Gambar 46. <i>Postage</i>	99
Gambar 47. Warna Desain Logo Museum Kereta Api	100
Gambar 48. Konsep Typografi Logo Museum Kereta Api	101
Gambar 50 Konsep <i>Tagline</i>	102
Gambar 51 Grid skala perbandingan.....	103
Gambar 52. Alternatif <i>Sign system</i>	104
Gambar 53. Alternatif <i>Sign system</i>	105
Gambar 54. Alternatif <i>Sign system</i>	106
Gambar 55. Alternatif <i>Sign system</i>	107
Gambar 56. Alternatif <i>Sign system</i>	108
Gambar 57. Desain Poster.....	109
Gambar 58. Digitalisasi Desain Poster	110
Gambar 59. Digitalisasi Desain Poster	111
Gambar 60. Digitalisasi Desain Poster	112
Gambar 61. <i>Thumbnail</i> Iklan Koran Museum Kereta Api.....	113
Gambar 62. Digitalisasi Iklan Koran	114
Gambar 63. <i>Thumbnail</i> Banner Museum Kereta Api	115
Gambar 64. Digitalisasi Banner	116
Gambar 65. <i>Thumbnail</i> Infografis.....	117
Gambar 65. Alternatif Digitalisasi <i>id card</i> Museum Kereta Api.....	119
Gambar 66. <i>Thumbnail</i> Memo Museum Kereta Api	120

Gambar 67. Digitalisasi memo Museum Kereta Api	121
Gambar 69. Digitalisasi Kopsurat Museum Kereta Api	123
Gambar 70. Alternatif digitalisasi Kop Surat Museum Kereta Api	124
Gambar 72. Digitalisasi Amplop Museum Kereta Api	125
Gambar 73. Desain Kaos Museum Kereta Api Bondowoso	126
Gambar 74. Digitalisasi Kaos Museum Kereta Api Bondowoso	128
Gambar 75. Digitalisasi Stiker Museum Kereta Api Bondowoso	129
Gambar 76. <i>Thumbnail</i> Ganci Museum Kereta Api Bondowoso	130
Gambar 77. Digitalisasi Gantungan Kunci Museum Kereta Api	130
Gambar 78. Logo Museum Kereta Api Bondowoso	132
Gambar 79. Penerapan Warna Museum Kereta Api Bondowoso	133
Gambar 80. Penerapan <i>Clear Space Area</i> Museum Kereta Api	134
Gambar 81. Penerapan Ukuran Logo Museum Kereta Api	134
Gambar 82. Fleksibilitas Warna Kereta Api Bondowoso	135
Gambar 83. <i>Incorrect Logo</i> Museum Kereta Api Bondowoso	136
Gambar 84. Aplikasi Media Museum Kereta Api Bondowoso	136
Gambar 85. Digitalisasi <i>Sign system</i> Museum Kereta Api	138
Gambar 86. Digitalisasi Poster Museum Kereta Api	139
Gambar 87. Digitalisasi Iklan Suarat Kabar Kereta Api Bondowoso..	140
Gambar 88. Digitalisasi Iklan Brosur Kereta Api Bondowoso	141
Gambar 89. Digitalisasi Banner Museum Kereta Api Bondowoso	143
Gambar 89. Digitalisasi <i>ID Card</i> Museum Kereta Api Bondowoso	144

Gambar 90. Digital Memo Museum Kereta Api Bondowoso.....	145
Gambar 91. Digital Kop surat Museum Kereta Api Bondowoso	146
Gambar 92. Digital amplop Museum Kereta Api Bondowoso	147
Gambar 93. Digital CD Kereta Api Bondowoso	148
Gambar 94. Infografis Museum Kereta Api Bondowoso	149
Gambar 95. Digitalisasi Kaos Museum Kereta Api.....	150
Gambar 96. Digitalisasi Sticker Museum Kereta Api.....	151
Gambar 97. Gantungan Kunci Museum Kereta Api.....	152
Gambar 98. Topi Museum Kereta Api Bondowoso.....	153
Gambar 99. Mug Museum Kereta Api Bondowoso.....	154
Gambar 100. Transid ADmobil dinas Museum Kereta Api	155

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Skema Perancangan	37
Tabel 2. Diagram Batang Museum Kereta Api.....	55



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan hal penting untuk suatu daerah, karena perkembangan pariwisata berdampak pada pengembangan lapangan kerja dan peningkatan pertumbuhan ekonomi juga pembangunan. Pengembangan pariwisata pada suatu daerah khususnya perkotaan merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan. Perkembangan kota saat ini tidak terlepas dari pengaruh globalisasi, dimana kemajuan teknologi informasi telah mempengaruhi aktivitas orang-orang di dalamnya, terutama kecepatan dalam mobilisasi.

Aktifitas yang tinggi menuntut kota untuk lebih berkembang lebih cepat lagi, di berbagai sektor mulai dari pelayanan publik, transportasi, dan ekonomi. Perkembangan ekonomi kota tidak lepas dari berbagai hal, salah-satunya adalah sektor pariwisata yang dapat menghidupkan roda perekonomian selain sektor industri. Melalui pariwisata akan menarik banyak orang untuk datang ke kota tersebut, di era globalisasi setiap kota dapat bersaing dalam mengembangkan daerahnya sendiri.

Konsep dalam *Branding* adalah peningkatan kualitas dalam membangun suatu *brand* dan menjadikannya pembeda dalam brand-brand yang ada. Bagaimana *Ekuitas* suatu kota tersebut lebih tinggi dari pada kota lainnya karena kota tersebut terkenal dengan keasliannya. *Branding* yang kuat akan

dapat membuat kota-kota kecil dapat bersaing dengan kota lainnya. Sebaliknya jika suatu kota memiliki citra yang buruk maka akan susah untuk mengubah pandangan dan opini publik tentang kota tersebut. Citra yang baik di mata masyarakat, akan membuat kota tersebut dilirik oleh investor, dengan memanfaatkan media yang saat ini terbilang canggih atau maju, melalui perancangan identitas visual untuk Museum Kereta Api Bondowoso, dengan menggunakan perancangan media promosi Iklan Cetak Sebagai media memperkenalkan Museum Kereta Api Bondowoso kepada masyarakat luas.

Pengetahuan tentang Sejarah Museum Kereta Api dalam bentuk koleksi, barang atau alat berat jaman dahulu yang asli maupun replika dan papan informasi yang dibuat dalam bentuk info grafis maupun diagram. Dari penelusuran di museum dapat memberikan pengalaman yang tidak terlupakan yang penuh dengan makna. Seperti halnya stasiun Bondowoso ini yang menindak lanjuti tentang penetapan, Stasiun Bondowoso sebagai museum oleh pemerintah melalui undang-undang yang berlaku Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Kawasan Suaka Alam dan kawasan Pelestarian Alam, atau Cagar Budaya. (Sumber Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 5 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi).

Di Bondowoso museum sebagai sebuah lembaga pelestarian memiliki kegiatan penelitian dan pengembangan wisata budaya. *International Council of Museum* (ICOM) dalam konferensi di Vienna Austria pada 2007 mendefinisikan museum sebagai lembaga tetap yang non profit, melayani masyarakat secara

terbuka yang mengumpulkan, memelihara, meneliti, memberikan informasi dan memamerkan warisan budaya manusia berupa peninggalan fisik (*Tangible*) maupun non fisik (*Intangible*) untuk tujuan ilmu pengetahuan, pendidikan, dan rekreasi / pariwisata.

Pengertian yang hampir sama tercantum dalam Undang-undang Cagar Budaya No.11 tahun 2011, menyebutkan bahwa museum adalah suatu lembaga yang berfungsi, melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi berupa benda, bangunan dan /data struktur yang telah ditetapkan sebagai cagar budaya atau yang bukan cagar budaya, dan mengkomunikasikan kepada masyarakat.

Seperti yang telah di ungkapkan menurut Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Muhadjir Effendy beberapa capaian pemajuan kebudayaan sebagai bentuk kerjasama pemerintah dengan pemangku kepentingan, Setelah sekian lama, akhirnya kita memiliki Undang-Undang tentang Pemajuan Kebudayaan UU (Undang-undang) No.5/2017), pasal 1 ayat 6 yang berbunyi Pemanfaatan adalah upaya penyalaa gunaan Objek Pemajuan Kebudayaan untuk menguatkan ideologi, politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan, dan keamanan dalam mewujudkan tujuan nasional (Redaksi @solopos.co.id edisi senin 23 Oktober 2017.)



Gambar 1. Museum Prioritas Rencana Aksi.
(Sumber: Solopos, Senin 23 Oktober 2017)

Bondowoso merupakan Salah satunya wilayah yang tengah ingin mengembangkan kota yang maju dan mengikuti Jaman, dengan mengandalkan sektor wisata, yang memiliki potensi namun jarang Terekspos media. Museum kereta api di Bondowoso, yang baru diresmikan pada tanggal Rabu 17 Agustus 2016, yang merupakan museum pertama di Jawa Timur dengan berbagai koleksi peralatan kerja.

Seperti halnya yang dulu pernah digunakan dari masa-kemasa misalnya, tiket Edmonson, mesin cetak tanggal karcis, ebleg semboyan 40, lampu handsen, stample, mesin tik, telepon, topi PPKA, Peluit, foto *Reglement* dan ruang pameran Museum Kereta Api Bondowoso terdiri dari ruang pameran pengantar, ruang pameran Utama, pameran Gerbong Maut dan Pameran Komoditas. (

Dikutip dari wawancara Lukman Arif, 5 Juli 2017)

Bondowoso pertama kali di buka pada akhir abad ke-18 oleh Raden Bagus Assrah. Beliau merupakan anak angkat dari, pimpinan Kabupaten Besuki pada waktu itu yakni, Bupati Ranga Kiai Suroadikusumo. Yang sedang mendapat tugas untuk membuka wilayah, tenggara Kabupaten Besuki. Pada perkembangannya, masyarakat lebih mengenal dengan sebutan Kiai Ranga. Pada tahun 1794 dalam usaha memperluas wilayah, menemukan wilayah yang kemudian di sebut Bondowoso. Selanjutnya beliau di angkat sebagai Demang dengan gelar *Abhiseka Mas Ngabehi Astrotruno. Raden Bagus Assra*, berhasil mengembangkan wilayah tenggara Kabupaten Besuki, itu menjadi sebuah kota.

Secara geografis, Kabupaten Bondowoso terletak di ujung sebelah Timur Pulau Jawa, sebelah Barat, dan Utara berbatasan dengan Kabupaten Situbondo. Sedangkan di sebelah Timur, berbatasan dengan Kabupaten Banyuwangi, dan di Selatan berbatasan dengan Kabupaten Jember. Wilayah Kabupaten yang dikelilingi oleh pegunungan. di sebelah barat ada pegunungan, Hyang dan Argopuro, sebelah Utara ada Pegunungan Kretek, di sebelah Timur Gunung Raung dengan Kawah Ijenya yang di kenal sebagai tempat pariwisata (Mashoed. 2004: 42).

Berkembang dan majunya pembangunan di Indonesia, khususnya di

bidang pemberdayaan dan pelestarian budaya cagar alam, yang saat ini sedang menjadi, tren dijadikan salah satu agro wisata, untuk anak-anak muda masa kini. yang suka berpetualang, maupun mengisi waktu libur dengan *Adventure* (jalan-jalan / berkunjung) bersama teman maupun keluarga, semua ini dapat dilihat dari data pengunjung / *pelancong*, tidak hanya orang tua, anak muda bahkan anak kecil juga, mulai berkunjung ke Museum Kereta Api Bondowoso. Adanya museum kereta api ini sangat mendukung, di samping itu masyarakat khususnya anak muda saat ini dapat belajar dari sejarah kereta api. Yang dijadikan ikon kota salah satunya yang telah dijelaskan dalam sejarah perjalanan Kereta Api Gerbong Maut.

Sebagai kota yang sedang berkembang museum kereta api ini juga ingin meningkatkan citra perusahaan melalui, pembangunan *identitas visual* untuk menjangkau semua khalayak. dengan melalui pendekatan desain komunikasi visual diharapkan dapat menambah minat para pengunjung atau *pelancong* di kalangan masyarakat luas. Salah satu cara untuk mengajak para pemuda untuk menjaga dan melestarikan museum kota, kota Bondowoso merupakan kota memiliki berbagai macam budaya yang menarik. Budaya yang beragam ini menjadikan nilai wisata yang menarik. Mulai dari wisata budaya hingga wisata kuliner. Banyak acara adat yang dilaksanakan tiap tahunnya yang memiliki keunikan tersendiri.

Bondowoso juga terkenal sebagai Kota Republik Kopi karena kota ini merupakan kota penghasil kopi. Potensi-potensi pariwisata dari kota ini kurang dilestarikan potensi-potensi pariwisata ini salah satunya museum kereta api di Bondowoso atau yang sering kita dengar dengan sebutan Gerbong Maut. Museum memiliki arti penting ditengah masyarakat, baik untuk masyarakat sekitar maupun umum. Bagi masyarakat sekitar museum dapat meningkatkan perekonomian disekitar lokasi.

Dampak lain, dari keberadaan museum menurut Rusi Haryono Kepala Daop 9 Jember. (1) Aspek Pendidikan, peningkatan pengetahuan masyarakat tentang Museum Kereta Api Bondowoso, (2) Aspek ekonomi, interaksi dengan pengunjung dapat muncul motif ekonomi dan menambah jejaring komunikasi antar pengunjung satu dengan yang lain, (3) Aspek rekreasi atau berlibur di museum menjadi Objek hiburan bagi masyarakat, (4) Aspek penelitian, peneliti mengembangkan ilmu pengetahuan dari data yang di peroleh di museum, (5) Aspek infrastruktur, pembangunan dan peningkatan kualitas jalan menjadi wujud nyata pembangunan infrastruktur. (Dikutip dari wawancara Lukman Arif, 5 Juli 2017)

Salah satu cara untuk melestarikan dan melindungi bangunan bersejarah tersebut adalah dengan melalui pembangunan identitas visual yang keratif dan unik untuk menumbuhkan rasa cinta terhadap bangunan bersejarah dengan memanfaatkan media cetak sebagai media promosi. Melalui perancangan

identitas visual untuk Museum Kereta Api Bondowoso, Sebagai media memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang Museum Kereta Api Bondowoso atau Gerbong Maut.

Promosi yang sudah dilakukan oleh pemerintah hanya sebatas informasi yang kurang interaktif dan kurang menarik. Namun untuk membangun *identitas visual* itu sendiri masih belum dilakukan. Dimulai dari pengembangan logo, *corporate identity*, *pictogram*, dan katalog, sehingga masih ada masyarakat yang belum tahu dan tidak menghargai eksistensi dari museum kereta api tersebut. Museum kereta api juga merupakan aset hasil kebudayaan suatu daerah yang wajib dilestarikan. Perlu diadakan suatu terobosan terbaru dalam bangunan identitas bersejarah untuk memanfaatkan kemajuan teknologi yang sudah ada. Untuk membantu kelestarian atau eksistensi dari suatu bangunan bersejarah itu sendiri, setidaknya dengan melalui perancangan identitas visual dan media cetak sebagai media promosinya, tersebut dapat memberikan kesadaran kepada masyarakat luas untuk melindungi warisan hasil budaya leluhur. Mengacu pada perubahan visi misi dan perkembangannya yang semakin pesat, maka museum Kereta Api membutuhkan sebuah identitas baru.

Tidak hanya dapat visi misi, dalam mengembangkan citra untuk membangun museum kereta api lebih maju. Untuk meningkatkan perkembangan pariwisata dan meningkatkan kunjungan wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara ke Bondowoso, Jawa Timur, pemerintah

Kabupaten Bondowoso berencana akan membangun fasilitas kereta api wisata di Museum Kereta Api.

Menurut Kepala Bidang Pariwisata pada Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disparpora) Pemkab Bondowoso, Adi Sunaryadi, dikutip dari wawancara (Rabu 5 Juli 2017), Bondowoso, Ia mengatakan, "Bekas stasiun kereta api di Jalan Imam Bonjol, Kelurahan Kademangan, Kecamatan Kota Bondowoso, itu saat ini sudah menjadi Museum Kereta Api dan akan dimanfaatkan pemerintah daerah dalam pengelolaannya", rencana pembangunan fasilitas kereta api wisata dilakukan setelah sebelumnya. Pemerintah Kabupaten Bondowoso dan PT KAI Daop 9 Jember sudah melakukan penandatanganan kerja sama (MOU) pada pertengahan tahun lalu.

Isi dari perjanjian kerja sama tersebut, katanya, PT KAI sebagai pemilik dan penyedia lahan Museum Kereta Api dan pemerintah daerah sebagai pemanfaat pengelolaan museum itu dalam bentuk sewa, sampai saat ini pembangunan fasilitas kereta api wisata masih dalam tahap perencanaan dan membutuhkan persetujuan dari legislatif (DPRD) karena berhubungan dengan anggaran, Menurut Adi, untuk mewujudkan kereta wisata nantinya juga butuh dukungan dari masyarakat yang tinggal di sekitar bantaran rel kereta api di Bondowoso yang selama ini sudah tidak aktif.

Nantinya kalau kereta api wisata sudah aktif, wisatawan dapat naik

kereta berkeliling di wilayah Bondowoso dan yang pasti jalur kereta api wisata tidak mengganggu jalur kereta api aktif, rencana pembangunan fasilitas kereta api wisata di Museum Kereta Api Bondowoso ini karena sejak hampir satu tahun diluncurkan, jumlah pengunjung museum terus bertambah baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Jumlah pengunjung Museum Kereta Api Bondowoso pada triwulan pertama tahun ini sebanyak 2.146 orang dan pada triwulan kedua bertambah menjadi 3.442 pengunjung (dikutip dari wawancara Adi Sunaryadi, 15 Juli 2017).

Maka semakin maju dan semakin berkembang fasilitas yang, akan didapat maka, kebutuhan akan *identitas* yang baru sangat penting disini, karena akan digunakan sebagai pembawa visi misi dan citra Museum Kereta Api pada publik. Sebuah *identitas visual* berupa logo yang belum tercipta, di museum kereta api Bondowoso. Pembinaan kota dan penambahan fasilitas yang semakin meningkat, maka perlunya membangun sebuah *identitas* pada museum ini. Melalui wawancara kepada pencipta logo didapatkan fakta bahwa logo yang ada saat ini merupakan logo yang dibuat seadanya karena kebutuhan mendesak pada tahun itu, yang akhirnya digunakan hingga saat ini.

Logo pada museum itu sendiri masih belum dibuat dan masih berada di bawah naungan stasiun kereta api, berdasarkan observasi awal ini, peneliti mencoba menelusuri kasus yang dirasa aneh, ini karena adanya museum yang disahkan pemerintah namun belum memiliki sebuah *branding*, atau logo yang

dapat di jadikan pembeda. Maka melalui perancangan *identitas visual* museum kerta api di Bondowoso yang diciptakan sebagai pembeda, dapat mewakili visi misi dan citra dari museum kereta api itu sendiri



Gambar 2. Pengesahan Museum Kereta Api Di Bondowoso.
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

Image suatu perusahaan sangatlah penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan untuk menarik perhatian konsumennya. Sebuah *Identitas* yang menonjol serta unik diperlukan sebagai pengenalan suatu produk atau perusahaan guna sebagai sarana untuk melakukan promosi, menyampaikan visi misi, menggambarkan filosofi dari organisasi atau perusahaan agar mudah diingat dan memberikan citra positif kepada masyarakat. Secara umum, *identitas visual* mengungkapkan nilai-nilai dan ambisi perusahaan, bisnis dan karakteristiknya.

Identitas visual mencakup logo, tipografi, warna, dan perangkat pendukung yang dikemas dalam suatu pedoman. Pedoman ini mengatur bagaimana dapat diterapkan pada suatu perusahaan, hal ini lah yang menjadi permasalahan pada kasus identitas visual museum kereta api. Logo kurang

dapat mengungkapkan nilai-nilai dan ambisi, juga tidak adanya pedoman yang mengatur penerapan identitas. Suriyanto Rustan (2013:54)



Gambar 3. Logo Museum Kereta Api Di Bondowoso.
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)

minimnya tingkat kesadaran pemerintah kota untuk merancang sebuah identitas visual agar mudah dikenal masyarakat luas, dengan adanya perancangan tugas akhir ini harapannya perancangan ini tidak hanya dapat di jadikan bahan referensi untuk Lembaga Pendidikan, namun harapan lain juga perancangan ini tentunya nanti, dapat diimplementasikan secara riil pada Museum Kereta Api Bondowoso.

Dalam perancangan *identitas visual* ini ada beberapa fungsi, yang harus diperhatikan dalam proses perancangan ini, adalah sebagai berikut :

- a) Sebagai alat untuk menyatukan perusahaan yang baik harus dapat mewakili nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh perusahaan. Rencana perusahaan sekarang dan nantinya, juga harus dapat mencerminkan *image*, perusahaan. Hal ini menunjukkan keseriusan sebuah perusahaan dan kompetensi di bidangnya.

- b) Sebagai pendiri jaringan *network* yang baik Sebuah perusahaan yang ber-*image* positif, stabil, dapat dipercaya dan diandalkan. Akan menarik investor dan relasi-relasi bisnis yang nantinya akan menanamkan modal dalam perusahaan tersebut. Hal ini dapat diwujudkan dengan penggunaan identitas visual yang sesuai dan tepat dengan karakteristik perusahaan.
- c) Sebagai alat jual dan promosi perusahaan dengan *image* positif berpeluang besar untuk mengembangkan, dan memperkenalkan produk atau jasa baru, karena dengan memiliki *image* yang positif, masyarakat akan lebih percaya.
- d) Sebagai pembeda dengan perusahaan lain Sebuah identitas visual berperan penting sebagai pembeda suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain. Hal ini dikarenakan identitas visual bersifat pribadi, dalam artian setiap identitas haruslah berbeda karena nilai-nilai yang ingin ditampilkan setiap perusahaan juga berbeda-beda.

Maka dari itu harapan dari tugas akhir, ini dapat memberikan terobosan terbaru dalam membangun museum yang maju, dengan melalui Identitas Visual saat ini lebih sesuai dengan visi misi dan karakteristik museum kereta api, karena dengan *identitas* yang sesuai, sebuah perusahaan dapat lebih dikenal luas.

B. Gagasan Penciptaan/ Ide Penciptaan

Berdasarkan latar belakang, yang sudah dijelaskan maka dapat disimpulkan suatu rumusan gagasan penciptaan/ ide penciptaan yaitu

- 1) Bagaimana merancang sebuah *identitas visual* untuk mengenalkan, dan mempersuasif masyarakat guna mengapresiasi Museum Kereta Api Bondowoso.
- 2) Bagaimana merancang media promosi melalui iklan media cetak yang unik dan kreatif untuk menarik pengunjung ke Museum Kereta Api Bondowoso.

C. Tujuan Penciptaan

Tujuan dari karya desain komunikasi visual ini adalah untuk memecahkan masalah dan merancang identitas visual di lingkungan Museum Kereta Api dengan menguatkan *image* kepada masyarakat sekitar perancangan ini diharapkan untuk menunjukkan salah satu dari keunikan dan kekuatan dari Museum Kereta Api Bondowoso adapun tujuan khususnya sebagai berikut:

- 1) Menciptakan *icon* atau logo untuk Museum Kereta Api, Bondowoso untuk mengenalkan, mempersuasif masyarakat luas khususnya anak-anak muda dengan pendekatan media dan perancangan komunikasi visual yang tepat.
- 2) Menciptakan media promosi melalui iklan cetak untuk Museum Kereta Api Bondowoso, guna meningkatkan jumlah pengunjung museum.

D. Manfaat Penciptaan

Manfaat perancangan identitas visual Museum Kereta Api Bondowoso dibagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu:

1. Manfaat Teoritis

- a) Hasil Perancangan ini diharapkan akan menjadi sebuah acuan ataupun dapat memberikan Inspirasi untuk, dapat dikenal masyarakat umum dan studi tentang perancangan sebuah identitas visual sehingga, mampu menghasilkan solusi pemecahan masalah yang timbul.
- b) Dapat memperkaya konsep atau teori yang mendukung perkembangan ilmu pengetahuan tentang desain dan mampu menjadi pedoman atau sumber data untuk pembuatan karya-karya lain, serta berguna untuk tinjauan dari dunia desain komunikasi visual.
- c) Menambah referensi, atau acuan dalam pembuatan desain dan perancangan di bidang desain komunikasi visual
- d) Alternatif lain yaitu untuk pendekatan konsep strategi desain komunikasi visual dalam membangun identitas visual Museum Kereta Api Bondowoso .

2. Manfaat Praktis

- a) Memberikan informasi kepada masyarakat umum tentang pentingnya membaca dan belajar mengenai sejarah kereta api di Bondowoso.
- b) Melalui *identitas visual* yang langsung dapat mengena sasaran, kepada masyarakat melalui strategi desain komunikasi visual.

E. Tinjauan Sumber Penciptaan

Sumber ide perancangan ini didapat dari tugas akhir Duta Prihatmana (2010), Jurusan Desain Komunikasi Visual, FSRD, Universitas Sebelas Maret

tentang Perancangan Video Profil Museum Kereta Api Ambarawa. Karya Tugas Akhir ini mengetengahkan perancangan video profil Museum Kereta Api Ambarawa dan media-media penunjangnya diantaranya menghasilkan karya berupa video profil (format DVD) dan desain media-media lainya , poster *indoor*, kaos, sticker dan berbagai aksesoris yang mempromosikan Museum Kereta Api Ambarawa. Perbedaan tugas akhir ini yaitu merancang sebuah identitas visual untuk, Museum Kereta Api Bondowoso, agar dapat dikenal oleh masyarakat luas dengan melalui pendekatan media cetak sebagai media promosi.

Sumber ide pada penelitian hibah bersaing Kemenristekdikti, Basnendar Herry Prilosadoso dan Asmoro Nurhadi Panindias (2016) Prodi Desain Komunika Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta yang berjudul *EnvirontmenT Graphic Design Untuk Identitas Visual Museum Sangiran Sebagai Pengembangan Pariwisata Situs Purbakala di Kabupaten Sragen*, dengan mengembangkan media berupa *sign system* dan *wayfinding*. Penelitian ini menargetkan dua target, yaitu target pertama adalah menghasilkan *prototype* (perancangan desain/prototip) EGD sebagai identitas visual Museum Sangiran dan keseluruhan rangkaian *signage*, *identification sign*, *infomation sign*, *direction sign* dan aplikasinya. Target kedua hasil penelitian tahun pertama, ditulis pada jurnal ilmiah. Perbedaan

tugas akhir ini yaitu objek penelitian yang berbeda antara Museum Purbakala Sangiran dan Museum Kereta Api Bondowoso

Tugas Akhir karya Sabitta Tara Archyanta (2016), Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Sebelas Maret Surakarta, yang berjudul Perancangan Identitas Visual dan Promosi Program “*Solo Creative City Network (SCCN)*” di Kota Solo, adapun permasalahan yang dikaji adalah : (1) Bagaimana merancang strategi promosi yang tepat melalui media komunikasi visual guna memperkenalkan *Solo Creative City* (2) Bagaimana strategi memilih media pendukung yang tepat serta penempatannya untuk memperkenalkan *Solo Creative City*. Solo yang merupakan salah satu kota di Jawa Tengah mendapat gelar sebagai kota kreatif. Kesamaan tugas akhir ini yaitu merancang sebuah identitas visual namun berbeda objek yang diteliti namun keduanya sama-sama menggunakan media cetak sebagai media promosi.

F. Landasan Penciptaan

Terciptanya sebuah karya yang memiliki nilai yang tinggi bukan hanya dilihat dari ide semata, namun juga mempertimbangkan bagaimana Visualisasi tersebut dibuat. Rentetan progres dalam sebuah penciptaan karya harus dilewati terlebih dahulu yang dapat ditinjau dari ilmu desain komunikasi visual yang merupakan metode, cara, atau strategi, mengkomunikasikan ide-ide, melalui sebuah karya yang di dalamnya memiliki target tertentu.

Sebelum lebih jauh masuk ke dalam pembahasan yang lebih rinci kita perlu mengetahui tentang desain komunikasi visual, yang sangat akrab dengan kehidupan manusia, representasi sosial budaya masyarakat, dan salah satu *manifestasi*, kebudayaan yang berwujud produk dan nilai -nilai yang berlaku pada waktu tertentu.

Menurut Widagdo (1993:31), desain komunikasi visual dalam pengertian modern adalah desain yang dihasilkan dari rasionalitas. Dilandasi pengetahuan, bersifat rasional, dan pragmatis. Jagat desain komunikasi visual senantiasa dinamis, penuh gerak dan perubahan. Hal itu karena peradaban dan ilmu pengetahuan modern memungkinkan melahirkan industrialisasi. Sebagai produk kebudayaan yang terkait dengan sistem sosial dan ekonomi, desain komunikasi visual juga berhadapan pada konsekuensi sebagai produk massal dan komunikasi massa. Sedangkan menurut Sumbo Tinarbuko (2005:66), desain komunikasi visual dapat dipahami sebagai salah satu upaya pemecahan masalah (komunikasi, atau komunikasi visual) untuk menghasilkan suatu desain yang paling baru di antara desain yang baru.

1. Unsur-Unsur Visual

Sebelum membuat sebuah karya tentu harus mengetahui beberapa unsur dasar dalam membuat sebuah desain. Desain grafis sebagai seni sangat dekat dengan sebuah keindahan (*estetika*). Keindahan mengandung sebuah *objektivisme* yang membedakan kualitas rasa seni setiap orang. Buku teks sebagai salah satu media visual yang hanya bisa dilihat dan tidak lepas dari

unsur estetika. Unsur-unsur tersebut diadopsi ke dalam sebuah buku teks untuk mewujudkan buku teks yang menarik dan indah. Menurut Pujiyanto yang tercantum dalam I Komang Sudarman (2015:10), yaitu :

a. Titik.

Unsur titik sering ditemui dalam sebuah sajian buku, khususnya dalam akhir suatu kalimat. Titik merupakan suatu yang menandai sebuah tempat. Titik tidak memiliki panjang dan lebar, tidak mengambil daerah atau ruang dan merupakan pangkal dan ujung sepotong garis. Titik dalam sebuah buku mempunyai peran tersendiri.

b. Garis

Garis merupakan kumpulan titik yang membentuk suatu pola. Garis mempunyai panjang dan tidak memiliki lebar. Garis merupakan Sisi atau batas dari suatu benda, warna, bidang maupun ruang yang digunakan untuk memisahkan elemen grafis lainnya didalam sebuah halaman.

c. Bidang

Bidang adalah suatu garis yang mempunyai ukuran lebar dan panjang yang mempunyai permukaan. Kumpulan dari garis yang ditampilkan secara berulang-ulang bisa membentuk ketampakan sebuah bidang. Dalam desain, bidang sering ditampilkan untuk mengisi ruang.

d. Bentuk

Bentuk adalah suatu bidang yang terjadi karena dibatasi oleh sebuah kontur (garis) dan atau dibatasi oleh gelap terang pada arsiran atau karenanya adanya tekstur. Bentuk juga bisa berupa dua dimensi atau tiga dimensi.

e. Ruang

Ruang terjadi karena adanya persepsi mengenai kedalaman hingga terasa jauh dan dekat, tinggi dan rendah, tampak melalui indera penglihatan. Elemen ini misalnya dalam grafik koran disediakan ruang bernafas bagi mata pembaca. Hal ini dimaksudkan agar pembaca tidak lelah dengan teks yang terlalu panjang. Selain itu, dapat memberikan kesan desain yang lapang dan rapi yang biasa disebut *white space* atau ruang kosong.

f. Tekstur

Tekstur adalah unsur rupa yang menunjukkan rasa permukaan bahan (*material*), yang sengaja dibuat dan dihadirkan dalam susunan untuk mencapai bentuk rupa, baik dalam bentuk nyata maupun semu. Misalnya kesan tekstur kayu, kesan buku maupun kesan licin.

g. Warna

Warna merupakan faktor dominan dalam tampilan sebuah desain grafis. Orang akan tertarik pada desain grafis kali pertama pada warna yang dapat mencerminkan suasana hati bagi yang melihatnya. Warna dapat ditampilkan pada latar maupun teks. Jenis warna yang ditampilkan tentu mempunyai maksud dan tujuan dalam komunikasinya.

2. Prinsip Komposisi

Adi Kusrianto (2009: 34) memaparkan bahwa untuk menghasilkan sebuah karya bagus, perlu diperhatikan masalah komposisi. Komposisi adalah pengorganisasian unsur-unsur rupa yang disusun dalam karya Desain Grafis secara harmonis antara bagian dengan bagian, maupun antara bagian

dengan keseluruhan. Komposisi yang harmonis dapat diperoleh dengan mengikuti kaidah dan prinsip-prinsip komposisi yang meliputi kesatuan, keseimbangan, irama, kontras, fokus (pusat perhatian) serta proporsi.

Berikut prinsip- prinsip komposisi menurut (Adi Kusrianto 2009 : 35).

a. Kesatuan (*Unity*)

Merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang melandasinya. Kesatuan diperlukan dalam suatu karya grafis yang mungkin terdiri dari beberapa elemen di dalamnya. Dengan adanya kesatuan itulah, elemen-elemen yang ada saling mendukung sehingga diperoleh fokus yang dituju. Secara elementer, ada beberapa cara untuk mencapai kesatuan seperti menentukan dominasi agar diperoleh pengaruh yang tepat, dominasi pada ukuran, dominasi pada warna, pada tata letak, menjadikan ukuran sebagai daya tarik, menentukan arah dan menyatukan bentuk.

b. Keseimbangan (*Balance*)

Merupakan prinsip dalam komposisi yang menghindari kesan berat sebelah atas suatu bidang atau ruang yang diisi dengan unsur-unsur rupa. Irama dibagi menjadi dua yakni keseimbangan simetris dan asimetris, serta keseimbangan memusat dan menyebar.

c. Irama

Irama atau ritme adalah penyusunan unsur-unsur dengan mengikuti suatu pola penataan tertentu secara teratur agar didapatkan kesan yang menarik. Penataannya dapat dilaksanakan dengan mengadakan pengulangan maupun pergantian secara teratur.

d. Kontras

Kontras di dalam suatu komposisi diperlukan sebagai vitalitas agar tidak terkesan monoton. Tentu saja, kontras ditampilkan secukupnya saja karena bila terlalu berlebihan, akan muncul ketidakteraturan dan kontradiksi yang jauh dari kesan harmonis.

e. Fokus

Fokus atau pusat perhatian selalu diperlukan dalam suatu komposisi untuk menunjukkan bagian yang dianggap penting dan diharapkan menjadi perhatian utama. Penjagaan keharmonisan dalam membuat suatu fokus dilakukan dengan menjadikan segala sesuatu yang berada di sekitar fokus mendukung fokus yang telah ditentukan.

f. Proporsi

Proporsi adalah perbandingan ukuran antara bagian tertentu dengan keseluruhan. Prinsip komposisi tersebut menekankan pada ukuran dari suatu unsur yang akan disusun dan sejauh mana ukuran itu menunjang keharmonisan tampilan suatu desain.

3. *Branding*

Berbagai bidang memandang *brand* dari sudut pandangnya masing-masing, antara lain: bisnis dan keuangan, marketing, *advertising*, *sales*,

promotion, public relation, komunikasi, desain grafis, semiotic, psikologi, statistik, antropologi, sosiologi, dan lain-lain. Karena itu makna brand menjadi sangat luas. Menurut Suriyanto Rustan (2009 : 14-15) 'Designing Brand Identity': "Makna brand dapat berubah sesuai dengan konteksnya. Di masyarakat umum, brand secara populer dianggap sama dengan logo, merek, atau nama entitas. Semua bersifat fisik semata, padahal sebenarnya brand lebih merupakan rangkuman pengalaman dan asosiasi, terhadap sebuah entitas, jadi jauh lebih dalam dari sekedar fisik saja. Branding adalah kegiatan membangun sebuah identitas, termasuk logo, merupakan salah satu kegiatan branding.

4. Definisi Identitas Visual

Proses identitas visual sangat penting dalam sebuah perancangan desain. Secara definisi ilmiah menurut ahli bahasa, Morioka, Adams. (2004: 20), *Logo Design Workbook – A Hands on Guide to Creating Logos.*) *Logo Design Workbook: A Hands- On Guide To Creating Logo, "Identity is the combination of the logo, visual system (typeface, colors, imagery), an editorial tone work together to form a unique and cohesive message for company, person, object, or idea".* (identitas visual merupakan kombinasi dari logo, sistem visual, tipografi, warna, *imagery* yang dibuat menjadi satu-kesatuan yang padu untuk menyampaikan pesan tertentu dari sebuah perusahaan, orang, benda, ataupun ide).

Identitas visual adalah bentuk visual yang bertujuan untuk mengidentifikasi, membedakan, dan membangun hubungan yang berkelanjutan di dalam persaingan saat ini, serta menciptakan kepercayaan terhadap masyarakat atau konsumen. Sebuah produk, tempat, orang, perusahaan, dan lain-lain harus mampu berkomunikasi melalui identitas visual yang jelas dan konsisten. Identitas visual mencakup semua aplikasi desain, seperti logo, kop surat, kartu nama, *website*, dan aplikasi desain lainnya.

5. Tipografi

Secara garis besar bahwasanya elemen-elemen visual juga memiliki salah satu media pendukung ialah tipografi, yang menjadikan desain lebih menarik dan lebih hidup dan mampu memberikan informasi-informasi atau himbauan dalam penekanan teks atau huruf dalam sebuah desain, dan berikut menurut para ahli mengenai tipografi sebagai berikut: Tipografi menurut Taufik Murtono (2014:68), sebuah desain sangat berhasil dan gagal total karena aspek pemilihan huruf. Setiap jenis huruf memiliki kepribadian yang berbeda dan kemampuan untuk menyampaikan perasaan dan suasana hati yang berbeda.

Contohnya tipografi *display*, juga dikenal sebagai *tipografi headline*, cenderung lebih kuat dalam kepribadian, kadang-kadang mengesampingkan keterbacaan pada ukuran yang lebih kecil, untuk mengejar karakter kuat/dominan. Tipografi jenis ini bisa membangkitkan

kekuatan, keanggunan, agitasi, kekonyolan, keramahan, ketakutan, dan suasana hati lainnya.

Sebaliknya tipografi teks, sering digunakan untuk menyusun tulisan yang dapat mewakili suasana hati. Namun menekankan keterbacaan- ibarat manusia, tipografi teks lebih senang berkata pelan-pelan dari pada berteriak. Tipografi karakter huruf selalu dikaitkan dengan aspek *legible* dan *readable*, meskipun kedua aspek tersebut berhubungan dengan kemudahan dan kejelasan seseorang membaca huruf tertentu, kedua aspek tersebut benar-benar mengacu pada dua hal yang berbeda: *legible* mengacu pada desain yang sebenarnya dari tipografi, sedangkan *readible* mengacu pada bagaimana tipografi diatur. Untuk menjelaskan konsep identitas dari Museum Kereta Api Bondowoso ini menggunakan tipografi yang dikategorikan dalam tipografi berkarakter *heritage* (tradisional) yang sering kita dengar dengan *lettering* agar terkesan lebih modern dan sederhana dengan keterbacaan yang baik.

6. Warna

Warna dapat memicu emosi dan mengekspresikan kepribadian. Warna juga membangkitkan asosiasi merek kemudian mempercepat proses diferensiasi dari kompetitor. dalam bukunya Alina Wheeler (2003:128), kekuatan warna terdapat pada makna psikologis dibalikny dan kesan emosional yang didapat dari warna tersebut seperti halnya warna untuk

identitas Museum Kereta Api Bondowoso ini diambil dari warna lokomotif yang dominan dengan warna merah dan putih.

Identitas Museum Kereta Api Bondowoso menggunakan 2 (dua) jenis warna primer yaitu warna merah, yang merupakan warna dari *line* gerbong dan warna putih untuk merupakan warna dari anggota badan gerbong. Warna merah sendiri memberikan kesan dari berani, semangat, kuat, cinta, ambisi, pemimpin kehangatan. Warna putih dipilih merupakan pengganti warna hitam dari warna gerbong karena warna putih memberikan kesan rendah hati, suci, simpel, aman, kalem, santai, dan terpercaya.

7. Layout

Pengertian tentang layout banyak dan beragam salah satunya seperti di bawah ini, menurut Adi Kusriyanto (2009 : 29), pengantar desain komunikasi visual pada dasarnya tantangan yang paling menarik dari desain grafis maupun tata desain *layout*, semua serba relatif, semua bisa memakai sarana dan teknik dalam suatu karya secara efektif dan berhasil, tetapi belum tentu sarana dan teknik tersebut efektif, dan cocok untuk karya yang lain. Adapun beberapa prinsip dalam menyusun *layout* yang baik, menurut dalam buku atau tulisan yang membahas pembelajaran tentang prinsip desain oleh Tom Lincy dalam (*Design Principle for Desktop Publishing*) yaitu 1). Proporsi (*porporation*). 2). *Balance* (keseimbangan). 3). Kontras (*Contrast*). 4). Irama (*Rhythm*) 5). *Unity* (kesatuan). Namun, prinsip tersebut kadang-kadang disingkat menjadi 4 (empat), prinsip tersebut

sebagai berikut: 1). Kontras (*Contrast*). 2) Perulangan (*Repetition*). 3). Peletakan (*Alignment*). 4). Kesatuan atau fokus (*Proximity*) media.

8. Media Promosi Wisata

Promosi merupakan bentuk kegiatan untuk membujuk maupun merangsang khalayak agar tertarik pada suatu hal yang ditawarkan Promosi adalah koordinasi dari sejumlah upaya pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan kepada konsumen. (Morissan M,A, 2010:16), sedangkan pengertian promosi menurut Rhenald Khasali (1995:10) adalah bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*), yaitu perpaduan antara periklanan (*advertising*), penjualan personal, dan publisitas. Promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang memiliki empat bagian penting lainnya, diantaranya :

a) *Product*

Produk disini harus dikembangkan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen, diantaranya adalah atribut produk, desain merek, logo dan antisipasi pasar terhadap produk tersebut.

b) *Price*

Harga produk harus ditentukan agar dapat diraih, dapat bersaing di pasar dengan produk sejenis dan yang paling penting harga tersebut tergantung oleh konsumen

c) *Place*

Penyebaran produk harus merata sesuai dengan pasar yang ingin di jangkau sehingga konsumen mudah memperolehnya. Maka dari itu, para pelaku komunikasi harus pintar dalam pemilihan saluran distribusi produk yang tepat.

d) *promotion*

Suatu bentuk kegiatan yang suatu produk kepada para calon konsumen, dengan tujuan untuk memperoleh kesadaran dari para calon konsumen akan produk tersebut, biasa disebut dengan istilah lainnya yaitu *Brand Awareness*. Menurut Pujianto (2013 :170-178), berdasarkan media yang digunakan iklan dapat digolongkan ke dalam dua bagian yaitu :

1) *Above The Line*

Above The Line adalah media lini atas dengan tujuan membangun image, yang disebut full faktor komunikasi yang menggunakan "sewa media" bersifat massal, seperti iklan koran, majalah, televisi, radio, dan internet.

2) *Below The Line (BTL)*

Media lini bawah merupakan pelengkap yang mendukung media lini atas (*Above The Line*) dengan tujuan mendekatkan produk pada konsumen yang dapat membangun pengalaman khusus terhadap produk. Kelompok *Below The Line* yang dikatakan sewa media (sebenarnya tidak ada istilah sewa media), memasang iklannya ke media massa agar iklan yang dibuat

diterbitkan. Sewa media bukan berarti Sewa pajak ke pemerintahan daerah, namun dalam perkembangannya ada Pihak *Advertising* punya *Space* untuk memasang iklan. Jadi, yang dimaksud kelompok *Below The Line* adalah media periklanan yang tidak disewa tetapi terbit di media massa, atau tidak sewa *space* milik biro periklanan.

Berdasarkan media yang digunakan iklan dapat dibagi dalam beberapa jenis, yaitu :

a. Iklan media cetak

Pentingnya dalam perancangan promosi salah satunya yaitu media cetak merupakan media statis dan mengutamakan pesan- pesan visual yang terdiri dari lembaran dengan sejumlah, tulisan gambar, atau foto dalam tata warna dan halaman hitam putih Rhenald Kasali (1992: 99), yang termasuk media cetak antara lain.

1) Surat kabar

Merupakan media cetak yang dapat menjangkau hampir semua khalayak sasaran karena harganya relatif murah dan jangkauan distribusi yang tidak dibatasi .

2) Majalah

Berbeda dengan surat kabar, selain bersifat *long term*, majalah juga lebih menspesialisasikan produknya untuk menjangkau konsumen tertentu yang umumnya memiliki pasar yang lebih mengelompok, sehingga iklan

yang pasang akan lebih efektif. Selain media cetak koran dan majalah ada beberapa media iklan dengan teknik cetak antara lain :

a) *Stationery*

Adalah alat pendukung dalam bidang administrasi, meliputi amplop, kop Surat, kartu nama, nota, map, dan lain sebagainya media ini lebih bersifat eksklusif dan terbatas.

b) *Poster*

yaitu media iklan warna pada selembar kertas dengan ukuran yang bewanasi (A3 atau A4), dicetak dalam jumlah banyak dan ditempel pada lokasi tertentu.

c) *Brosur*

Informasi promo yang biasanya dituangkan pada selembar kertas atau lebih, yang berisi keterangan produk barang dan jasa yang ditawarkan secara ringkas dan jelas.

d) *Banner*

Merupakan jenis iklan yang dicetak ukuran lebar yang direntangkan dipinggir jalan, depan toko, bangunan maupun sudut jalan. Media ini memiliki ukuran bervariasi. Selain dengan teknik cetak offset, pengerjaan media ini juga dapat menggunakan teknik sablon.

e) *Merchandise*

Merupakan hadiah ekstra yang biasa diberikan kepada *audience* seperti misalnya gantungan kunci, kaos dan lain sebagainya.

f) Iklan elektronik

Merupakan iklan yang dipasang menggunakan media yang berbasis perangkat elektronik. Iklan elektronik meliputi:

1) Radio

Iklan radio memiliki karakteristik yang khas yaitu hanya dapat dinikmati melalui saluran audio (suara) saja. Suara dalam iklan radio dapat berupa salah satu perpaduan dari kata-kata (*Voice*) music dan *Sound Effect*.

2) Televisi

Media televisi menampilkan media audio visual yang memiliki unsur gerak, suara dan gambar sehingga sangat berpotensi untuk menarik perhatian dan impresif.

3) Internet

Internet adalah media yang memiliki cakupan jangkauan mengglobal sehingga memungkinkan untuk mempromosikan produk pada masyarakat dunia. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan untuk mempromosikan Museum Kereta Api Bondowoso diperlukan berbagai media promosi tertentu agar dapat menarik perhatian masyarakat khususnya luar Bondowoso sehingga dapat menambah jumlah wisatawan dan mempermudah informasi terkait potensi dan karakteristik Museum Kereta Api Bondowoso.

F. Metode Penciptaan

Museum Kereta Api Bondowoso menggabungkan interaksi alami, nyata dan melalui narasumber dan arsip - arsip kota yang mengetahui secara detail Museum Kereta Api Di Bondowoso. Metode penciptaan yang digunakan meliputi data primer dan data skunder.

a) Data Primer.

Data primer dibagi menjadi 2 yaitu observasi, dan wawancara.

1. Observasi

Observasi adalah cara pengumpulan data dimana peneliti melakukan pengamatan terhadap subjek penelitian, Observasi digunakan untuk mengetahui keadaan secara langsung kondisi museum kereta api di Bondowoso mengenai sejarah dan media promosi apa saja yang sudah pernah dilakukan sehingga dapat menjadi dasar dalam menyusun identitas visual sehingga akan dapat membantu memperkaya referensi dalam menentukan media- media yang tepat.

2. Wawancara

Wawancara merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan tatap muka dan melakukan tanya jawab, sepihak antara pewawancara mengajukan pertanyaan, dan orang yang di wawancarai yaitu bagian kepala staf dari museum kereta api itu sendiri, serta berlandaskan kepada tujuan perancangan ini. Wawancara dilakukan untuk menggali data yang lebih mendalam, lengkap mengenai “Museum Kereta Api di Bondowoso”. Informan dari wawancara ini

adalah : Lukman Arief Selaku Staf Museum Kereta Api Bondowoso (5 juli 2017). Dengan gagasan yang dilontarkan, Beliau bahwasanya dengan adanya barang-barang purbakala atau cagar budaya di museum ini, merupakan salah satu upaya untuk melindungi dan memperkenalkan kepada masyarakat Bondowoso, khususnya kepada siswa - siswa sekolah untuk menambah wawasan yang luas. Dengan tehnik wawancara ini harapannya dapat memperoleh data-data mengenai museum kereta api dan solusi untuk pemecahan masalah melalui desain komunikasi visual.

b) Data Sekunder.

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data dengan cara melihat, dokument-dokumen yang sudah ada, dengan mengumpulkan berita, foto dan data-data pendukung lainnya, Seperti majalah, koran, brosur, web, maupun berita yang berkenaan dengan permasalahan, sehingga dapat menjadi referensi, dalam menemukan solusi pemecahannya. salah satunya adalah sejarah gerbong maut. Sumber - sumber data selain foto dokumentasi namun juga terdapat beberapa sumber salah satunya ialah media Televisi Lokal dan Swasta yaitu JTV Jember, Kompas TV, NET TV.

2. Analisis

Analisis yang di gunakan dalam perancangan identitas visual Museum kereta api di Bondowoso yaitu menggunakan analisis SWOT yang nantinya akan berdampak pada proses pembuatan konsep karya, yang terdiri dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (kesempatan/ peluang), dan ancaman (*Threats*).

Analisis SWOT

a) *Strength* (Kekuatan):

- 1) Museum Kereta Api ketiga di Indonesia.
- 2) Bangunannya yang memiliki nilai historis tinggi.
- 3) Museum Kereta Api Bondowoso ini memiliki koleksi.

Alat-alat Kereta api jaman dulu (seperti Lampu Handsen, Karcis Edmunson, mesin cetak tanggal karcis Edmonson, dan beberapa alat berat serta Replika Gerbong Maut yang kini akan segera di datangkan.

b) *Weakness* (Kelemahan)

- 1) Informasi tentang museum tidak terlalu detail.
- 2) Promosi yang dilakukan oleh pihak museum masih minim dan seadanya.
- 3) Koleksi yang kurang terawat dan peletakannya yang cenderung berantakan.

c) *Opportunities* (Kesempatan/ Peluang)

- 1) Museum Kereta Api Bondowoso adalah salah satunya museum yang mempunyai jejak perjalanan Gerbong maut peninggalan sejarah.
- 2) Lokasi Museum yang berada dipusat kota dan mudah dijangkau dengan.
- 3) menggunakan transportasi umum berada tidak jauh dari terminal Bondowoso.

d) Threat (Ancaman)

- 1) Modernisasi mempengaruhi minimnya pengetahuan tentang museum.
- 2) Belum banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan museum Kereta Api Bondowoso.
- 3) Kurang gencar / kurang efektifnya media Promosi.
- 4) Banyaknya tempat tempat wisata yang jauh lebih menarik salah satunya adalah kawah ijen, Rafting Bosamba, Tancak kembar, Kawah wurung dan masih banyak lagi tempat-tempat wisata yang ada di Bondowoso.

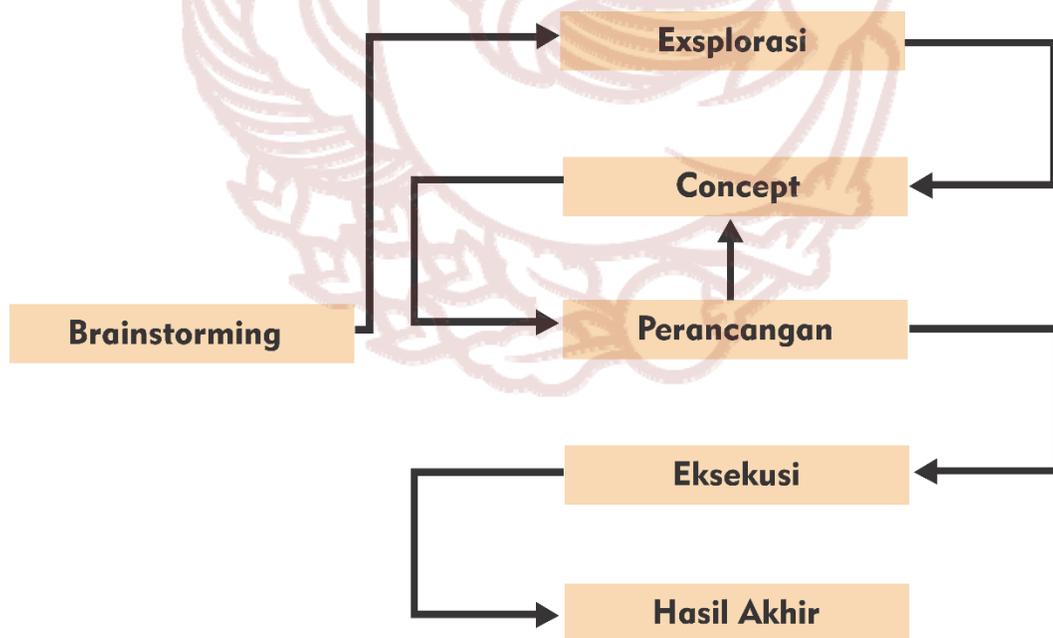
3. Perancangan

Metode sumber perancangan *identitas visual* yang digunakan dalam memperkenalkan Museum Kereta Api pada masyarakat melalui *Branding* ulang dan menentukan ikon apa yang pas untuk museum kereta api Bondowoso, tanpa mengurangi nilai estetika dalam

mendesain. Merancang strategi kreatif yang baru untuk museum kereta api Bondowoso dengan melalui proses sebagai berikut: (modifikasi dari jurnal penelitian Wisnu Triyarso (2011:7) dalam penelitian yang berjudul desain komunikasi visual sebagai Media promosi Pasar Depok Surakarta.

- a) *Brainstorming*, teknik kreativitas yang mengupayakan pencarian penyelesaian dari suatu masalah tertentu dengan mengumpulkan gagasan secara spontan.
- b) Eksplorasi, aktivitas penjelajahan menggali sumber ide, pengumpulan data dan referensi, pengolahan dan analisa data, hasil dari penjelasan atau analisis data dijadikan dasar untuk membuat rancangan atau desain.
- c) *Concept* tahapan dimana mempresentasikan ide atau gagasan dari beberapa referensi, yang di dapat. Tahapan ini merupakan penyusun utama dalam pembentukan karya.
- d) Perancangan, memvisualisasikan hasil dari identifikasi data kedalam berbagai alternatif desain (sketsa). Rancangan atau sketsa terpilih dijadikan acuan dalam pembuatan rancangan final. Rancangan final ini dijadikan acuan dalam proses perwujudan karya.

- e) Revisi, peninjauan (pemeriksaan) kembali untuk perbaikan jika diperlukan. Tahapan ini sangat penting agar dalam mewujudkan karya sesuai dengan desain atau ide.
- f) Eksekusi, mewujudkan rancangan terpilih (final) menjadi model prototype sampai ditemukan kesempurnaan karya sesuai dengan desain atau ide. Model ini bias dalam bentuk miniatu atau kedalam karya yang sebenarnya, jika hasil tersebut dianggap telah sempurna maka diterukan dengan pembuatann karya yang sesungguhnya.



Gambar 3. Diagram metode perancangan Identitas Visual

Sumber : Modifikasi Dari Jurnal Penelitian Wisnu Triyarso (2011: 7)
Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Pasar Depok.

A.Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan penulis merancang tugas akhir karya ini kedalam sistematika sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, memuat pokok bahasan yang mendorong penciptaan tugas akhir karya, dimana dalam bab ini akan menguraikan, sebagai berikut :

1. Latar belakang

Menjelaskan tentang pentingnya membangun identitas visual untuk mengenalkan Museum Kereta Api Bondowoso, kepada masyarakat luas melalui pendekatan desain komunikasi visual.

2. Gagasan penciptaan/ ide penciptaan,

Berdasarkan latar belakang, yang sudah di jelaskan dalam proses kreatif maka dapat di simpulkan suatu rumusan gagasan penciptaan/ ide penciptaan yaitu bagaimana merancang sebuah identitas visual untuk mengenalkan, mempersuasif konsumen untuk mau mengapresiasi Museum Kereta Api Bondowoso yang dikenal dengan Gerbong Maut, dan bagaimana merancang media cetak yang unik dan kreatif untuk menarik pengunjung ke Museum Kereta Api Bondowoso.

3. Tujuan

Menciptakan *icon* atau logo untuk Museum Kereta Api di Bondowoso untuk mengenalkan, mempersuasif masyarakat luas khususnya anak-anak muda dengan pendekatan media dan perancangan komunikasi

visual yang tepat. Menciptakan media promosi Museum Kereta Api Bondowoso, guna meningkatkan jumlah pengunjung museum.

4. Manfaat Penciptaan

Manfaat praktis memberikan informasi kepada masyarakat umum pentingnya membaca dan belajar mengenai sejarah kereta api di Bondowoso, dimulai dari perancangan *identitas visual* yang langsung dapat mengena sasaran, melalui strategi desain komunikasi visual. Manfaat teoritis hasil perancangan ini diharapkan akan menjadi sebuah acuan ataupun dapat memberikan *Inspirasi* besar untuk, dapat dikenal masyarakat umum dan studi tentang perancangan sebuah *identitas visual* sehingga, mampu menghasilkan solusi pemecahan masalah yang timbul.

5. Landasan Penciptaan

Berisikan sumber-sumber ide berasal dari makalah, artikel ilmiah, jurnal serta beberapa penelitian yang sudah dilakukan untuk dijadikan sebagai referensi dalam perancangan tugas akhir kekarayaan.

Bab II akan membahas *identitas visual* Museum Kereta Api Bondowoso ini menceritakan sejarah, dan bagaimana kondisi museum tersebut serta hal – hal yang berkaitan atau mencakup dengan destinasi ini. Pada bab ini juga menjelaskan secara rinci tentang identitas visual dan konsep karya yang akan di usung.

Konsep perancangan media promosi melalui desain komunikasi visual menjelaskan tentang konsep dasar perancangan sebagai hasil dari proses pengolahan data, sehingga nantinya diharapkan lahir konsep atau gagasan sebagai patokan akan terciptanya sebuah desain yang bam. Pada bab ini meliputi beberapa konsep diantaranya konsep kreatif, pemilihan media dan media placement, dan konsep visual, tertuang dalam Bab III dengan judul proses karya dan konsep karya tugas akhir .

Pada bab terakhir ini akan menjelaskan tentang berbagai alternatif media yang akan dibuat dari mulai media atau bahan ukuran, format desain, ilustrasi, visualisasi desain, dan realisasi desain. Desain yang terpilih sebagai alternatif desain terbaik untuk mempromosikan Museum Kereta Api Bondowoso kepada masyarakat luas yang dijelaskan pada Bab IV tentang visualisasi desain karya tugas akhir.

Pada bab terakhir ini menjelaskan tentang kesimpulan dari unsur-unsur yang berpengaruh dalam proses perancangan sehingga diketahui hal-hal yang menjadi alasan dalam menjadikan media promosi tersebut untuk ditampilkan sedangkan saran-saran memaparkan rekomendasi kepada pihak- pihak yang terkait, mengenai Museum Kereta Api Bondowoso, yang dipaparkan pada Bab V ini.

BAB II

IDENTITAS VISUAL DI MUSEUM KERETA API BONDOWOSO

A. Letak Geografis Kabupaten Bondowoso.

Kabupaten Bondowoso secara geografis berada di wilayah bagian Timur Propinsi Jawa Timur dengan jarak sekitar 200 km dari Ibu Kota Propinsi Jawa Timur, Surabaya, yang terletak pada posisi $7^{\circ} 50'10''$ sampai $7^{\circ} 56'41''$ Lintang Selatan dan $113^{\circ}48'10''$ sampai $113^{\circ} 48'26''$ Bujur Timur. Wilayah kota barat dan utara berbatasan dengan Kabupaten Situbondo, disebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Banyuwangi, sedangkan sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Jember. Luas wilayah Kab. Bondowoso mencapai $1.560,10 \text{ Km}^2$ atau sekitar 3,26 persen dari total luas Provinsi Jawa Timur. yang terbagi menjadi 23 Kecamatan, 209 desa dan 10 Kelurahan.

Ketinggian dari permukaan laut rata-rata mencapai ± 253 meter diatas permukaan laut. Wilayah tertinggi ± 3.287 meter dan terendah ± 73 meter. Kondisi dataran yang terdiri dari pegunungan dan perbukitan seluas 44,4%, dataran tinggi 24,9 % dan dataran rendah 30,7 % dari luas wilayah secara keseluruhan. Pegunungan yang ada di kota ini adalah pegunungan Ijen yang terletak di bagian timur dan pegunungan Argopuro di sebelah barat. Wilayah kota terbagi menjadi tiga : wilayah barat merupakan pegunungan (bagian dari pegunungan yang), bagian tengah berupa dataran tinggi dan bergelombang, sedang bagian timur juga berupa pegunungan (bagian dari dataran tinggi Ijen).

Kota ini dikenal dengan sebutan daerah tapal kuda, dan merupakan satu-satunya kabupaten di daerah tapal kuda yang tidak memiliki garis pantai, namun berada di sekitar garis khatulistiwa. Secara tidak langsung akan mempengaruhi perubahan iklimnya, sehingga wilayah ini juga mempunyai perubahan musim sebanyak 2 (dua) iklim setiap tahunnya yaitu musim kemarau dan musim penghujan. Bondowoso merupakan salah satu kabupaten di wilayah Propinsi Jawa Timur, yang mempunyai sistem pemerintahan yang sama dengan kabupaten lain di Jawa Timur.

Unit pemerintahan di bawah kabupaten secara langsung adalah kecamatan, masing-masing kecamatan terbagi menjadi beberapa kelurahan /desa, yang memiliki luas wilayah 1.560,10 km² terbagi menjadi 23 kecamatan, 10 kelurahan dan 209 desa. Dilihat pada komposisi desa, kecamatan Cermee mempunyai jumlah desa terbanyak yaitu 15 desa sedangkan kecamatan yang jumlah desanya sedikit adalah kecamatan Sukosari hanya terdiri dari 4 desa, pertanian dan berdagang menjadi sektor yang mendominasi dalam mata pencaharian pada kota ini karena masih banyak lahan-lahan pesawahan yang masih asri dan perbukitan yang di jadikan sektor bertani kopi dan umbi-umbian.



Gambar 4. Peta Geografis Bondowoso
(Sumber: Dokumen pribadi Angga Aditiya Nova 2018)

B. Sejarah Museum Kereta Api Di Bondowoso Gerbong Maut.

1) Definisi tentang Museum Kereta Api Bondowoso

Museum kereta api ini merupakan museum ke 3 (tiga) yang berada di Indoensia salah satunya museum kereta api terbesar pertama yaitu Solowunto di Sumatera Selatan , Ambarawa di Semarang Jawa Tengah dan Museum Kereta Api Bondowoso yaitu Gerbong Maut. yang tepatnya berada di Bondowoso Jawa Timur , Bondowoso yang memiliki luas wilayah 1.560,10 km² terbagi menjadi 23 kecamatan, 10 kelurahan dan 209 desa. Museum Kereta Api Bondowoso di sahkan oleh pemerintah pada tanggal 17 Agustus 2016 sebagai salah satu simbol mengenang pejuang Republik Indonesia yang telah bergerilya melawan pasukan Belanda, dalam sejarah gerbong maut.

Selain museum kereta api ada juga beberapa tempat wisata alam yang membentang dan suasana pedesaan yang masih asri, bangunan yang masih tradisional menambah keasrian kota yang berjuduk Republik Kopi ini, museum kereta api ini mengisahkan kisah pilu Gerbong Maut yang dimana pejuang Indonesia yang diasingkan ke Surabaya dengan menelan banyak korban. Kereta yang mengangkut pejuang yang terbagi menjadi 3 gerbong salah satunya tipe gerbong GR 10152 (gerbong baru) yang berisikan 38 pejuang yang semuanya meninggal dunia.

Namun bukan hanya itu saja bangunan bersejarah dari tahun ketahun jaman penjajahan ini menjadi saksi tawanan pejuang Indonesia, bangunan stasiun kereta api merupakan produk arsitektur Belanda yang mulai dibangun pada 23 Juni 1893, stasiun ini berlanggam *Indische Empire Style*, suatu gaya arsitektur barat yang berkembang pada abad ke 8(delapan) dan 9(sembilan), sebelum terjadinya '*Westernisasi*' pada kota-kota di Indonesia di awal abad ke-20(duapuluh). Gaya *Indische Style* pada bangunan ini telah disesuaikan dengan iklim, teknologi dan bahan bangunan setempat, jalur kereta api dari Panarukan - Kalisat yang di operasikan sejak 1 Oktober 1897 itu mengangkut hasil perkebunan dan pertanian seperti tembakau, kopi, beras dari Jember, Banyuwangi, Bondowoso, serta Situbondo ke Pelabuhan Panarukan untuk diekspor ke berbagai negara.

Pada tahun 2004 Kerteta Api (Persero) memutuskan menutup jalur ini, Karena penumpang sepi dan biaya operasional yang sangat mahal, dalam

perkembangan jaman stasiun kereta api ini pada akhirnya dijadikan sebuah museum kereta api.

Dibukanya Museum Kereta Api Gerbong Maut ini harapannya dapat dinikmati oleh masyarakat sekitar, dan menambah jumlah pendapatan pemerintah dan masyarakat sekitar dengan memanfaatkan kebijakan pemerintah yang menjadikan stasiun sebagai tempat wisata museum kereta api guna untuk menambah atau memperluas wawasan tentang sejarah dan peralatan kereta api jaman dahulu, dengan semua fasilitas yang di sediakan oleh pihak Museum Kereta Api Bondowoso.



Gambar 5. Tampak Muka Stasiun Bondowoso pada tahun 1920, dan tahun 2017
(Sumber: Dokumen Angga a,n. 2018)

1) Fasilitas Museum Kereta Api di Bondowoso.

Fasilitas Museum Kereta Api Bondowoso, salah satunya gedung penyimpanan alat berat, gedung yang menjadi tempat museum semua peralatan kereta api pada jaman dahulu di bagi menjadi beberap ruangan satu ruangan khusus untuk peralatan media peralatan kereta dan ruangan khusus untuk hasil bumi atau hasil panen pada jaman dahulu.

Banyaknya barang yang tersimpan pada gedung ini sehingga tak jarang sekali anak-anak sering bermain kesini hanya sekedar berlibur da sekedar berfoto saja namun tidak memahami sejarah dalam Museum Kereta Api Bondowoso, atau pun mengetahui alat-alat berat dari kereta jaman dahulu, atau menambah wawasan yang luas, sebuah museum adalah tempat yang membutuhkan sebuah *Identitas Visual* yang kuat.

Sejauh ini untuk pemerintah kota telah melakukan sedikit pembenahan melalui *branding* kota Bondowoso dengan sebutan “Republik Kopi ” oleh Bupati Amin Haris menyatakan bahwasannya kota Bondowoso merupakan penghasil kopi terbaik di Indonesia, dengan kualitas ekspor yang bagus pada akhirnya bupati Bondowoso menjadikan kota tersebut menjadi kota republik kopi, melihat akan hal itu disisi lain proses *branding* masih belum terlihat pada Museum Kereta Api Bondowoso Belum memiliki *Identitas Visual* yang di kenal oleh masyarakat luas. Dibukanya museum kereta api Bondowoso yang masih belum memiliki identitas yang melekat dapat memberikan dampak

negativ salah satunya banyaknya orang yang belum mengerti tentang museum kereta itu sendiri dan masih menyebut dengan stasiun, karena gedung dan ruangan yang masih satu atap dengan stasiun jadi kemungkinan masyarakat luas hanya lebih mengenal stasiun kereta dari pada Museum yang ada saat ini.

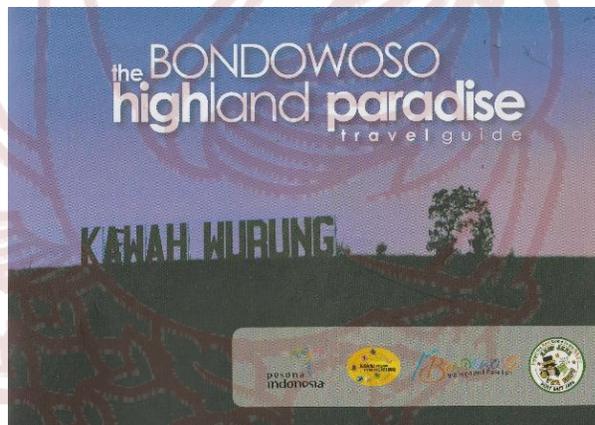
2) Media Promosi Kabupaten Bondowoso.

Kabupaten Bondowoso adalah sebuah kabupaten di pulau jawa propinsi Jawa Timur, Indonesia. Kabupaten ini terletak diujung timur pulau Jawa sebelah selatan. Sebelah utara berbatasan dengan Situbondo, Selatan berbatasan dengan Kabupaten Jember dan Kabupaten Banyuwangi dan sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Probolinggo.

Wilayah ini merupakan daerah pegunungan yang kaya akan potensi hasil pertanian dan kerajinan. Selayaknya menjadi tempat yang diminati oleh wisatawan dari lokal maupun mancanegara, dan dikenal sebagai daerah yang memiliki potensi yang besar. Seperti halnya yang baru -baru ini baru saja diresmikan yaitu Museum Kereta Api Bondowoso, upaya ini dilakukan untuk menambah sektor pariwisata, tidak hanya sektor pemandangan saja yang ingin di andalkan namun pemerintah kota juga berinisiatif untuk menjadikan museum kereta api sebagai tempat wisata bersejarah atau cagar budaya untuk kota itu sendiri. Salah satu upaya kabupaten Bondowoso dalam memaksimalkan potensi yang ada agar lebih dikenal masyarakat luas

yaitu dengan membuat media promosi yang berupa brosur, yang dikemas dalam satu buku berbentuk A5 dengan di kemas untuk mempromosikan kota beserta tempat-tempat wisatanya, upaya berikut guna untuk mempersuasif masyarakat, agar mau mengapresiasi Kota Bondowso dan Museum Kereta Api Bondowoso berikut beberapa contoh media promosi yang dibuat, untuk memperkenalkan kota kepada masyarakat luas atau pelancong melalui media cetak.

a) Brosur Objek Wisata Bondowoso



Gambar 6. Desain Brosur Pariwisata Bondowoso 2016
(Sumber: Dokumen Dinas Budaya dan Pariwisata 2018)

Media brosur ini, terbilang cukup efektif karena di dalam brosur ini juga terdapat beberapa tempat-tempat wisata Bondowoso yang di kemas dalam satu, media cetak yang dirasa bentuknya yang kecil dan mudah di bawa, kemana-mana. Kelemahan dari media ini tidak tahan lama, dan jumlah angka cetak yang terbatas sehingga menyulitkan pelancong untuk lebih mngerti dan mendalami tentang pariwisata Bondowoso.

Begitu pula dengan Bondowoso, layaknya sebuah perusahaan yang mempromosikan barang atau jasa kepada konsumen dengan membuat berbagai brosur, pamflet dan katalog guna, mempromosikan banyak produk dalam satu buku. Pembuatan media promosi berupa brosur tidaklah gampang, kita harus memperhatikan dari segi desain maupun informasi yang disajikan. Dalam media promosi Kabupaten Bondowoso cukup banyak data yang disajikan namun ada beberapa kekurangan yaitu dari segi desain pada brosur seharusnya ada satu space yang mendesain sebuah peta yang menentukan lokasi, tempat-tempat wisata tersebut sehingga menjadikan brosur lebih praktis, dan penambahan katalog produk yang nanti dapat dipromosikan juga dan dapat di jadikan acuan dana arsip kota dalam memantau industri berkembang.

b) Iklan Koran Radar Ijen Objek Wisata Bondowoso

Media promosi yang kedua yaitu koran Radar Ijen yang bisa di bilang saat ini media cetak koran sedang mengalami penurunan jumlah peminat, namun upaya untuk mempromosikan pemerintah kota, tetap menggunakan media koran sebagai promosi yang cukup efektif dimana dalam media surat kabar mampu mencetak 2000 exemplar perharinya yang tersebar di seluruh kawasan tapal kuda itu, dengan demikian harapan pemerintah dengan memasang iklan ke media cetak dapat menambah jumlah pengunjung untuk datang dan berwisata ke Bondowoso.



Gambar 8. Media Promosi Museum Kereta Api Bondowoso Jawa Pos Radar Ijen (sumber Jawa Pos.Radar Ijen 10 januari 2015)

Iklan adalah salah satu bentuk seni persuasif atau yang sering kita dengar ialah membujuk khalayak agar membeli produk yang diiklankan. Sama halnya dengan Bondowoso dapat di artikan yang mempunyai produk untuk memasarkan produk tersebut melalui media cetak surat kabar. Iklan adalah bentuk penyajian non-personal, promosi ide-ide, promosi barang produk atau jasa yang dilakukan oleh sponsor tertentu yang dibayar (Rendra Widyatama, 2005:15).

Seperti yang terlampir di atas tersebut adalah salah satu media promosi yang dapat di jadikan bahan ulasan pada penelitian tugas akhir karya ini, bahwasanya pada *Layout* berita ini menunjukkan iklan yang ingin

disampaikan melalui media cetak Jawa Pos Radar Ijen kurang dikemas dalam desain grafis yang menarik dan foto resolusinya yang rendah menambah kurang jelas dan faham apa yang ingin disampaikan.

Fakta dilapangan dan beberapa wawancara ke pada *Audience* bahwasanya minat membaca anak lebih suka membaca berita yang dikemas dalam desain yang menarik seperti halnya gambar kartun, vektor dan lain sebagainya. gambar yang ingin ditonjolkan atau trending topik utamanya harus dikemas semenarik mungkin agar pembaca tertarik untuk membaca atau melihat iklan tersebut. Sehingga pentingnya sebuah desain komunikasi visual dalam menyusun sebuah Iklan menjadi salah satu kebutuhan Musuem Kereta Api Bondowoso.

Desain komunikasi Visual sangat akrab dengan kehidupan manusia, representasi sosial budaya masyarakat, dan salah satu manifestasi. Menurut (Widagdo 1993: 31) desain komunikasi visual dalam pengertian modern adalah desain yang dihasilkan dari rasionalitas. Dilandasi pengetahuan, bersifat rasional, dan pragmatis. Jagat desain komunikasi visual senantiasa dinamis, penuh gerak dan perubahan. Hal itu karena peradaban dan ilmu pengetahuan modern memungkinkan melahirkan industrialisasi. Sedangkan menurut Sumbo Tinarbuko, desain komunikasi visual dapat di pahami sebagai salah satu upaya pemecahan masalah (Komunikasi, Atau Komunikasi Visual) untuk menghasilkan suatu desain yang paling baru di antara desain yang baru (Sumbo Tinarbuko,1998:66).

3) Penanda *Pictogram* atau *Signage Design*.

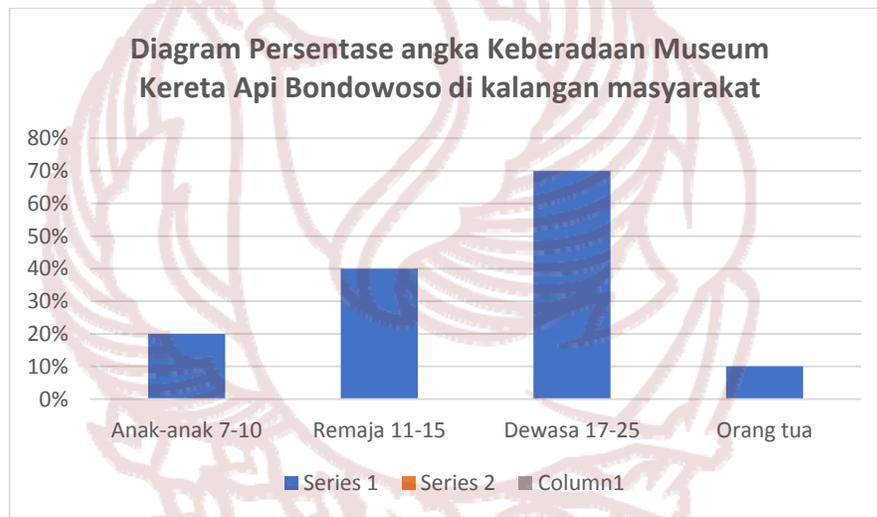
Signage dirancang agar memudahkan pengunjung untuk mengenali lokasi museum atau tempat koleksi museum yang ingin di kunjungi salah satunya di Museum Kereta Api di Bondowoso mengingat, akan pentingnya *signage design*, namun di museum ini belum adanya desain *signage* yang dipasang sehingga membuat pengunjung kesusahan untuk mencari tempat koleksi yang di cari, hanya ada satu *design signage*, yang di pasang yaitu *signage* exit saja, minimnya pelayanan dan belum adanya perancangan desain *signage* memberikan dampak negatif, sehingga mengakibatkan menurunnya jumlah pengunjung, perluya peningkatan pelayanan yang dapat meningkatkan jumlah pengunjung.



Gambar 9. Contoh *Signage Design* museum kereta api bondowoso (Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)

4) Diagram sample wawancara

Diagram sample wawancara seputar keberadaan museum kereta api di kalangan masyarakat. Diagram Grafik, ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar masyarakat mengetahui atau mengenal tentang museum kereta api, sampel ini di ambil dan di buat *graphic* sesuai dengan skala umur.



Bagan 2. Diagram Batang Museum Kereta Api Bondowoso

Sumber : Angga Aditya Nova 2017 dalam wawancara dari beberapa masyarakat sekitar.

C. Metode Perancangan.

Kebutuhan akan identitas visual yang belum sepenuhnya terancang dengan baik menjadi salah satu kebutuhan Museum Kereta Api Di Bondowoso, tentang pentingnya identitas visual yang di kemas dalam kombinasi dari *logo*, *sistem visual* (Tipografi, warna, *imagery*) yang dibuat menjadi satu-kesatuan yang padu untuk menyampaikan pesan tertentu dari sebuah perusahaan, orang, benda, ataupun ide. Identitas visual adalah bentuk visual yang bertujuan untuk

mengidentifikasi, membedakan, dan membangun hubungan yang berkelanjutan di dalam persaingan saat ini, serta menciptakan kepercayaan terhadap masyarakat atau konsumen.

Exhibition Design yang ingin diterapkan disini adalah lebih kepada membangun identitas visual dan mulai perancangan logo, atau *brand, sign sytem*, poster, *corporate indentitiy*, dan media cetak lainnya seperti souvenir dan dengan menambahkan elemen-element desain yang lebih bernuansa perjuangan, *heritage, culture*, dan kemerdekaan, membangun identitas dilakukan untuk membangun suatu *brand* yang dimana dapat dikenali oleh masyarakat luas dan melekat di benak masyarakat khususnya masyarakat sekitar dengan melalui pendekatan desain grafis, dengan memberikan perubahan baru pada penataan ruangan dengan menciptakan suatu kesatuan, dan dapat menjadikan interaksi antara pengunjung dan kurator atau pun antara pengunjung dan pengunjung lainnya.

Dari data diatas ditarik kesimpulan bahwasanya museum kereta api perlu dan membutuhkan, sebuah identitas visual seperti logo, atau *brand, sign sytem*, poster, *corporate indentitiy*, dan media-media lainnya seperti sovenir dan dengan melalui sentuhan desain komunikasi visual agar dapat mudah di kenal masyarakat luas khususnya daerah Bondowoso dan sekitarnya, dengan adanya tugas akhir karya yang berjudul “Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi Iklan Cetak Museum Kereta Api Bondowoso ” harapannya dapat

memberikan perubahan baru dan dapat memecahkan masalah yang timbul di masyarakat.

Minimnya pengetahuan tentang sejarah Museum Kereta Api Bondowoso penulis terasa tergugah untuk merancang sebuah media promosi iklan cetak yang nantinya dapat bermanfaat untuk masyarakat sekitar. Perancangan identitas visual yang dapat mewakili keberadaan Museum kereta Api Bondowoso dengan melalui pendekatan media cetak yang dapat mengakomodasi pengunjung, dengan melalui media cetak perancangan identitas visual diperlukan semua prinsip, desain yang menjadikan landasan dalam proses perancangan ini salah satu point pokok dalam perancangan tugas akhir ini terdiri dari desain identitas visual, logo, tipografi, dan media cetak sebagai media promosi yang dipilih dalam eksekusi desain *final art work*.

Information Graphic Design memiliki andil yang besar dalam pencapaian informasi kepada pengunjung, yang dapat memberikan suplemen konten tulisan supaya menjadikannya lebih bermutu dan membangun informasi, data, atau menambahkan pengetahuan kepada pengunjung. Elemen grafis pada *Information Graphic* memiliki informasi yang kompleks yang diperlukan untuk disampaikan secara singkat padat, namun tidak membingungkan para audien, tujuan utama untuk membantu para audien untuk memberikan pilihan yang terbaik dalam mencari informasi tentang suatu objek.

BAB III

KONSEP PERANCANGAN IDENTAS MUSEUM GERBONG MAUT

A. Konsep Kreatif Membangun Identitas Museum Kereta api di Bondowoso

konsep kreatif yang diinginkan yaitu merancang sebuah logo untuk membangun identitas di museum kereta api di Bondowoso. Harapan yang ingin di sampaikan melalui perancangan ini yaitu untuk menciptakan sebuah simbol yang sederhana namun relevan, guna memperluas dan membangun *Identitas* sebagai edukasi memperkenalkan museum kereta api melalui media cetak sebagai eksekusi final *artwork* kepada masyarakat, tujuannya adalah untuk merepresentasikan dan meningkatkan citra Museum Kereta Api.

1) Fakta Konten :

- a) Museum kereta api Bondowoso merupakan cagar budaya yang ada di kota Bondowoso yang memiliki nilai sejarah dari perjuangan di masa penjajahan waktu itu telah menewaskan 46 masyarakat pribumi yang dinamakan Gerbong maut.
- b) Museum kereta api di Bondowoso merupakan museum kota yang terletak di sebelah timur jalan Imam Bonjol, Kademangan, Kec Bondowoso, Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur.
- c) Museum Kereta api ini memiliki bangunan yang cukup unik bekas peninggalan masa penjajahan Belanda dan mengandung sejarah.

2) Masalah yang dikomunikasikan:

- a) Memberikan informasi mengenai sejarah Museum Kereta Api Bondowoso dan koleksi peninggalan sejarah kereta dan gerbong maut itu sendiri melalui pendekatan perancangan identitas visual dan media cetak sebagai media promosi yang di pilih.
- b) Menjadikan Museum Kereta Api Bondowoso sebagai wahana wisata lokal yang memiliki nilai sejarah dan budaya untuk dilestarikan.

3) Tujuan yang ingin di capai :

- a) Merancang sebuah Identitas untuk museum kereta api di Bondowoso.
- b) Merancang media promosi yang unik dan kreatif untuk memberikan informasi yang detail mengenai sejarah dan koleksi-koleksi yang ada di museum kereta api di Bondowoso.

4) Profil Target Audiens**a) Demografi**

- 1) Usia : Anak muda dengan umur 17 – 24 tahun, dewasa lanjut 25 – 35 tahun
- 2) Jenis Kelamin: Pria, Wanita
- 3) Pendidikan : SMA dan Sarjana,
- 4) Status : Belum menikah, menikah, dan berkeluarga
- 5) Pekerjaan : Wiraswasta, karyawan, pelajar, dan mahasiswa
- 6) Warga negara : Indonesia
- 7) Bahasa : Indonesia dan lain-lain

b) Geografi

- 1) Domisili : Perkotaan
- 2) Wilayah : Indonesia
- 3) Kepadatan Wilayah : Urban / perkotaan
- 4) Iklim : Tropis

c) Psikografi

- 1) Kepribadian : Cinta sejarah, rasa ingin tau mengenai sejarah lokal sangat besar atau tinggi, hobi berwisata.
- 2) Gaya hidup : Dinamis, suka hal-hal yang bersifat baru, mau menambah wawasan atau pengetahuan.
- 3) Perilaku : Peduli terhadap sejarah, *traveling*, dan wisata, menyukai kebersamaan, keramaian, dan kesenangan yang bermanfaat.

e) Psikografi berdasarkan Aktifitas (*activity*)

- 1) Pekerjaan : Bekerja, mahasiswa
- 2) Hobi : olah raga, suka tantangan, *traveling*, berpetualang dan menyukai hal baru.
- 3) Liburan : dihabiskan bersama keluarga mengunjungi tempat- tempat wisata yang baik untuk menambah wawasan.

4) Hiburan : jalan jalan dan berkumpul dengan keluarga.

5) Komunitas : komunitas sosial, fotografi, pecinta seni

f) Minat (*interest*)

1) Masyarakat : memperhatikan permasalahan social di masyarakat sekitarnya.

2) Rekreasi : dihabiskan bersama keluarga ke daerah – daerah wisata bersejarah dan tempat wisata lainnya

3) Fashion : menjaga prestise, dengan selalu menjaga kerapian dan kesopanan dalam bersikap maupun penampilan.

4) Informasi : informasi adalah hal yang penting untuk dibicarakan sebagai wawasan dasar mereka, apalagi ketika mereka bertemu dengan rekan kerja dan relasi.

g) Pendapat (*opinion*)

1) Diri sendiri : berorientasi bahwa keluarga adalah prioritas utama.

2) Ekonomi : segala kebutuhan keluarga tercukupi dan masih dapat meyisihkan untuk menikmati gaya hidup mereka

3) Pendidikan : sebagai pegangan hidup, dan pendidikan

adalah faktor penting bagi keluarganya.

4) Produk : berorientasi pada produk yang berkualitas

5) Budaya : menghargai nilai-nilai budaya lokal, dan bersifat selektif terhadap budaya – budaya yang negative

6) Teknologi : memperhatikan perkembangan teknologi, melalui media seperti koran ,radio, internet.

h) *Keyword (Big Idea)*

Cultural, Heritage, Kemerdekaan (freedom) Explore, Branding, identity,.

i) *USP (Unique Selling Proposition)*

Membangun identitas visual dan merancang media promosi media cetak sebagai eksekusi akhir pada final *artwork* untuk memberi daya rangsang pada masyarakat luas tentang Museum Kereta Api di Bondowoso, dengan menonjolkan sejarah dan koleksi yang ada pada museum kereta api dengan memberikan perubahan dalam pengemasan sejarah melalui media cetak yang dapat dipahami dengan mudah dengan memberikan penjelasan secara detail mengenai, Museum Kereta Api Bondowoso dengan membangun sebuah identitas berupa logo, untuk museum ini harapan, kedepan

agar masyarakat Bondowoso lebih meningkatkan, apresiasi warisan budaya peninggalan sejarah lokal.

j) *Positioning*

Museum Kereta Api Bondowoso merupakan cagar budaya, dengan cara membangun Identitas Visual dan penerapan media cetak sebagai media promosi sebagai media penyampaian informasi kepada masyarakat luas khususnya anak muda. Dari sektor ini maka perancangan identitas visual lebih efektif dan lebih mudah memberikan rangsangan terhadap pengunjung, dan mampu memberikan kesan tersendiri untuk museum kereta api pasalnya museum ini memiliki nilai historis atau nilai sejarah pada museum ini salah satunya yaitu Gerbong Maut.

Ikon utama yang nantinya akan dibuat di ambil dari konsep utama yaitu monument pada tengah kota dari museum ini dan harapannya ada pembeda baik antara museum-museum yang lain jika di museum Ambarawa yang menjadi ikonik adalah koleksi lokomotifnya berbeda dengan museum kereta api Bondowoso yang ingin menonjolkan museum kereta api dengan sejarahnya yaitu Sejarah Gerbong Maut. namun sesuai kenyataan dilapangan museum masih belum memiliki sebuah identitas. seperti contoh dibawah ini



Gambar 11. Plang atau Plakat dari Museum Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga a.n. 2018)

mereka tetap menggunakan logo atau plakat dari stasiun itu sendiri. Meski pada tampak depan museum sudah terdapat logo Museum Kereta Api Bondowoso, dengan adanya perancangan ini pengkarya ingin merancang ikon dari Museum Kereta api Bondowoso dengan menjadikan Gerbong Maut Sebagai Ikon pada museum ini. Karena dirasa menarik dan sangat tepat jika di aplikasikan dalam sebuah identitas visual dengan nama Museum Kereta api Bondowoso.



Gambar 12. Museum Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga a.n. 2018)



Gambar 13. Monumen Gerbong Maut
(Sumber: Dokumen Angga a.n. 2018)

k) Pendekatan Emosional

Pendekatan emosional target *audien* ajakan untuk melihat dan menambah wawasan mengenai sejarah gerbong maut baik untuk masyarakat lokal maupun non lokal, dengan melalui pendekatan *Identitas Visual* dan pengemasan media cetak yang unik dan kreatif dengan adanya ini harapannya pengunjung mengetahui sejarah tentang kereta api dan koleksi-koleksi barang yang ada beserta penjelasannya dengan disediakan *merchandise* sticker untuk pelancong secara *free* sebagai simbol mempersuasif pengunjung museum yang efektif untuk kalangan anak muda, harapan yang ingin dicapai yaitu dengan adanya *identitas visual* dan perancangan media cetak sebagai media promosi yang menarik menambah jumlah pengunjung museum.

1) Respon yang diharapkan

Mendapatkan pengalaman baru setelah berkunjung ke museum kereta api dengan, dapat melihat sejarah dari museum Kereta api Gerbong maut Dengan penambahan fasilitas yang memadai dapat memicu *Awarner* masyarakat untuk belajar dan peduli akan sejarah lokal.

B. Desain Identitas Visual

Sebelum mempromosikan dalam sebuah perusahaan setidaknya pembenahan-pembenahan dari dalam *intern* yang harus di benahi melalui pernacangan *identitas visual* yang tepat dengan ditambah lagi media interaktif lain sebagai pendukung maka sebuah perusahaan tersebut dapat memberikan, gerakan-gerakan positif yang berdampak pada perusahaan. Maraknya pengemasan media cetak yang unik dan kreatif saat ini di gemari masyarakat dan menjamur di kalangan anak muda, *Identitas Visual* dan media cetak dipilih karena dirasa penting untuk menyampaikan informasi yang didalamnya berisi tentang identitas itu sendiri, info koleksi dalam museum dan data sejarah museum kereta api. Konsep desain dari proses pembuatan *Identitas Visual* ini dimulai dari *logo* dan yang di bentuk seperti tampak depan pada Gerbong maut yang menjadi salah satu *Icon* pada Museum Kereta Api Bondowoso, dengan melalui pendekatan media cetak yang unik dan kreatif nantinya dapat mengajak masyarakat untuk mau mengapresiasi atau berkunjung pada Museum Kereta Api Di Bondowoso.

C. Standar Visual

1) Isi pesan

Kampanye ini ingin menyampaikan informasi-informasi tentang Museum Kereta Api Bondowoso, beserta sejarah Gerbong Maut pada tahun 1947.

2) Bentuk Pesan.

Bentuk pesan yang disampaikan kepada target konsumen dalam dua bentuk, yaitu pesan verbal dan visual.

a) Pesan Verbal

Pesan Verbal meliputi *headline*, *sub headline*, *body copy*, *baseline* dan slogan.

1) *Headline*

Headline merupakan salah satu kunci dalam keberhasilan iklan yang dirangkai dalam bentuk kalimat atau pun kata-kata pendek berupa pertanyaan yang ditampilkan secara mencolok sehingga mudah dilihat, dibaca, dan diingat dengan tujuan memberikan suatu rangsangan untuk menikmati iklan lebih jauh. *Headline* yang digunakan pada setiap materi promosi akan berbeda namun semuanya mengandung kata-kata persuasif dan ditampilkan dalam ukuran yang lebih besar dari yang lain. *Headline* yang digunakan dalam promosi ini adalah " Gerbong Maut" dengan menggunakan dua jenis huruf "geometri 212 std.

2) *Body Copy*

Body copy merupakan sekumpulan kalimat yang bertujuan sebagai penjelas dari apa yang tertulis dalam *headline* dan dikemas dalam bahasa yang sederhana dan jelas, mudah dipahami oleh konsumen dan tidak membosankan. Dengan demikian, diharapkan pembaca sudah mampu untuk memahami informasi, atau produk yang di promosikan, sehingga mereka tertarik, berfikir dan bersikap seperti apa yang diinginkan.

3) *Baseline*

Baseline merupakan unsur lain yang biasanya ditempatkan di bagian bawah dari bidang keseluruhan (biasanya dicantumkan nama perusahaan dan juga slogan). Keistimewaan huruf ini adalah tegas, lugas, menarik, dan mudah dibaca. *Baseline* yang digunakan adalah Musuem Kereta Api Bondowoso.

4) *Slogan*

Slogan merupakan intisari dari pesan yang ingin di sampaikan, sehingga dapat membantu masyarakat. Untuk mengenalkan dan menanamkan citra pada benak masyarakat. Salah satu unsur dalam keberhasilan sebuah slogan adalah kalimat atau kata-kata yang digunakan harus komunikatif dan tidak ber belit-belit sehingga mudah diingat dan dikenal oleh masyarakat. Perancangan ini focus pada berbagai hal yang berkaitan dengan Museum Kereta Api Bondowoso. Slogan sangat dibutuhkan dalam

suatu iklan karena dapat melekatkan suatu *image* produk ataupun jasa yang diiklankan pada konsumen.

5) *Tagline*

Adalah kalimat yang merupakan inti dari nilai jual dan kualitas sebuah produk yang dikenalkan dan ditempatkan dalam benak konsumen. Dalam tagline dilatar belakangi oleh pemikiran yang menawarkan salah satu suatu produk *Tagline* yang digunakan dalam perancangan ini yaitu "yuk intip sejarah kotamu hanya disini ni"

1) **Pesan Visual**

Pesan visual meliputi logo, layout, ilustrasi, tipografi dan warna.

1) Logo

Logo merupakan tanda yang berfungsi sebagai identitas. Dapat sebagai identitas lembaga, perorangan perusahaan, dan identitas asal daerah. Logo dapat berbentuk karena latar belakang budaya, produk yang dihasilkan, citra dan image (modern atau canggih, klasik, dan futuris). (Mikke Susanto, 2002: 70). Museum Kereta Api Bondowoso merupakan salah satu museum tradisional yang memiliki nilai budaya dan historis tinggi yang terkenal akan budaya dan tradisinya. Untuk mendukung citra tradisional dan mengemukakan tema perjuangan, yang dimiliki maka gambar logo disesuaikan dengan image, dengan menggunakan kesan warna-warna perjuangan dan font font klasik, menggunakan ilustrasi gerbong yang merupakan salah

satu kereta jenis pengangkut barang yang di gunakan mengangkut tawanan pejuang, untuk di asingkan ke Surabaya dengan menggunakan gerbong kereta barang.



Gambar 14 . Logo dari Museum Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga a,n 2018)



Gambar 15. Logo pemerintahan kota Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)

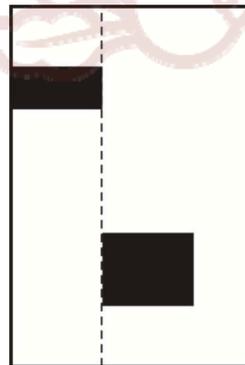
2) *Layout*

Layout adalah mengatur penempatan berbagai unsur komposisi, seperti huruf, garis, bidang, dan gambar *Layout* yang baik mampu

membuat pembacanya menilai produk yang ditawarkannya tidak hanya iklan yang bagus yang ditampilkan sempurna. Pembuatan *layout* tidak semata-mata untuk kepuasan pribadi tetapi untuk menjual produk yang ditawarkan. Menyusun *layout* merupakan pekerjaan yang menentukan sebuah ide, *copywrite* ataupun elemen - elemen iklan harus disajikan dengan *layout* yang tepat. *Layout* menggunakan metode *group* dengan sejumlah elemen berupa ilustrasi, foto yang diletakkan berkelompok dalam suatu titik pandang di halaman iklan, tujuannya untuk member ikan satu pusat perhatian *layout* yang digunakan dalam promosi ini adalah

a) *Layout Grup*

Layout group menggunakan sejumlah elemen berupa ilustrasi dan foto yang diletakkan berkelompok dalam suatu titik pandang di halaman iklan, tujuannya untuk memberikan satu pusat perhatian.

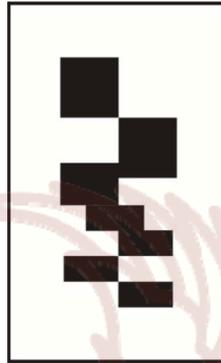


Gambar 16. *Layout grup*

b) *Layout Axial*

Layout axial adalah elemen-elemen iklan yang diletakkan

berdasarkan sumbu yang diletakkan pada posisi tertentu di halaman iklan. Pada metode ini ditampakkan banyak bidang kosong.



Gambar 17. Layout grub

Faktor yang mempengaruhi dalam sebuah layout meliputi

a) Ukuran dan proporsi

Ukuran dan proporsi merupakan faktor terpenting dan tersulit dalam keseimbangan adalah kesensitifan terhadap proporsi. Keseimbangan tidak dapat diukur secara sistematis karena itulah seorang desainer harus memiliki sensitifitas. terhadap peletakkan elemen-elemen sehingga terlihat dan terkesan harmonis dan seimbang. Layout antara ukuran type bidang cetak, bidang putih dan elemen- elemen lainnya harus proporsional.

b) Arah (*pathway*)

Layout yang kurang efektif dapat mengarahkan mata pengamat menyusuri halaman desain, biasanya digunakan dalam iklan berscript latin yang dibaca dari kiri ke kanan.

c) Konsistensi pada *Style*

Konsistensi adalah masalah detail menyangkut pemilihan jenis font dan menggunakan jarak yang sama pada suatu layout dokumen dan mengarah pada kesatuan yang harmonis

3) Ilustasi

Ilustrasi adalah seni suatu seni menggambar untuk menjelaskan atau menerangkan dan sekaligus menghias sesuatu, membuat daya tarik serta sebagai selingan ataupun rangsangan. Fungsi ilustrasi adalah menarik perhatian, menciptakan suatu *image*, atau suasana yang sesuai dengan keadaan nyata, menonjolkan instansi atau produk dan menunjang slogan yang ditampilkan dan mampu menerjemahkan perbedaan bahasa. Corak ilustrasi dibedakan menjadi beberapa aliran salah satunya ialah realis, karikatural.

- a) Realis adalah gambar yang dibuat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya baik proporsi maupun dibuat sama menyerupai objek yang digambar.
- b) Karikatural, dibedakan menjadi dua yaitu kartun dan karikatur.
- c) Kartun adalah gambar yang berfungsi menghibur karena berisikan humor. Gambar kartun dapat berupa tokoh binatang.
- d) Gambar karikatur berarti melebih - lebihkan atau mengubah bentuk. Gambar karikatur hampir sama dengan gambar kartun,

tetapi menampilkan objek seseorang dengan karakter yang aneh, dan lucu mengandung sindiran atau kritikan.

4) Tipografi

Tipografi digunakan pada pembuatan identitas Visual di Museum Kereta api Bondowoso menggunakan jenis font *reality sundayligh* dikarenakan kesan *heritage, cultural* (kebudayaan), dan font dari Bondowoso itu sendiri di ambil dari font Geometri 212 Bkcn Bt karena jika di lihat dari font ini lebih *modern* dan menandakan bahwa masyarakat Bondowoso yang pekerja keras, dan pantang menyerah jika dilihat dari efisiensi font ini sangat cocok dengan desain identitas visual

- a) Reality Sunday ligh yang sering digunakan saat ini, dalam dunia desain font ini termasuk jenis *san serif* yaitu huruf yang tidak memiliki kait dalam Bahasa, yang sering digunakan Pilihan *bold* dan *italic* menyesuaikan kebutuhan.

*abcdefghijklmnop
ghijklmnop
qrstuvwxyz
vwxyz*

Huruf ini terkesan tradisional karena, jenis font ini sangat lekat dengan font-font pada jaman dahulu tradisioanl atau perjuangan. Sehingga

dengan penggabungan antara *Icon* dan desain terkesan serasi dan dapat menjadi satu kesatuan kuat.

D. Unsur elemen desain logo atau ikon pada museum kereta api Bondowoso.

Dalam merancang sebuah ada beberapa unsur yang dijadikan acuan salah satunya ialah, gerbong maut, lokomotif kereta jaman dahulu dan monument gerbong maut. Dalam beberapa unsur ini yang nantinya akan dijadikan sebuah ikon logo untuk Museum Kereta Api Bondowoso. Dengan memilah beberapa alternative desain yang ingin ditampilkan pada tahap-tahap berikutnya. Salah satu unsur element yang ingin ditonjolkan pada gambar di bawah ini salah satunya sebagai berikut:

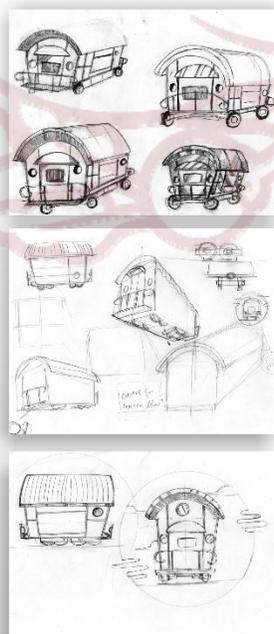


Gambar 18. Unsur-unsur elemen logo atau brand
Sumber : Internet [www. Gerbong Maut](http://www.gerbongmaut.com).

Elemen dalam perancangan icon atau logo pada museum kereta api Bondowoso di ambil dari bentuk gerbong maut dan di kemas dalam bentuk ilustrasi tampilan tampak depan pada gerbong jaman dahulu, yang akan di jadikan symbol atau sebuah logo.

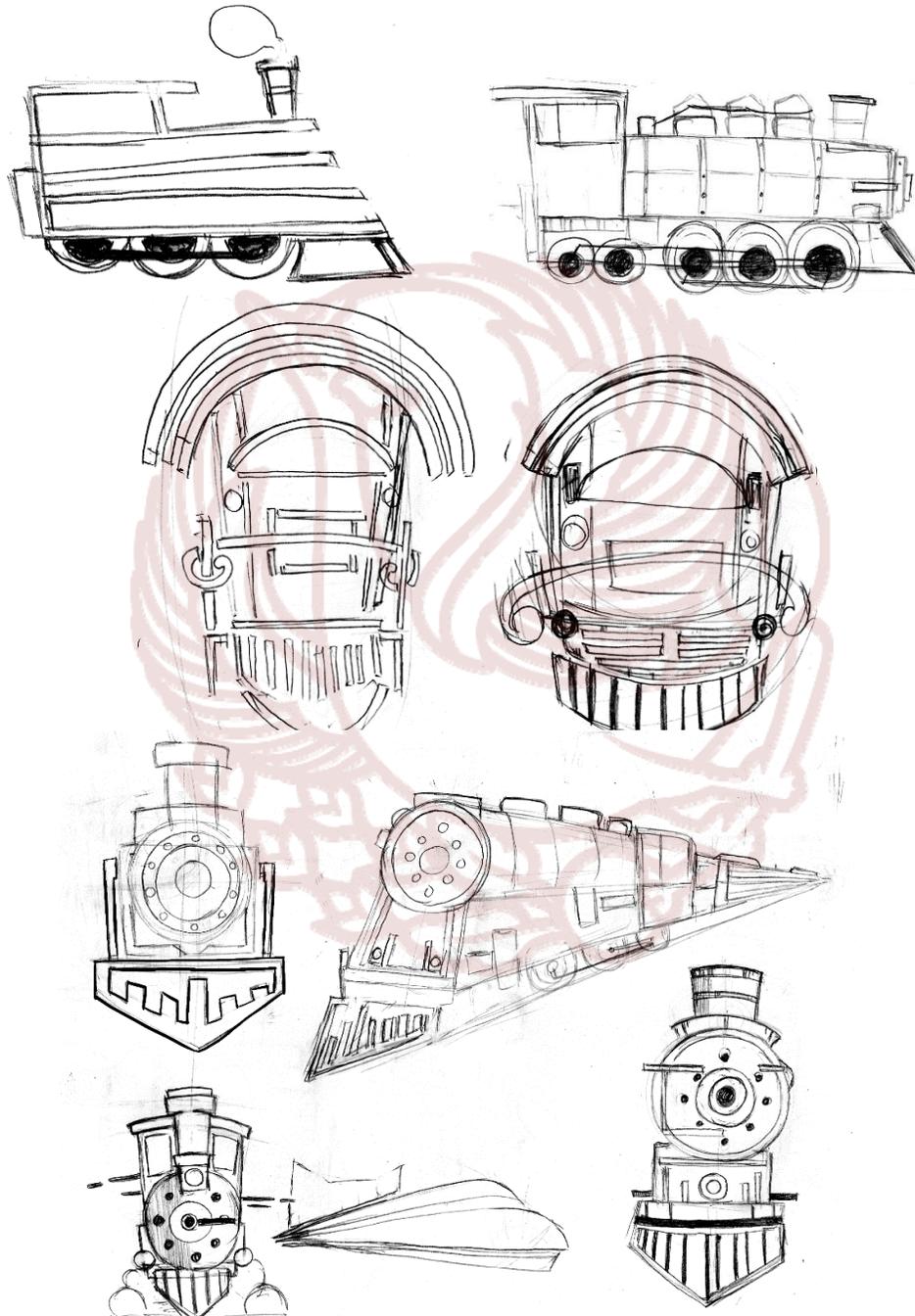
E. Proses Sektsa Logo / *Thumbnail*.

Sketsa digunakan untuk membentuk sebuah chacter dari icon Gerbong Maut yang akan di jadikan Museum, dengan tujuan untuk memperjelas dari isi pesan yang ingin disampaikan melalui *Identitas Visual*. Sketsa Logo Gerbong maut yang mencerminkan sejarah dari, Museum Kereta Api Bondowoso itu sendiri digunakan untuk membangun identitas bagi masyarakat sekitar

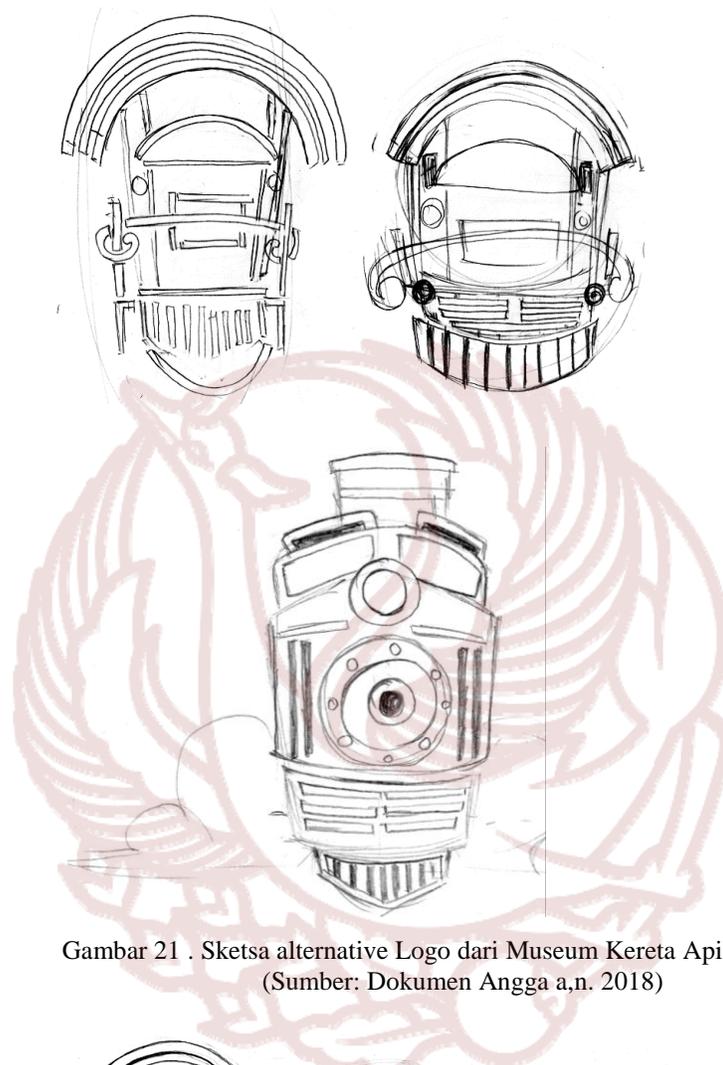


Gambar 19. Sketsa Logo dari Museum Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018).

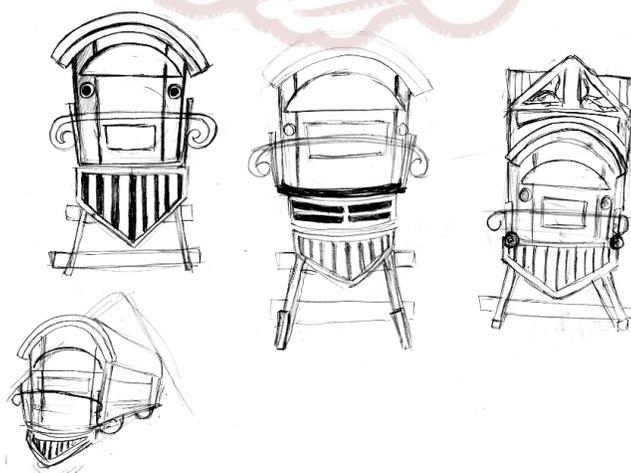
F. Alternative logo



Gambar 20. Sketsa alternative Logo dari Museum Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)



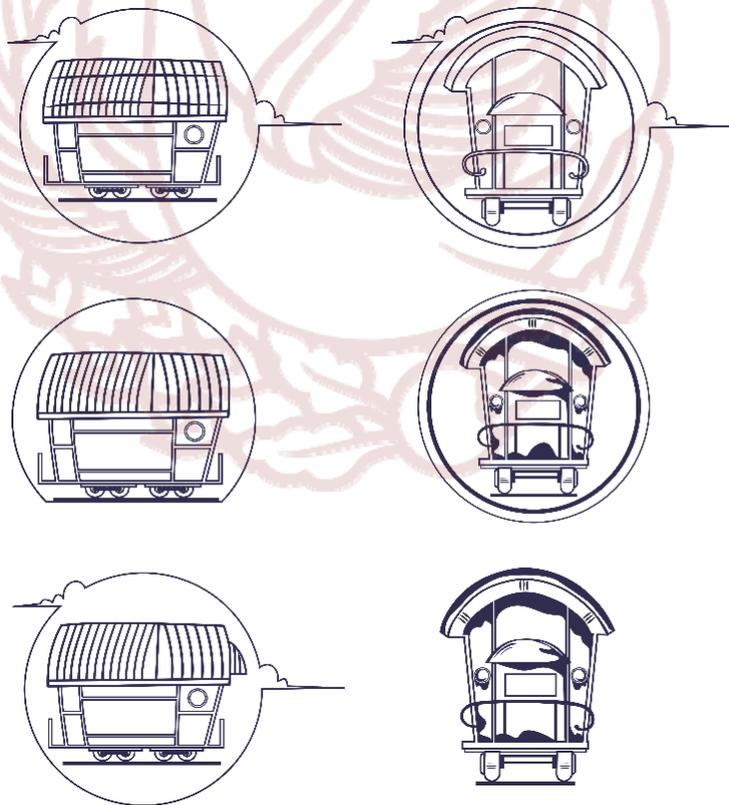
Gambar 21 . Sketsa alternative Logo dari Museum Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga a.n. 2018)



Gambar 22. Sketsa alternative Logo dari Museum Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga a.n. 2018)

G. Digitalisasi logo

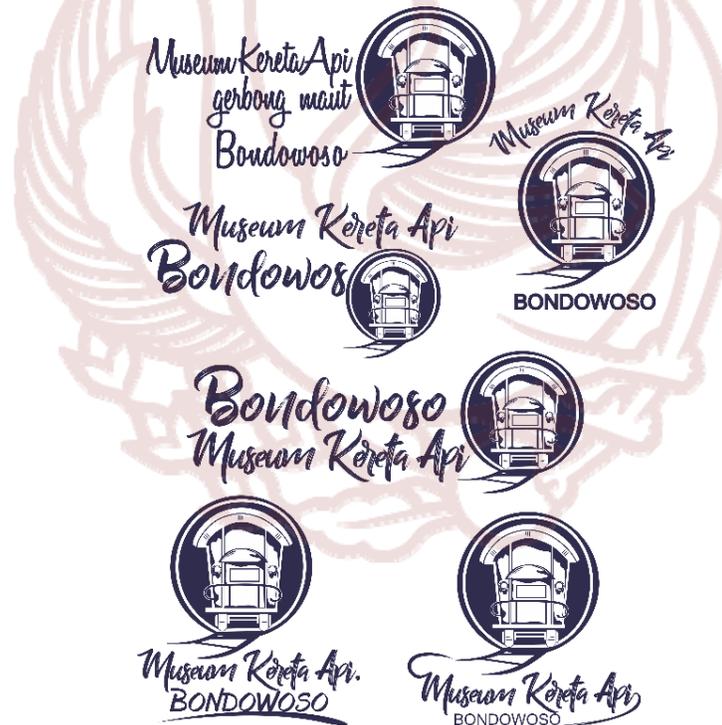
Tahapan ini lebih menekankan pada tahap awal yaitu dari sketsa dan proses kedua yaitu tahapan digitalisasi pengaturan warna penataan *typografi* yang pas dan cocok untuk di jadikan *Icon* atau logo untuk museum kereta Api Bondowoso tanpa harus menghilangkan unsur sejarah, atau kearifan lokal yang ada, dan menjadikan isu-isu atau motif- motif yang ada kemudian di kombinasikan dalam bentuk digitalisasi kemudian, dijadikan sebuah *Icon* yang *Iconik* untuk Musuem Kereta Api.



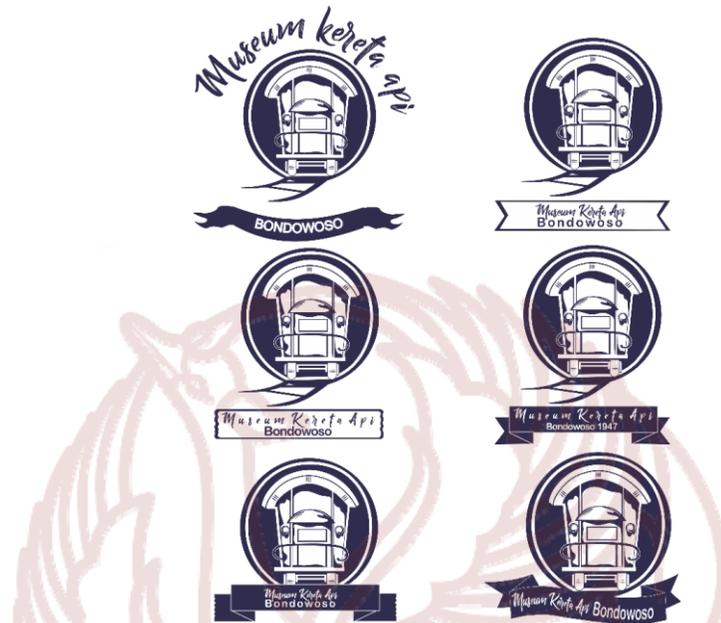
Gambar 23. Digitalisasi Desain Logo dari Museum Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga a,n 2018)

H. Penataan Typografi dan Logo Museum Kereta Api

Penataan typografi ini bertujuan untuk menyelaraskan antara, icon dan typografinya sehingga dapat menjadikan satu kesatuan yang kuat, yang dapat mewakili Musuem Kereta Api Bondowoso. Menjadikan sebuah Icon yang muncul di tengah -tengah masyarakat, Guna dalam digitalisasi ini bertujuan untuk dapat di jadikan bahan pertimbangan dalam pemilihan opsi-opsi yang nantinya akan dipilih menjadi sebuah *Icon*.



Gambar 24. Digitalisasi Tahap Awal Desain Logo dari Museum Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga a,n. 2018)



Gambar 25. Digitalisasi Tahap Kedua Desain Logo dari Museum Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga a.n. 2018)

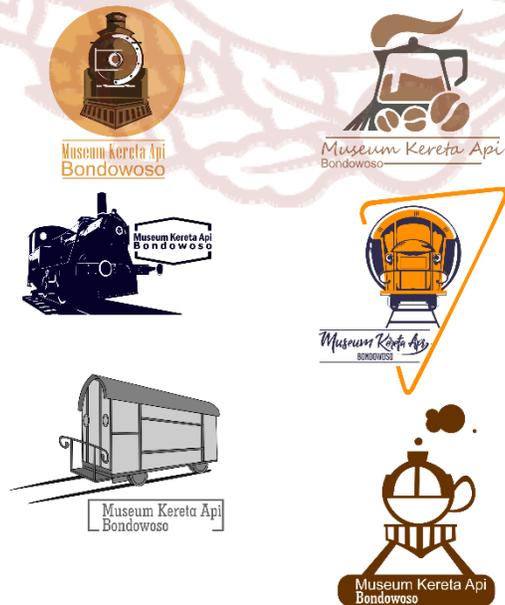


Gambar 26. Digitalisasi Tahap Ketiga Desain Logo dari Museum Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga a.n. 2018)

I. Alternatif Desain Logo



Gambar 27. Digitalisasi Alternatif Tahap Pertama Desain Logo dari Museum Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga a,n. 2018)



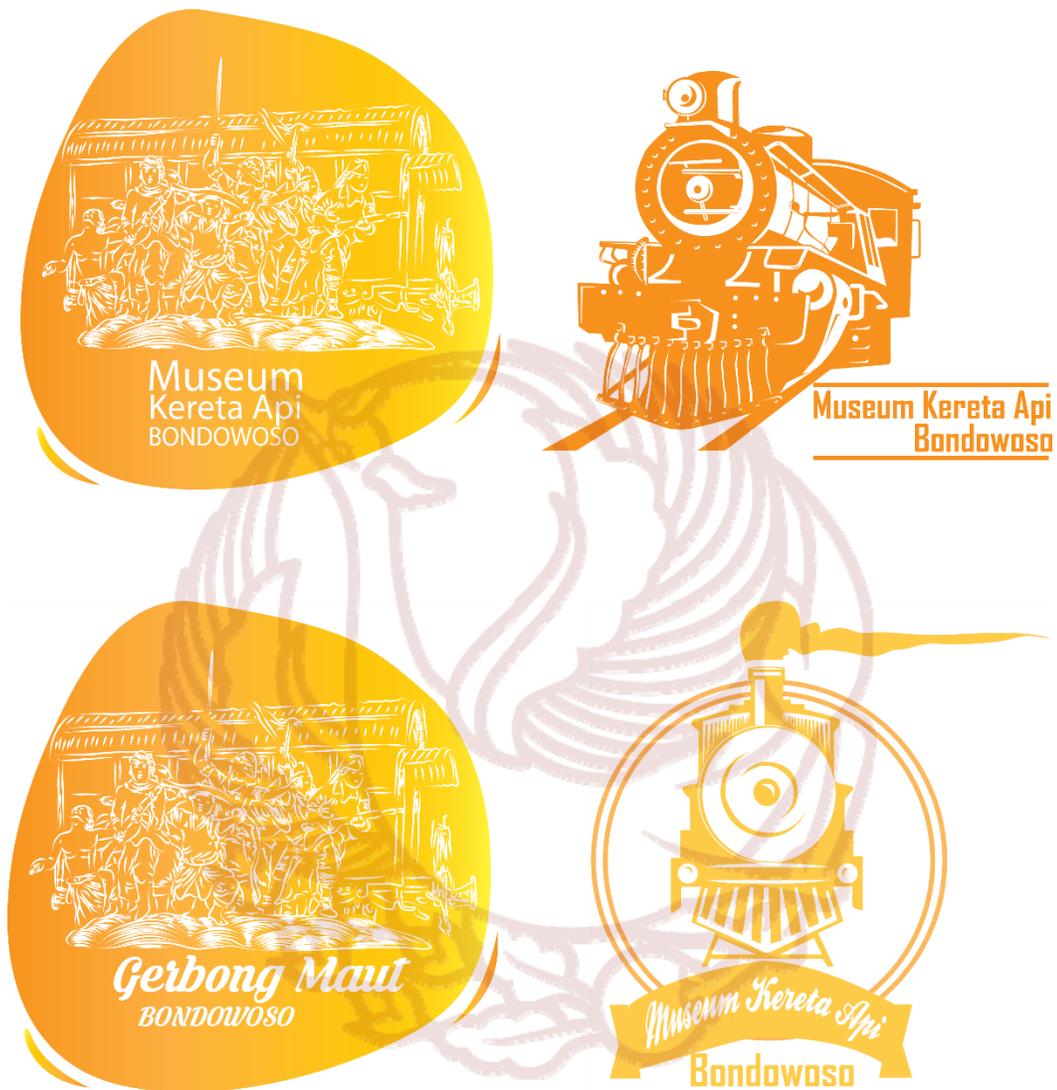
Gambar 28. Digitalisasi Alternatif Tahap Ketiga Desain Logo dari Museum Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga a,n. 2018)



Gambar 29. Digitalisasi Alternatif Tahap Ke Enam Desain Logo dari Museum Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga a,n. 2018)



Gambar 30. Digitalisasi Alternatif Tahap Ke Delapan Desain Logo dari Museum Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga a,n. 2018)



Gambar 31. Digitalisasi Alternatif Tahap Ke Sembilan Desain Logo dari Museum Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga a,n. 2018)

J. **Comprehensif Design.**

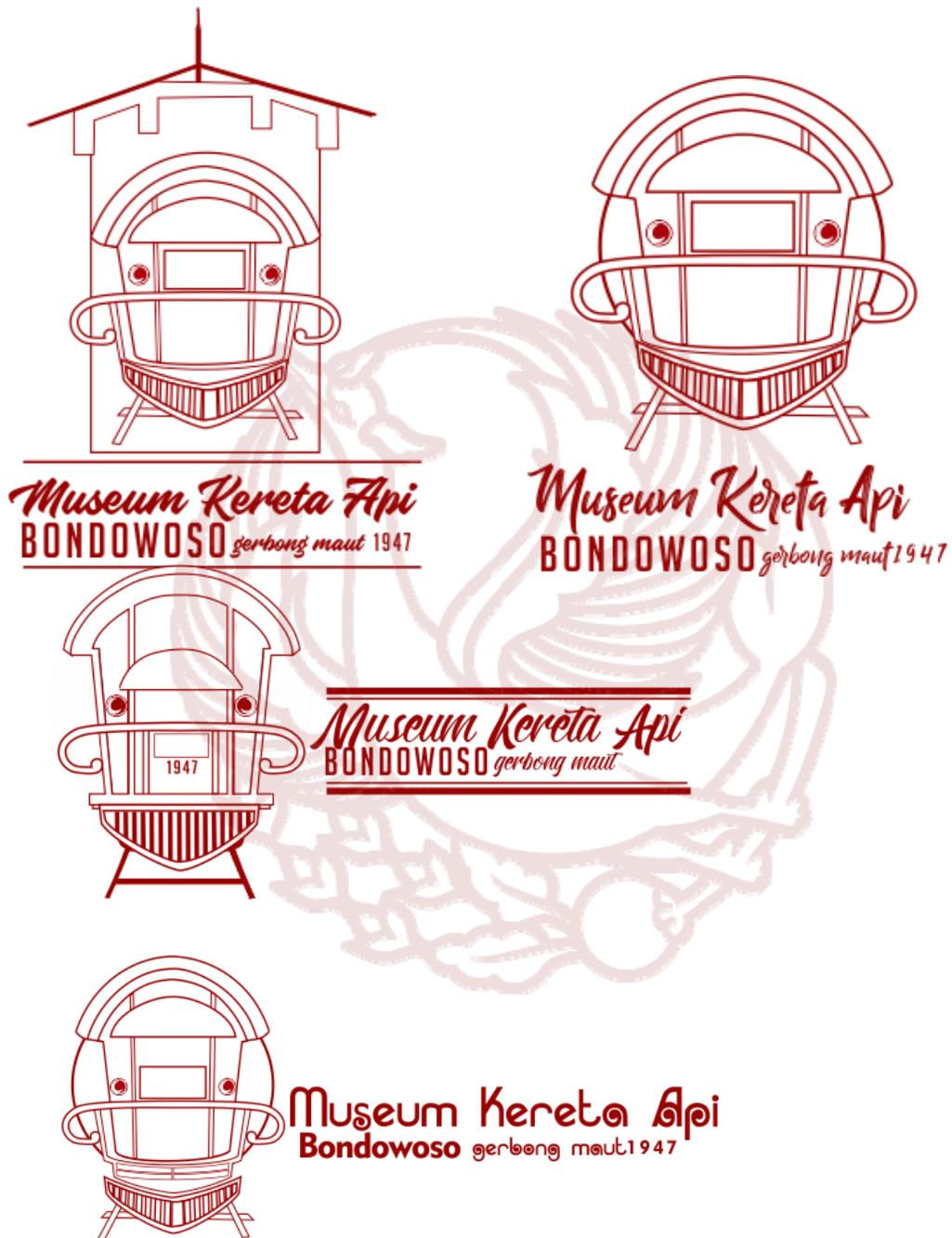
Dari beberapa tahapan dan pertimbangan pemilihan logo, yang dirasa memiliki makna dari visi misi perusahaan untuk dapat dijadikan simbol atau identitas visual pada museum Kereta Api Bondowoso Gerbong Maut. Dari beberapa perancangan desain komprehensif logo di bawah dapat menjawab, problem yang ada yaitu membangun sebuah identitas visual untuk museum.



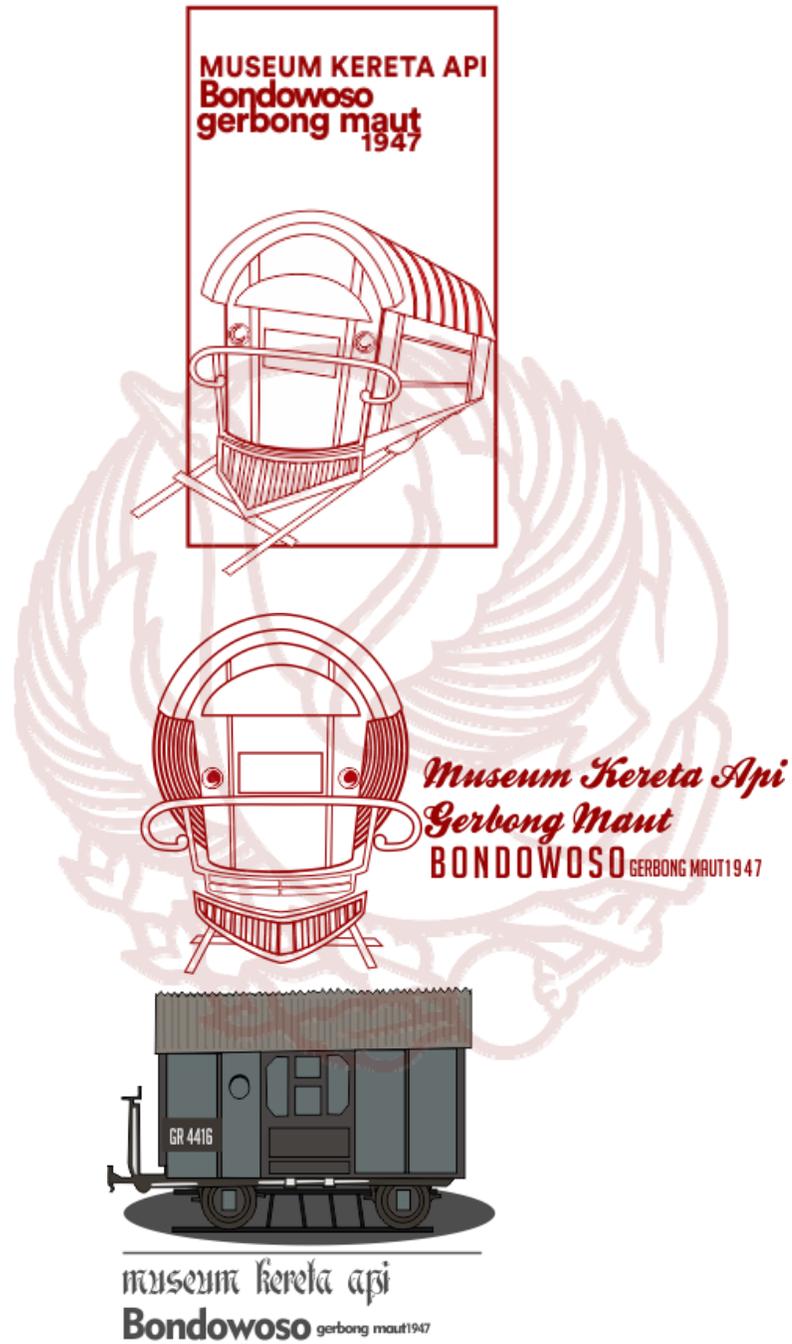
Gambar 32. Digitalisasi *Komprehensif* Tahap Pertama Desain Logo Museum Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga a,n 2018)



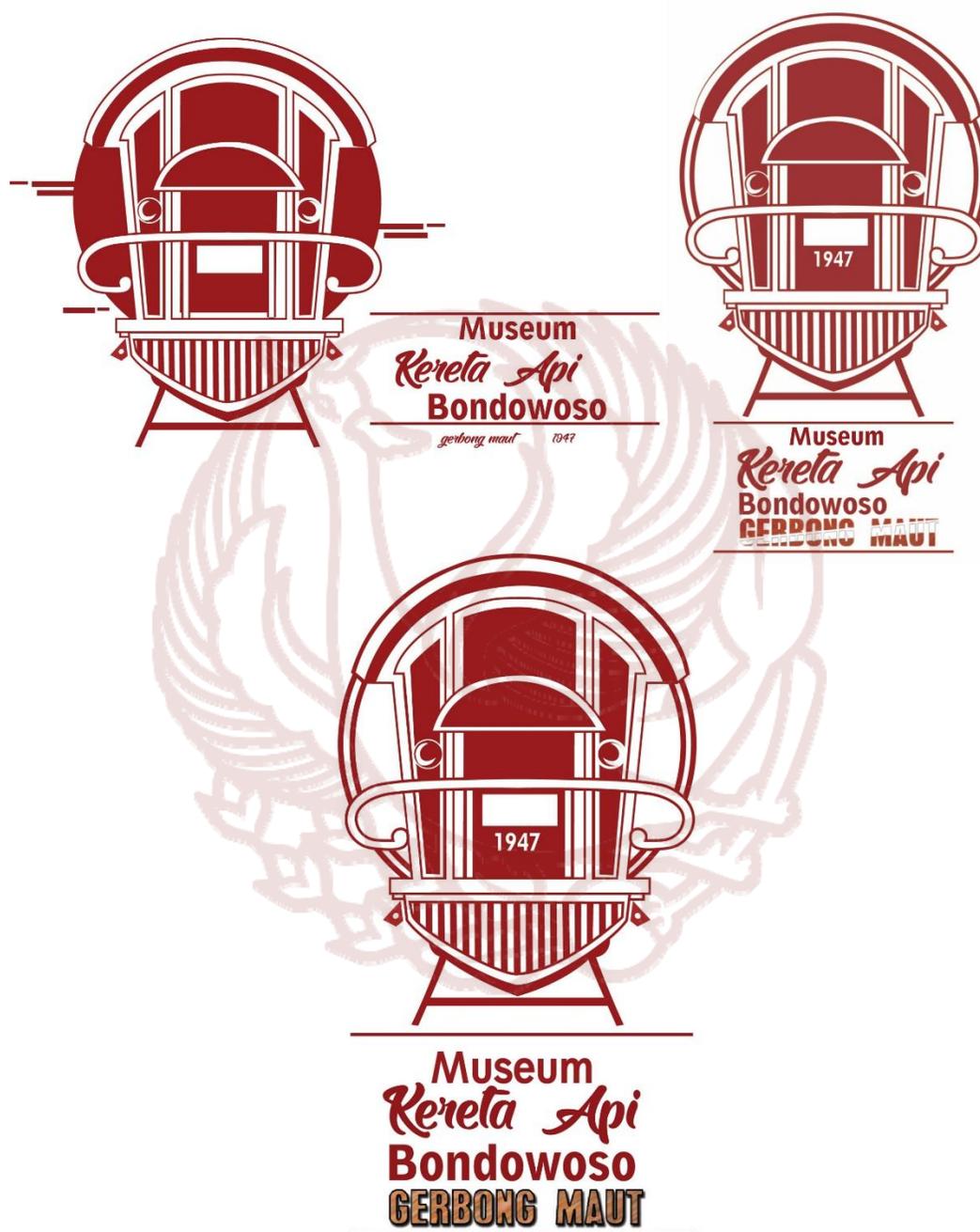
Gambar 33. Digitalisasi *Komprehensif* Tahap Ke Dua Desain Logo Museum Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga a,n. 2018)



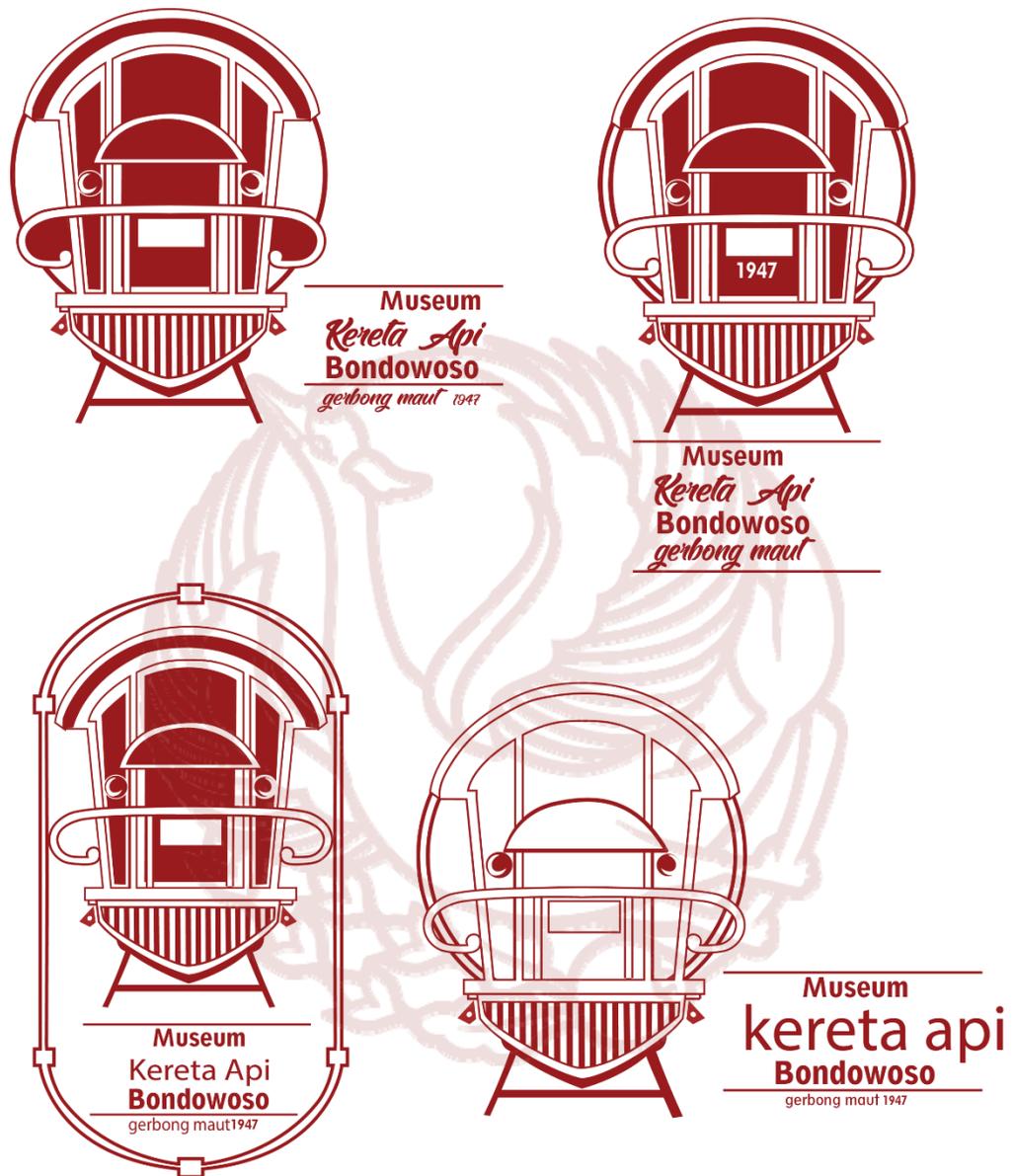
Gambar 34. Digitalisasi *Komprehensif* Tahap Ke Tiga Desain Logo Museum Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga a,n. 2018)



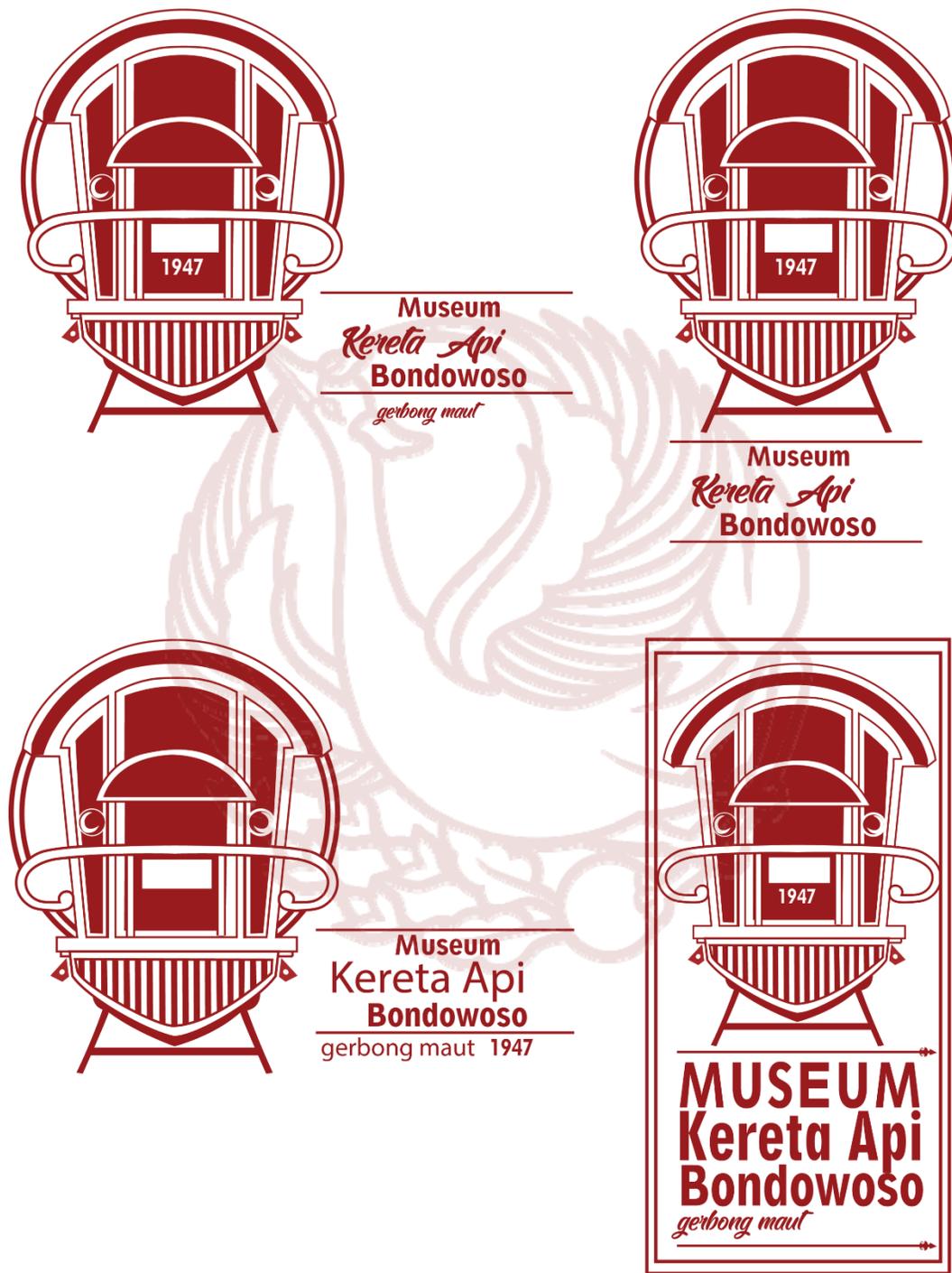
Gambar 35. Digitalisasi *Komprehensif* Tahap Ke Lima Desain Logo Museum Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga a.n. 2018)



Gambar 36. Digitalisasi *Komprehensif* Tahap Ke Tujuh Desain Logo Museum Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga a,n 2018)



Gambar 37. Digitalisasi *Komprehensif* Tahap Ke Depan Desain Logo Museum Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga a,n. 2018)



Gambar 39. Digitalisasi *Komprehensif* Tahap Ke Depan Desain Logo Museum Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga a.n. 2018)

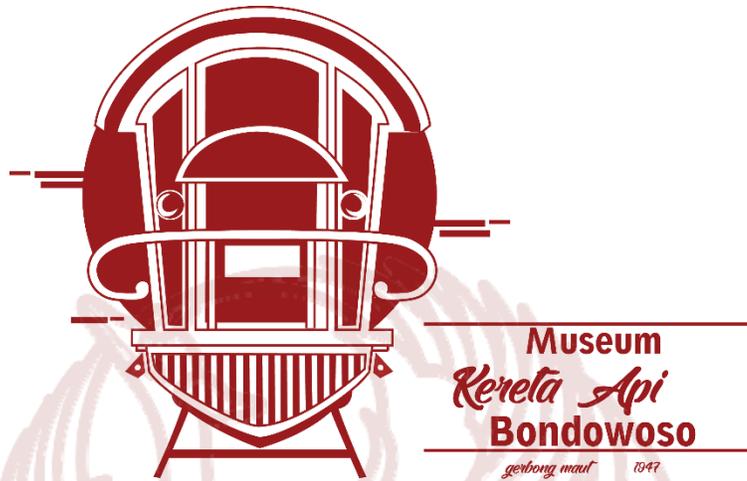
K. Logo Final

Museum Kereta Api Bondowoso (Gerbong Maut) dalam logo tersebut mewakili citra dan keunikan dari Museum Kereta Api Bondowoso. Simbol gerbong dengan bergaya vintage pun menjadi logogram dari Museum ini, Gerbong tersebut yang menjadi icon di museum Kereta api Bondowoso. Posisi Gerbong tersebut berada tepat di belakang stasiun Museum, Sejarah menjadi icon karena Gerbong tersebut merupakan gerbong yang mengangkut para tawanan pahlawan Indonesia yang berjumlah 100 akan di asingkan secara rahasia ke Stasiun Wonokromo Surabaya. *Logotype* Museum yang modern dan tipis terdapat perbedaan kontras yang terjadi antara logogram dan logotype sehingga mempermudah keterbacaan untuk logo dari Museum Kereta Api Bondowoso



Gambar 40. Desain Final Logo Museum Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018).

Revisi logo final



Revisi logo final



Gambar 41. Desain Final Logo Museum Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018).

logo final



Gambar 42. Desain Final Logo Museum Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018).

L. Warna

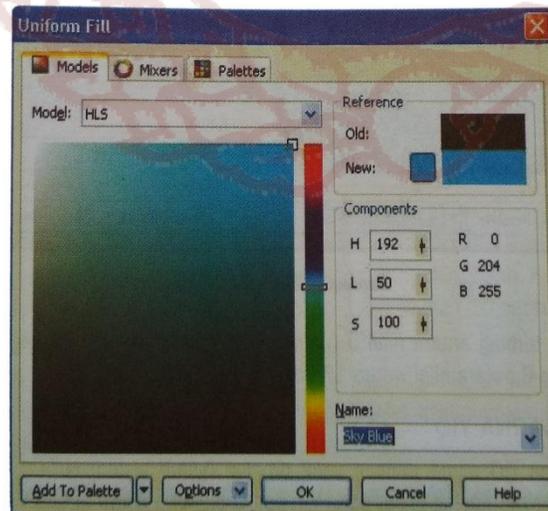
Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, mood atau semangat dan lain-lain. Sumbo Tinarbuko,(2015: 46). Apabila pemakaian warna yang kurang tepat maka dapat merusak Citra, nilai keterbacaan, dan bahkan dapat memghilangkan gairah baca. Dalam seni rupa, warna dapat dilihat dari tiga dimensi yaitu :

- A. Hue, warna berdasarkan nama-nama wama, seperti merah, biru, hijau, kuning dan seterusnya.

B. Value, terang-gelapnya warna.

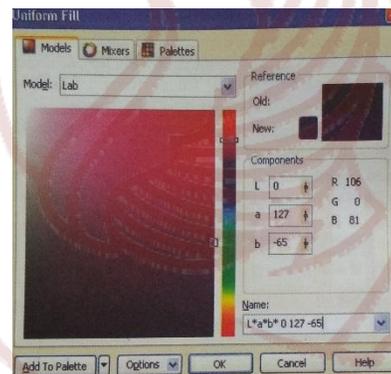
C. Intensity, tingkat kemurnian atau kejernihan warna

Hue menyatakan nilai dari pigmen warna dan diukur dalam satuan derajat (degree) dari 0 hingga 359. Sebagai contoh, 0 derajat berarti merah (red), 60 derajat berarti kuning (*yellow*), 120 derajat berarti hijau (*green*), 180 derajat berarti biru muda (cyan), 240 derajat berarti biru (blue), dan 300 derajat berarti merah jingga (magenta). Saturation menyatakan ketajaman atau kepuaran warna yang diukur dalam persentase dari 0 hingga 100 (semakin tinggi persentasenya warna akan semakin tajam). *Brightness* menyatakan nilai putih yang terkandung dalam warna tersebut, yang dinyatakan dalam persentase dari 0 hingga 100 (semakin tinggi nilai, semakin cerah warnanya).



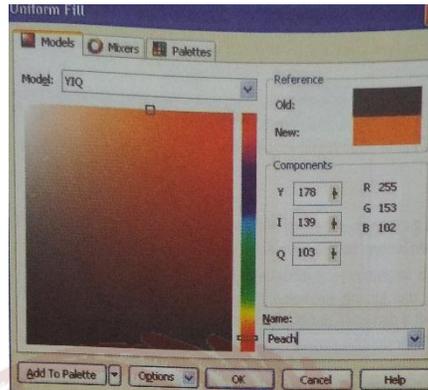
Gambar 43. Pallet Color Hsl.(hue, saturation,lightness)
(Sumber: Dokumen Angga a,n 2018).

Model warna LAB, lab merupakan kependekan dari luminance unsur untuk mengukur kecerahan *lightness* warna dan “A” komponen warna *Chromatic* yang mempresentasikan nilai antara warna hijau kemerah lalu “B” komponen warna *chromatic* yang mempresentasikan nilai antara warna antara biru ke kuning. *Luminance* terbagi antara nilai 0 (paling gelap) dan nilai (100) paling cerah sedangkan unsur A dan B antara nilai warna 128 dan minus 127.



Gambar 44: Pallet Color Lab.(*luminance*)
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018).

Model warna YIQ model warna YIQ hampir sama dengan yang dipakai dalam system NTSC (system warna pada televisi) masing –masing unsur pada Y, I , dan Q di ukur nilainya antara 0 dan 225. Unsur Y berupa nilai *luminance* sedangkan I dan Q antara 0 yang mewakili warna hijau, dan 225 yang memiliki unsur warna (yang mirip dengan magenta).



Gambar 45. Pallet Color Y,I, Dan Q
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018).

Pemilihan warna untuk desain identitas visual Museum Kereta Api Bondowoso Penulis menggunakan jenis warna primer sesuai dengan konsep dan tema yang ingin diangkat yaitu tema perjuangan dengan mengkombinasikan warna-warna pada jaman perjuangan dapun beberapa contoh poster jadul, yang menjadi dasar dalam pemilihan warna salah satu posternya sebagai berikut: poster dari Boeng Ayo Boeng, poster pada majalah time dan pada bentuk postage pada jamn dahulu. Salah satu tubnainya sebagai berikut.



Gambar 46. poster, majalah dan postage
(Sumber: Google poster jadul. 2018)

yaitu warna merah, putih merupakan warna dari tema perjuangan. Dalam filosofi warna, warna merah memberikan kesan Semangat, kuat, cinta, ambisi, pemimpin, kehangatan, dan .warna putih itu sendiri memiliki makna, rendah hati, suci, simple, aman, Kalem, Santai, Terpercaya. Dan dalam perancangan logo ini juga ingin menggunakan warna hitam, warna ini dipilih karena dalam filosofi warna bahwasanya warna hitam identik dengan klasik, baru, misteri, formal, elegan, anarki. Karena jika dilihat dari

filosofi Museum Kereta Api Bondowoso Gerbong Maut memiliki nilai sejarah yang memilukan, dari warna-warna ini dapat mencerminkan dan menguatkan *image* dalam perancangan identitas visual Museum Kereta Api Bondowoso.



Gambar 47. Warna desain Logo dari layout iklan
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

Warna tersebut terangkum dalam proses desain Museum Kereta Api yang akan dikemas dalam ilustrasi dan kombinasi warna menjadikan satu kesatuan atau *unity* mengalami dan menikmati secara langsung kota ini dengan segenap isinya. Serta memberi sebuah pengalaman dan kesan khusus pada siapa yang mengunjunginya.

1) **Typografi**

Dalam penggunaa *font* patut memperhatikan *legibility* yaitu tingkat kemudahan sebuah font saat di baca. Tingkat keterbacaan bisa di sebabkan bentuk, ukuran maupun *layout* dari sebuah desain. Berdasarkan literature dan hasil dari proses penelitian kami berusaha mengimplementasikan

typografi, yang akan di tampilkan dalam destination branding dengan menggunakan font yang bersifat atau berkesan tradisional, *Heritage*, *Cultur* dan perjuangan.



Museum
Kereta Api
Bondowoso
GERBONG MAUT

Gambar 47. *Konsep Desain Tagline Logo Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)



Museum
Kereta Api
Bondowoso

Gambar 48. *Desain Tagline Logo Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

2) Tagline

Dalam prose perancangan ini *tagline* juga berperan penting dalam menyajikan sebuah desain. Yang nantinya dapat terwujudkan dalam pemahaman pesan – pesan, yang ingin di sampaikan ke pada publik atau masyarakat, sehingga tagline juga bisa berisi himbauan-himbauan atau

ajakan untuk membangun *awardnes* atau menggugah masyarakat sekitar. Sehingga masyarakat dapat memahami apa yang ingin di sampaikan, melalui perancangan *tagline* yang pas dan tepat. berikut beberapa *tagline* yang ingin di sampaikan dalam perancangan ini sebagai berikut:

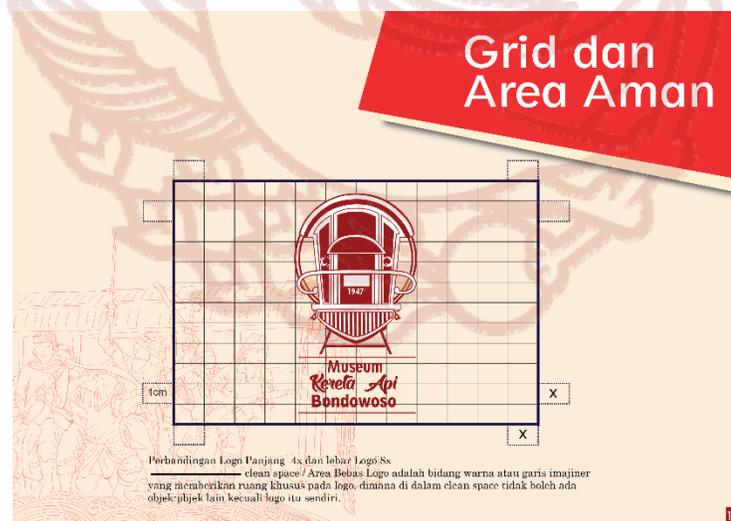
- Pelajari Sejarah Kotamu Hanya Disinini
- Nikmati liburan seru loe bersama teman terdekat disini
- Cari Tau Yuk..... sejarah gerbong maut hanya disini
- Kenalan dengan orang sudah biasa..... kenalan dengan gerbong maut luarbiasa...
- Liburan Seru Bersama Kami disinini..
- Nikmati Nuansa Nostalgia Hanya Disini
- the herritage of carriage.
- Yuk Intipin sejarah Kotamu Hanya Disini ni

Gambar 50. *Konsep Tagline Logo Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga a,n. 2018)

3) Rumus Skala (Proposional Logo)

Perbandingan logo L = 8 cm P = 10 cm

dengan ada pembatas yang disebut *Clean Space* / Area bebas logo dimana bidang warna atau garis *Imajiner* yang memberikan ruang khusus pada logo di dalam *clean Space* tidak boleh ada objek-objek kecil lain selain logo tersebut. Namun kebanyakan dalam pengaplikasian logo sangat bervariasi sesuai dengan medianya dimulai dari *Signage*, dan *Bilboard*, pada dasarnya logo di aplikasikan haruslah tetap terbaca *Suggestion* pada dasarnya, setiap aplikasi logo harus mempunyai tingkat keterbacaan yang baik sebagai pertimbangannya.



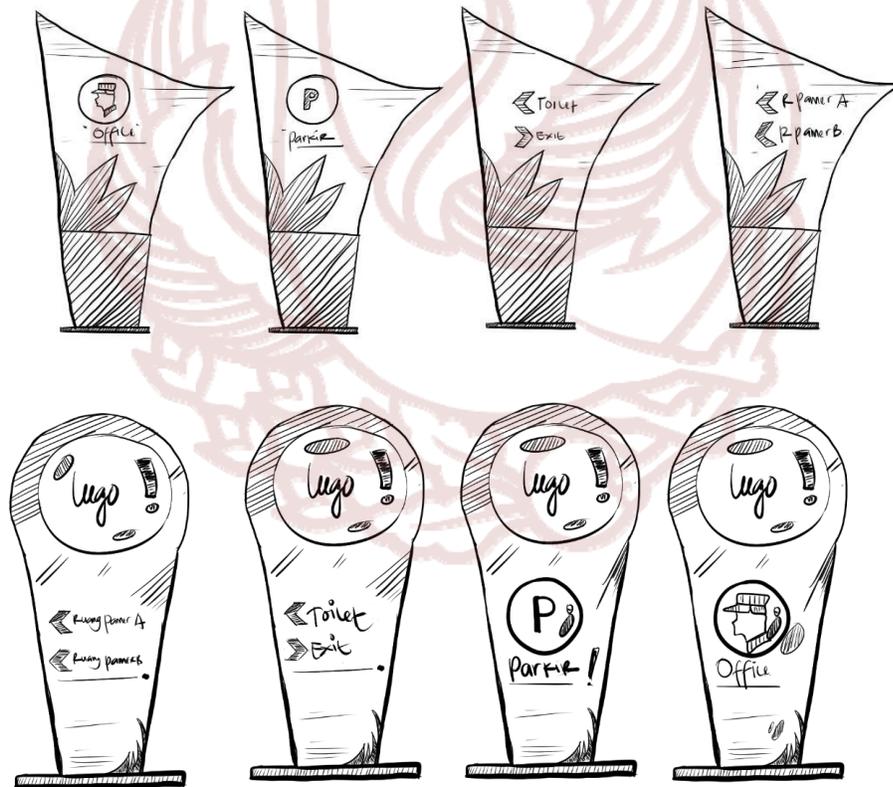
Gambar 51. Grid / atau Skala perbandingan Logo Museum Kereta Api Bondowoso
 (Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)

D) Konsep Penerapan Implementasi Media

Identitas Visual dari Museum Kereta Api Bondowoso akan di aplikasikan ke dalam bentuk, seperti papan penunjuk arah, poster, stasionery dan

beberapa media cetak lainnya sebagai media penunjang untuk mempersuasi masyarakat Bondowoso atau pelancong agar mau mengapresiasi Museum Kereta Api Bondowoso Gerbong Maut, Dimulai dari bentuk hitam putih atau sket ulang hingga proses digitalisasi melalui aplikasi yang ada, seperti dalam gambar dibawah ini sebagai berikut proses digitalisasi desain dimulai dari logo hingga pengaplikasian desain.

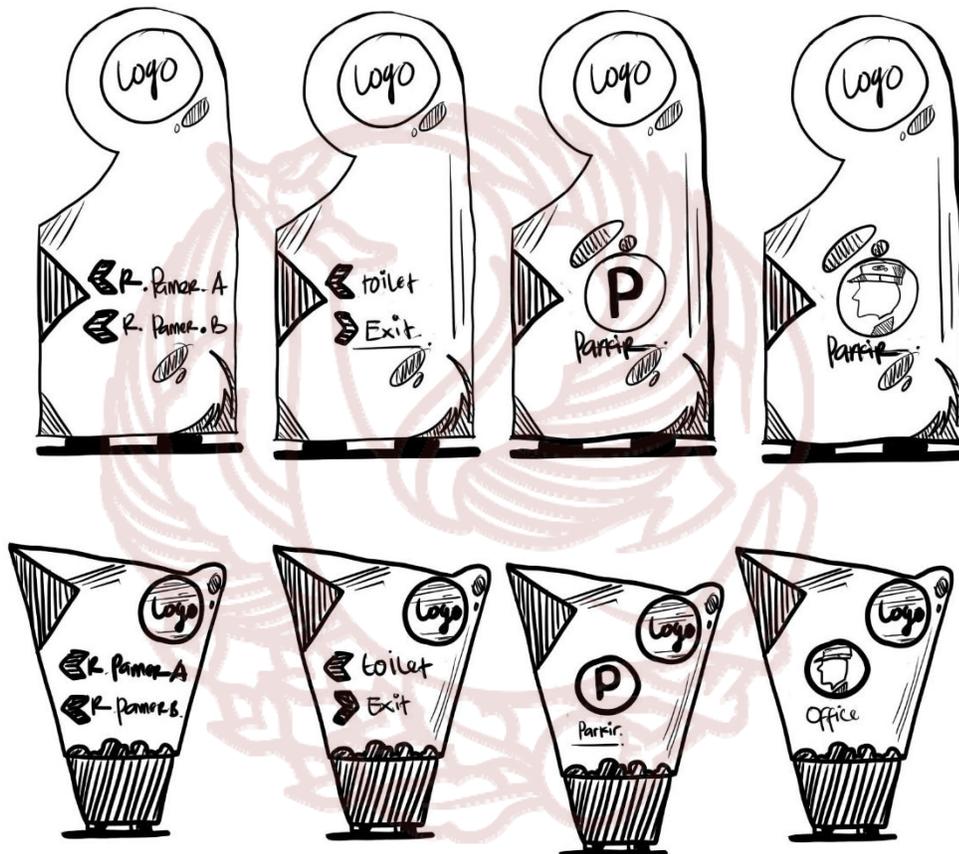
1) Sign sytem



Gambar 52. Alternatif *sign sytem* Museum Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga a,n. 2018)

Desain *sign system* atau penunjuk arah pada Museum Kereta Api Bondowoso guna sebagai media yang efektif untuk mengimplementasikan desain melalui

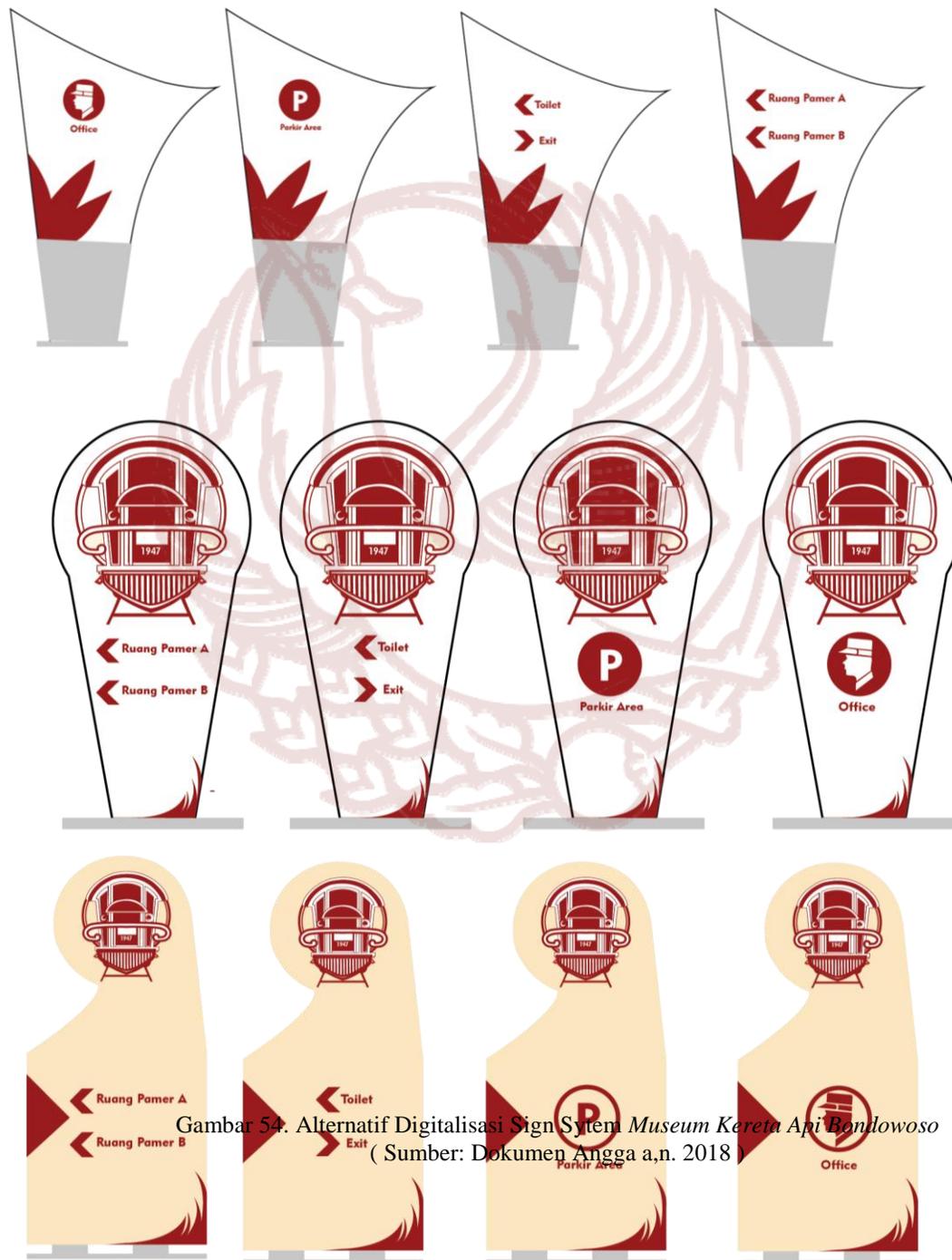
media ini karena di Museum ini belum adanya perancangan *sign sytem* yang tepat sehingga kehadiran akan sign sytem di museum ini sangat dibutuhkan guna untuk meningkatkan mutu dan pelayanan Museum Kereta Api Bondowoso.



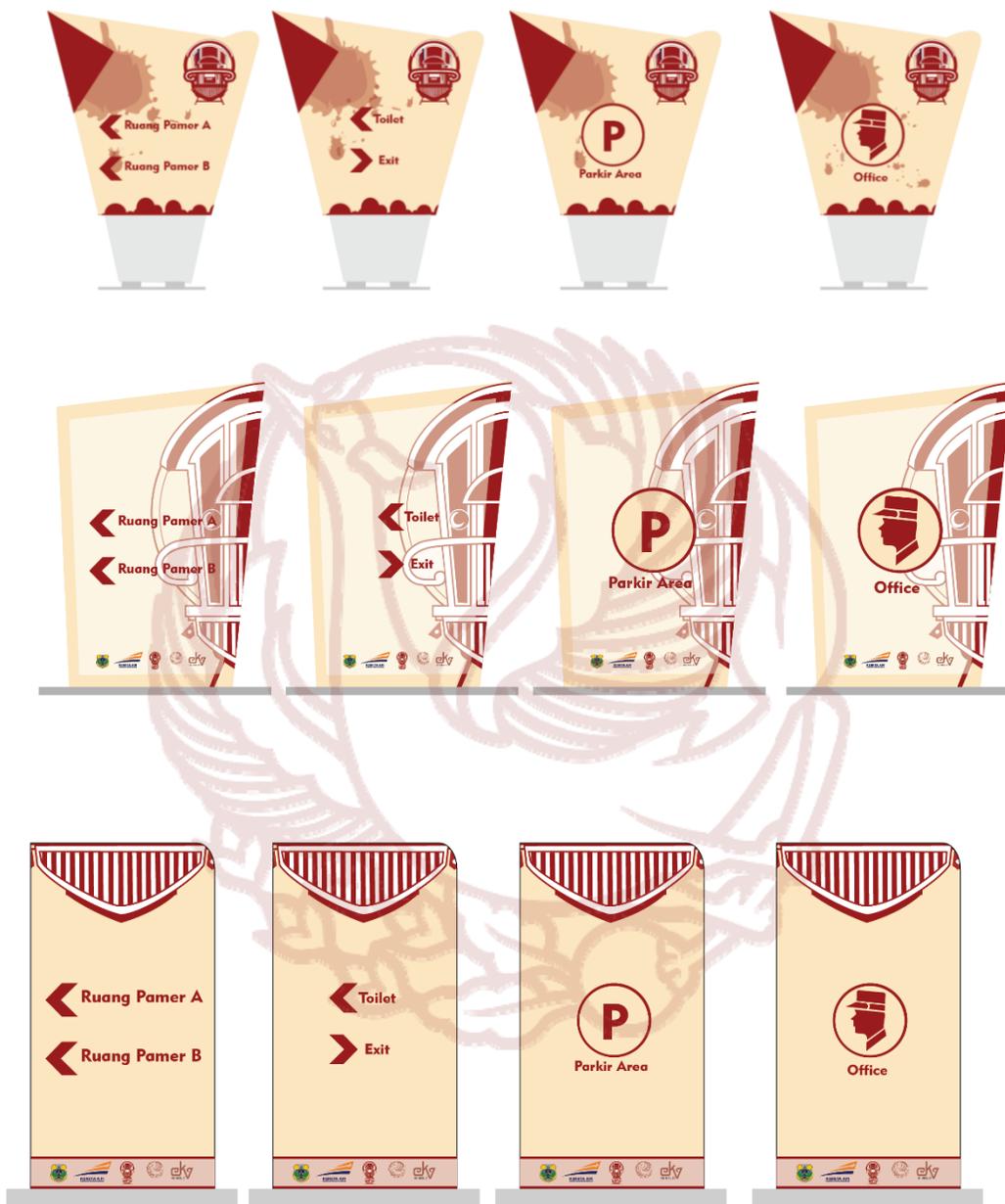
Gambar 53. Alternatif *sign sytem* Museum Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga a.n. 2018)

Tahap digitalisasi merupakan tahap final dalam desain yang dimulai dari step-step awal hingga akhir yang terwujud dalam bentuk digital guna untuk mempertegas gambar yang ingin disampaikan salah satu hasil tahap digital sign sytem ini adalah sebagai berikut yang terbagi menjadi beberapa bentuk

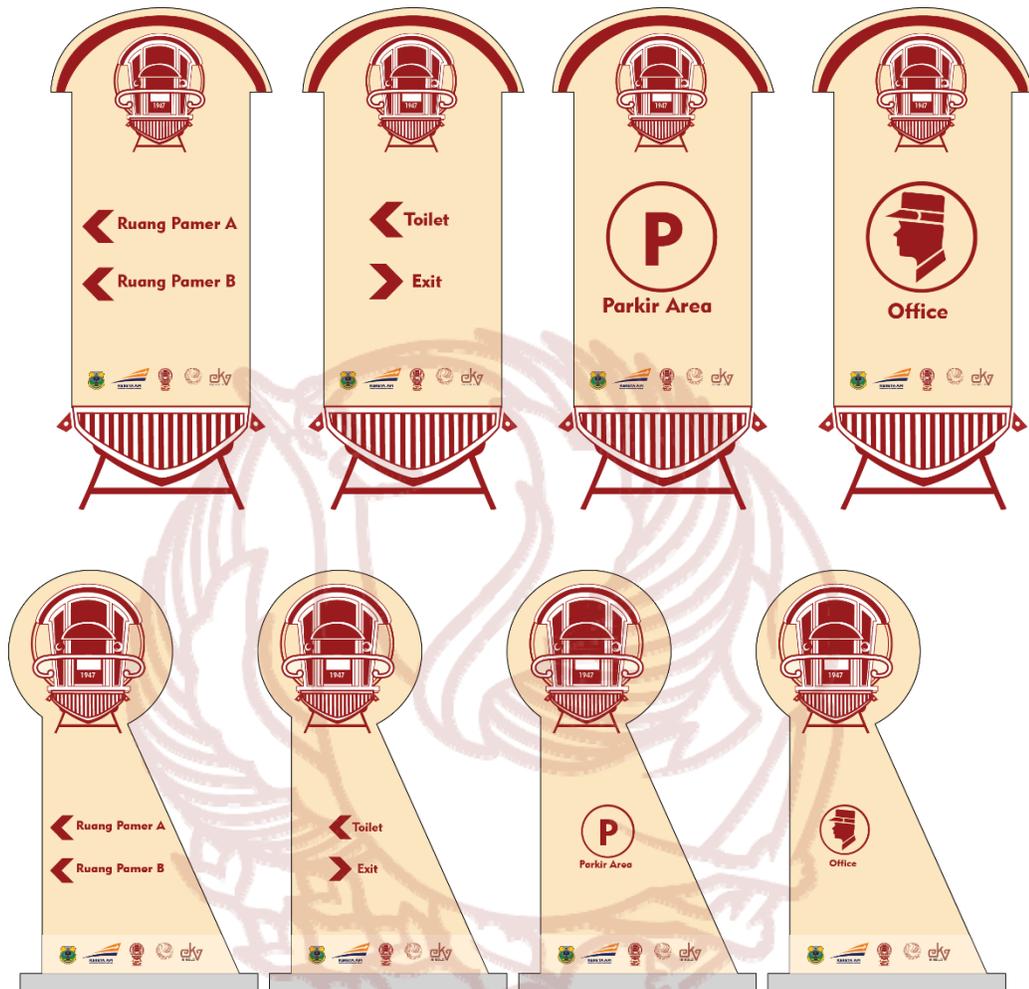
seperti gambar yang tertera pada tahap awal itu tadi salah satu perwujudannya ialah sebagai berikut:



Gambar 54. Alternatif Digitalisasi Sign Sytem Museum Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga a.n. 2018)



Gambar 55. Alternatif digitalisasi sign sytem *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga a.n. 2018)

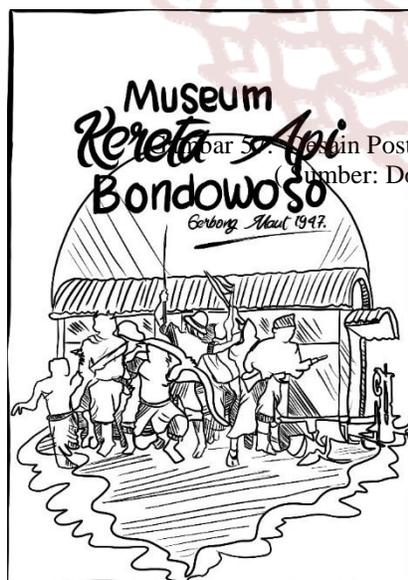


Gambar 56. Alternatif digitalisasi sign sytem *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)

2) Poster.

Poster media ini merupakan media bisa dikatakan media yang paling murah dan mempunyai dampak yang sangat luas tergantung penempatannya yang tepat, dalam menyampaikan sebuah pesan atau informasi untuk publik yang sangat efektif karena bentuk ukuran dan dominasi pandangan sehingga mudah menarik

perhatian, seperti halnya dalam perancangan tugas akhir ini juga menggunakan poster sebagai penyampaian informasi ke masyarakat salah satu tahapan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut



Bar 5.46.4 Bin Poster Museum Kereta Api Bondowoso
 (Sumber: Dokumen Angga Aditjaya, Nova, 2018)



Gambar 58. Digitaliasi Poster *Museum Kereta Api Bondowoso*
 (Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)



Gambar 59. Digitaliasi Poster Museum Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)



Gambar 60. Digitaliasi Poster *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

3) Iklan Koran Jawa Pos Radar Jember.

Iklan Koran Jenis iklan yang dimuat di surat kabar harian dipilih karena terbit hampir setiap hari. Koran Jawa Pos Radar jember dan Koran Jawa Pos Radar Ijen dipilih sebagai salah satu tempat mengiklankan atau media promosi yang sangat efektif untuk Museum Kereta Api Bondowoso mengingat target *audience* dan target marketnya seluruh masyarakat wilayah tapal kuda yang khususnya kota Bondowoso.



Gambar 61. Thumbnail iklan koran *Museum Kereta Api Bondowoso* (Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)



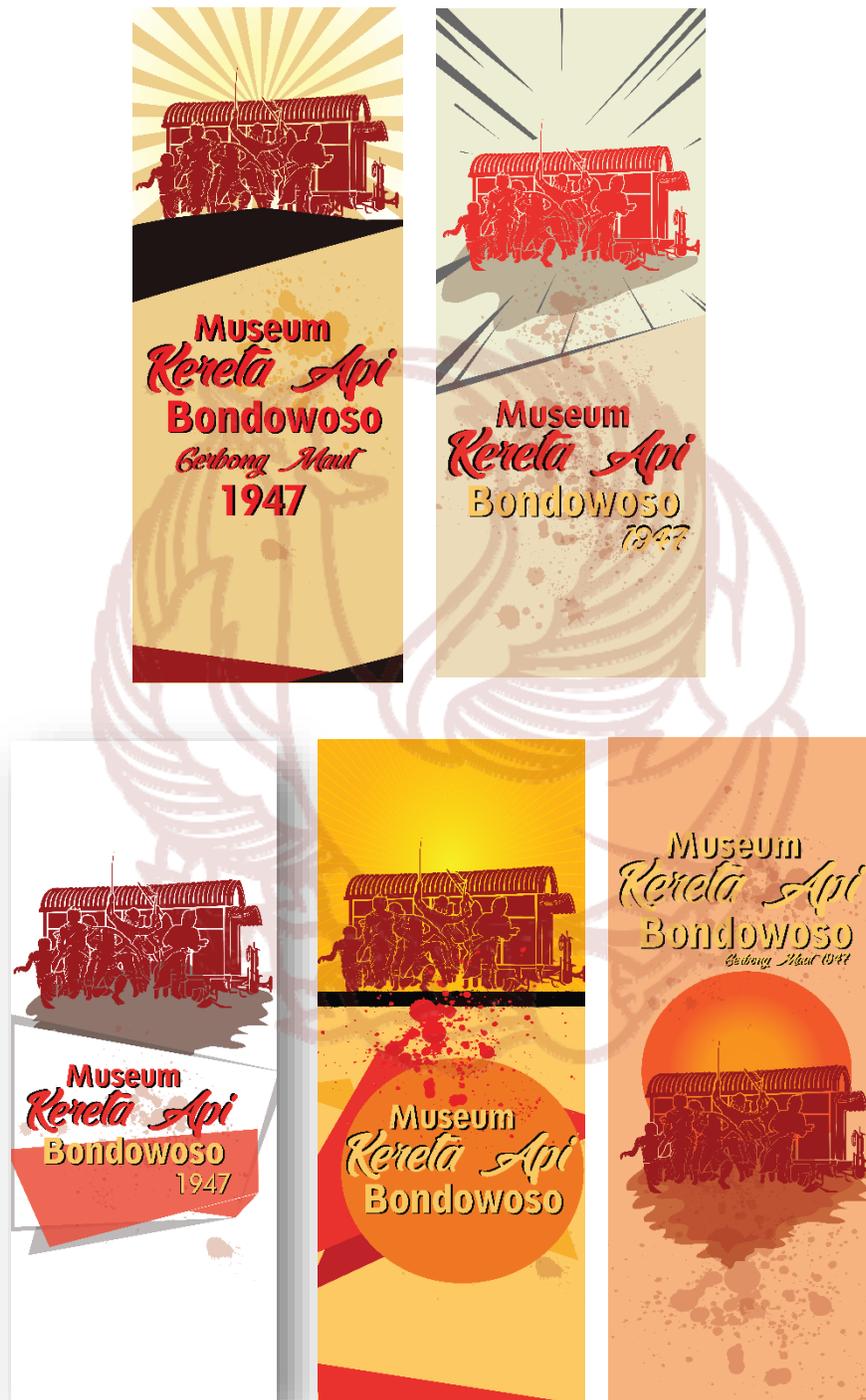
Gambar 62. Digital iklan koran *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

4) Banner.

Banner merupakan media promosi dalam ruang atau yang sering kita sebut dengan promotion indoor, yang sifatnya fleksibel dalam penempatannya, dan bisa di pindah-pindah kelebihannya untuk memudahkan mengetahui lokasi kelemahannya dari media ini tidak tahan lama seperti di bawah ini bahwasanya museum juga memerlukan media dalam ruang dengan detail tubnail sebagai berikut:



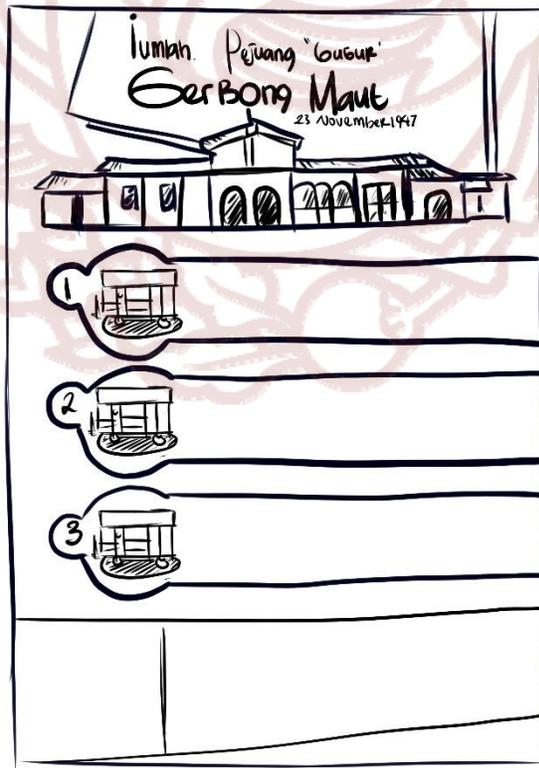
Gambar 63. Thumbnail Banner Museum Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angka a,n. 2018)



Gambar 64 Digitalisasi Banner *Museum Kereta Api Bondowoso*
 (Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)

5) Info Grafis

Infografis merupakan media promosi dalam ruang atau luar ruangan yang sering kita sebut dengan flexible promotion , yang sifatnya fleksibel dalam penempatannya, dan bisa di pindah-pindah kelebihannya untuk memudahkan pembaca dalam mengerti sejarah tentang Museum Kereta Api Bondowoso kelemahannya dari media ini tidak tahan lama seperti di bawah ini bahwasanya museum juga memerlukan media dalam ruang dengan detail tubnail sebagai berikut:

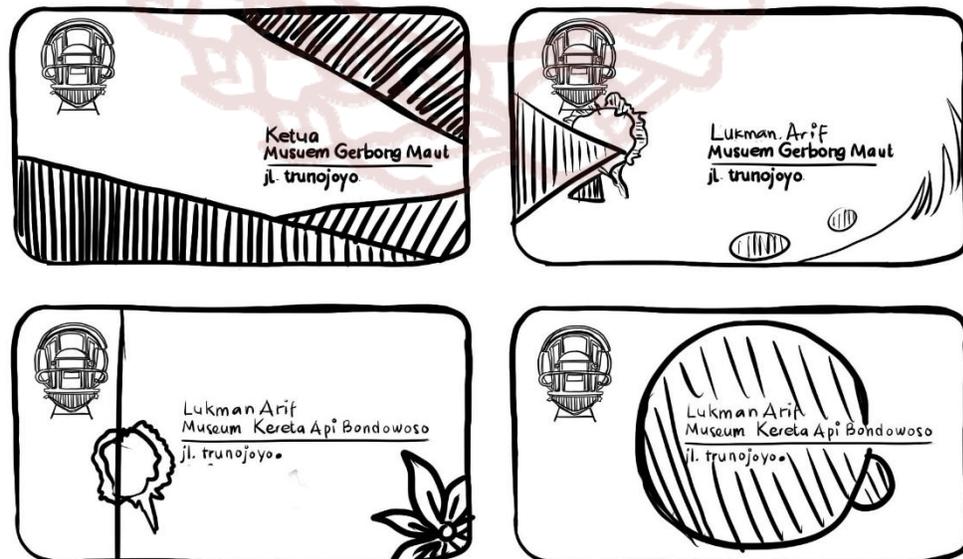


Gambar 65 Infografis Museum Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

6) Office Stasionery promotion

A. Kartu nama

merupakan salah Satu benda yang paling penting dalam berinteraksi dengan orang lain terutama untuk terbisnis. Kelebihannya lebih simpel, fleksibel dan dapat dibawa kemana-mana. Kelemahannya digunakan Saat dibuthkan dan target audience terbatas. Salah satu media tubnail dari kartu nama untuk Musuem Kereta Api Bondowoso. sebelum masuk proses digitalisasi atau tahap akhir dari desain ID card atau Kartu nama,sehingga dari proses tubnail ini dapat kita lihat nanti hasil akhir dari desain ID Card atau kartu nama Musuem Kereta Api Bondowoso, dengan penjelasan sebagai berikut:



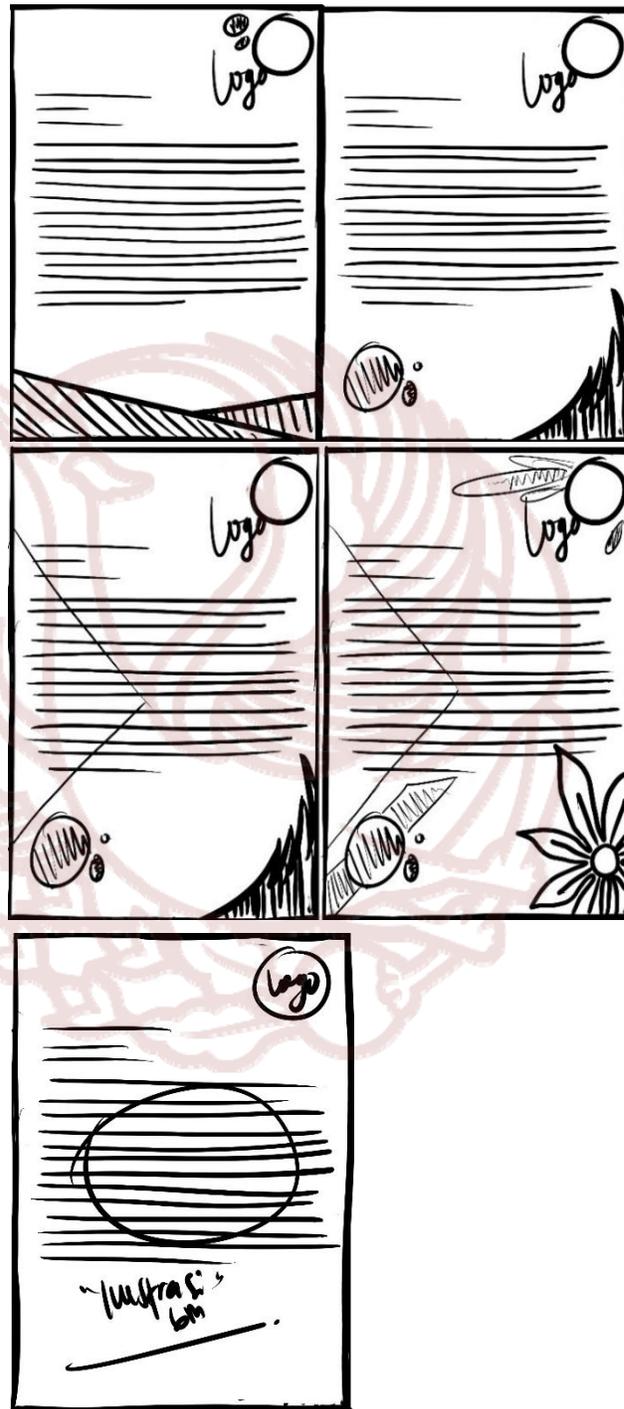
Gambar 64. Tumbnail Id card / kartu nama *Musuem Kereta Api Bondowoso* (Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)



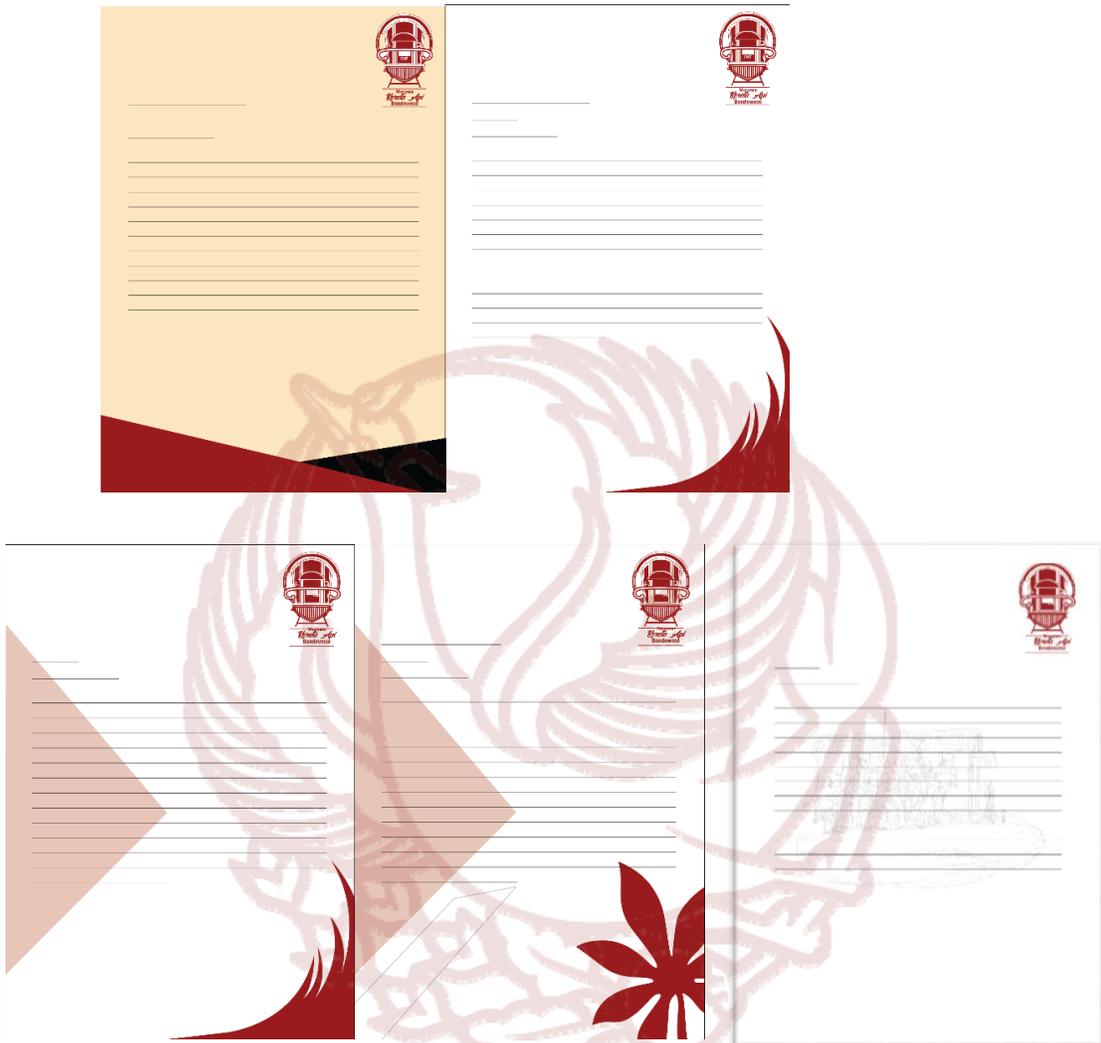
Gambar 65. Digitaliasasi Id card / kartu nama *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

B. Memo

Memo merupakan media yang bersifat intern karena media ini adalah wadah untuk mengirim pesan singkat kepada perusahaan lain, atau ke dalam satu ruangan kantor agar lebih terlihat lebih tertata, kelebihan memo unik, dan lebih ke intern atau lebih ke mendalam tentang perusahaannya, kelemahan dari media ini jarang diminati, untuk saat ini cukup menggunakan media Smartphone yang lebih cepat sampai, dan mudah di akses, dan tahapan dalam perancangan Memo sebagai berikut:



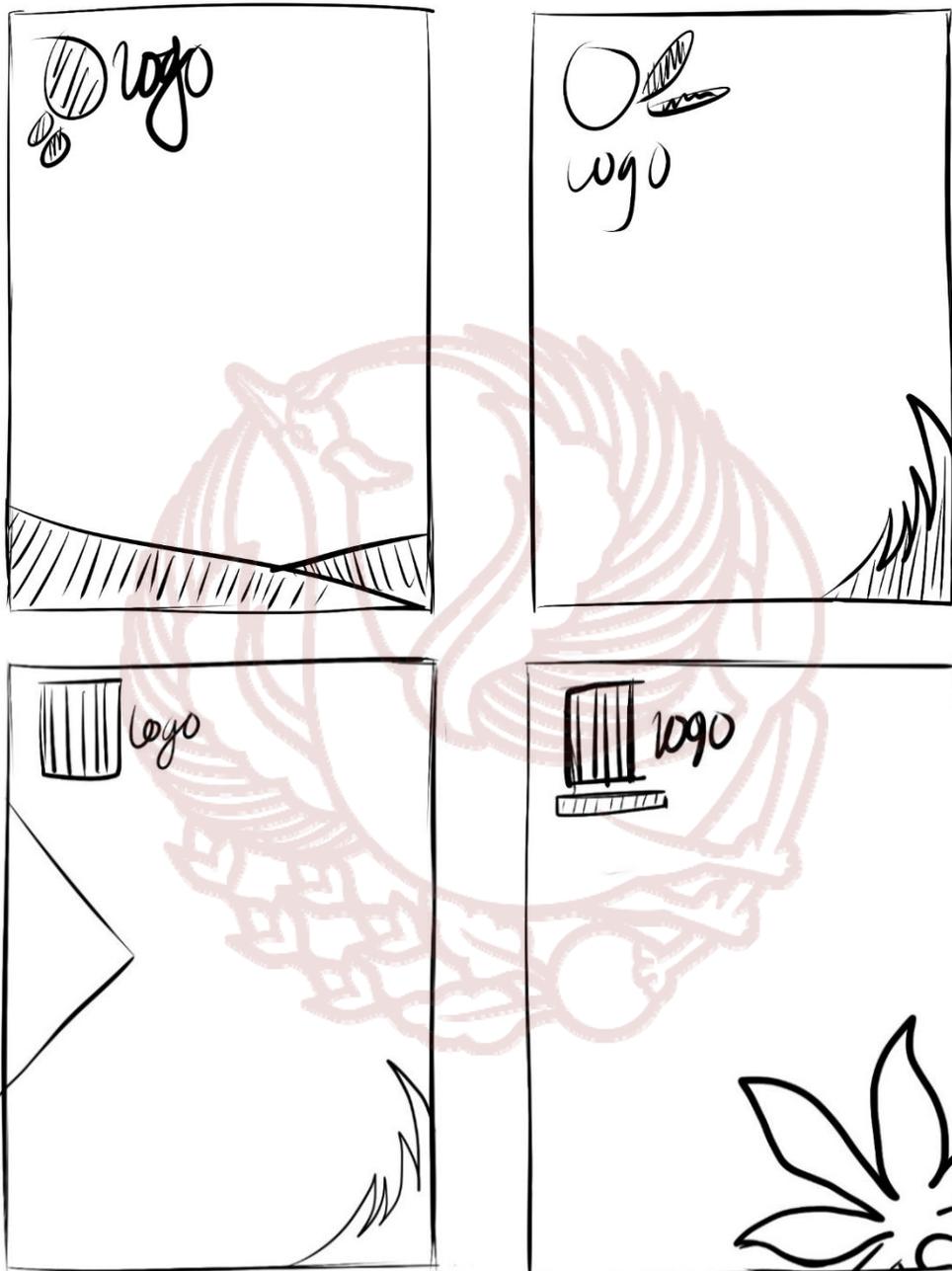
Gambar 66. Thumbnail Memo *Musuem Kereta Api Bondowoso*
 (Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)



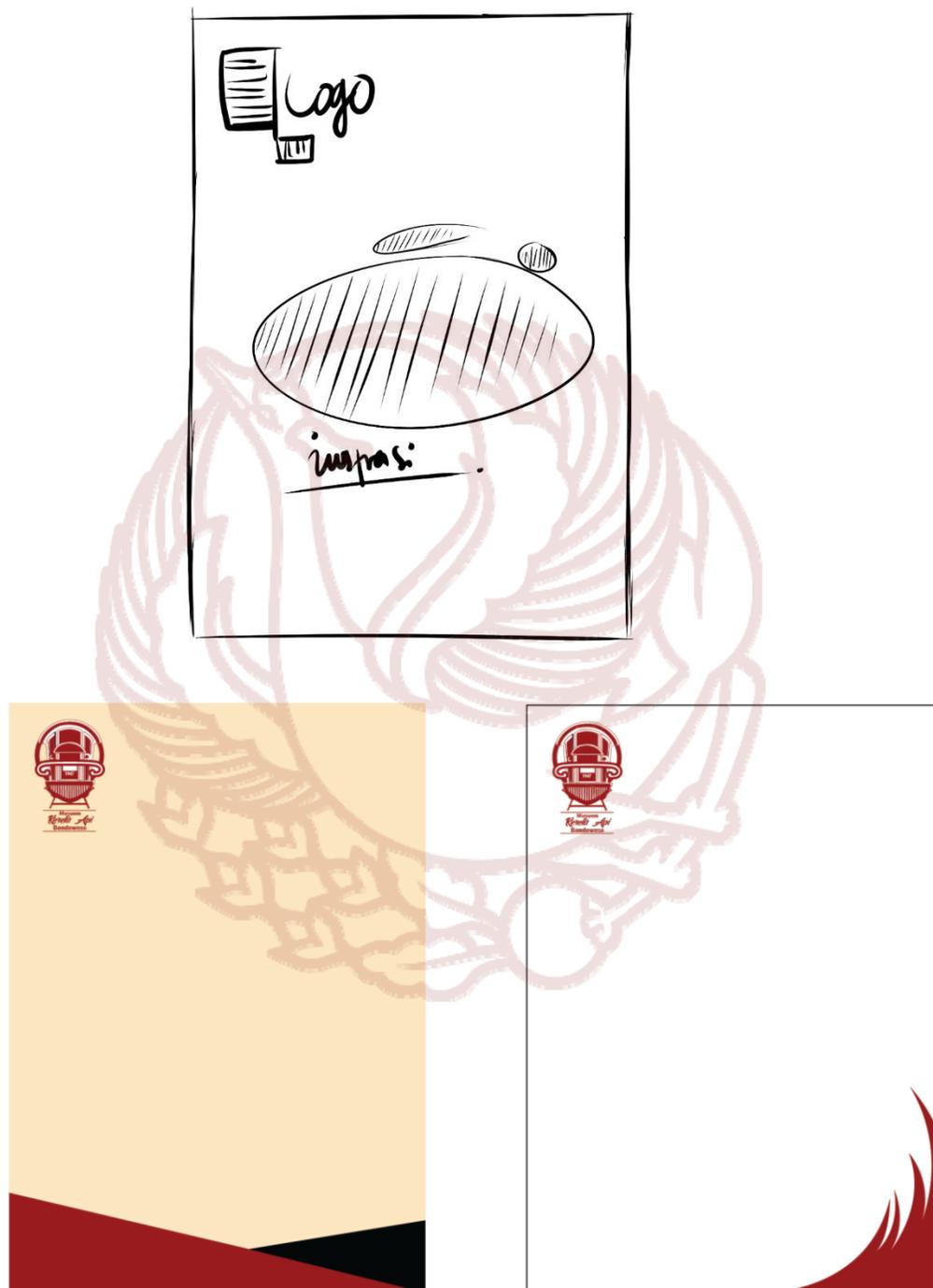
Gambar 67. Digitalisasi Memo *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)

C. Kop surat

Kop surat merupakan media yang bersifat informatif, jika terisi informasi atau suatu pesan dari instansi kepada instansi lain, sehingga instansi yang menerima pesan atau informasi dapat langsung mengetahui dari mana surat tersebut berasal.



Gambar 67. Thumbnail Kop surat *Musuem Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)



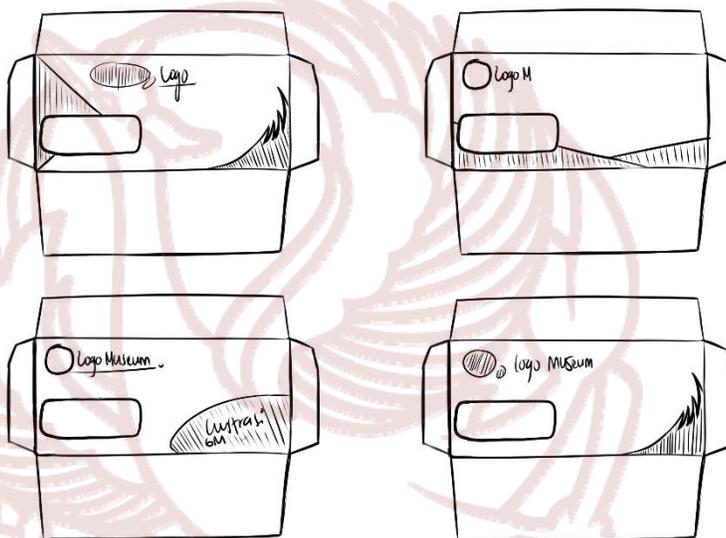
Gambar 69. Digitalisasi Kop surat *Musuem Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)



Gambar 70. Digitalisasi Kop surat *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

D. Amplop

Amplop merupakan media pelindung atau dummy pada surat, yang nantinya dapat melindungi media yang ada didalamnya atau sebagai wadah dalam pengiriman suatu pesan dari instansi kepada instansi lain.



Gambar 71. Thumbnail amplop *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018).



Gambar 72. Digitalisasi amplop *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

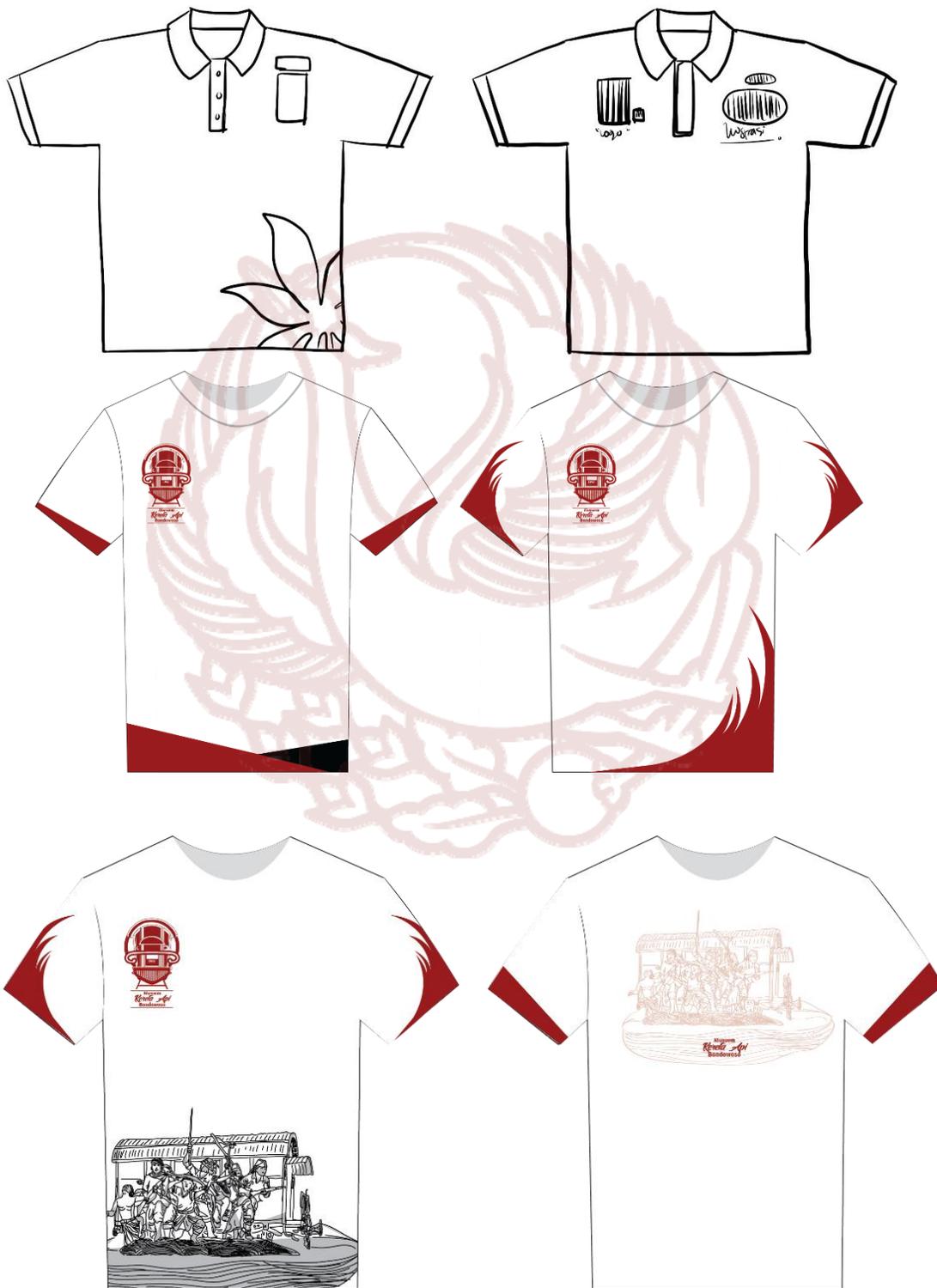
7) Merchandise

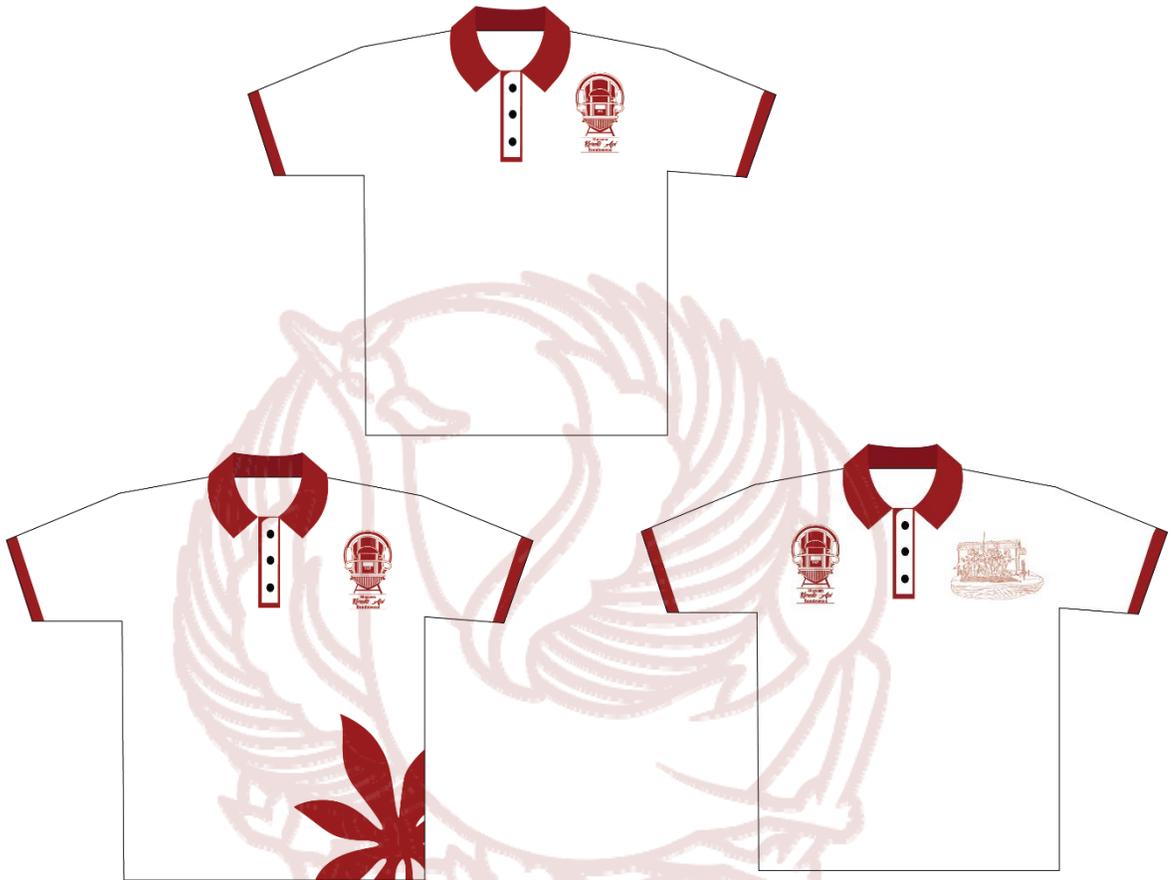
A. Kaos

Kaos berfungsi sebagai iklan berjalan sehingga cepat diingat kelebihannya dengan memakainya, banyak orang tanpa sengaja membaca pesan tertulis, kelemahannya penyajian informasi kurang lengkap seperti desain yang ada di bawah ini sebagai berikut



Gambar 73. Thumbnail T-shirt / kaos *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga a,n. 2018)

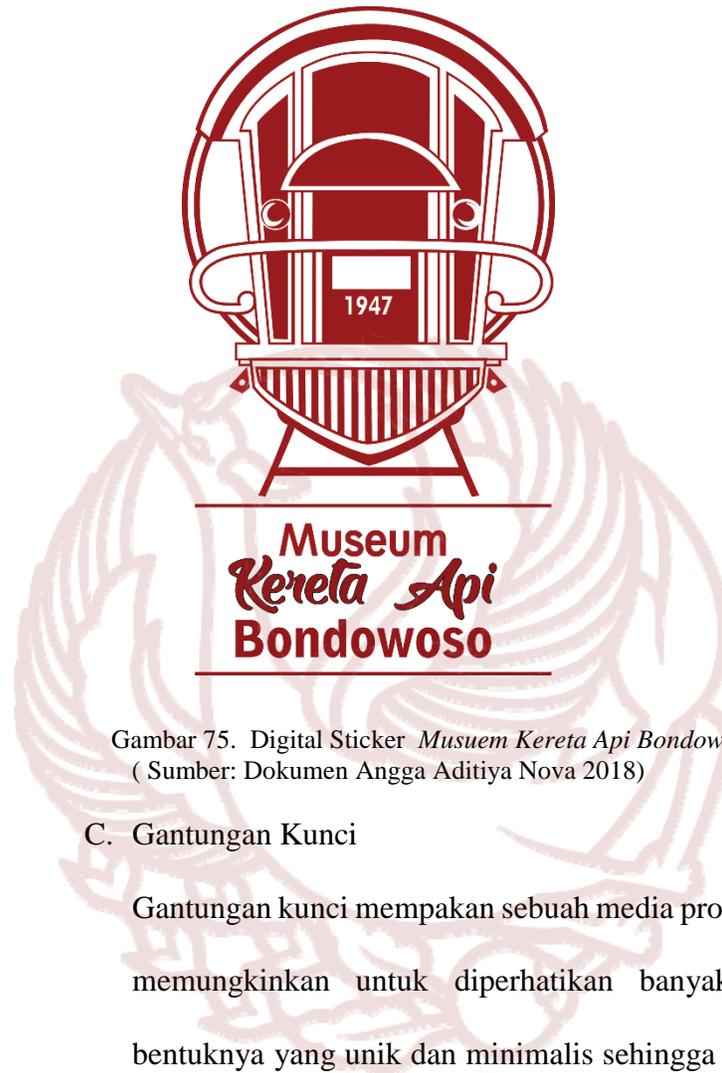




Gambar 74. Digital T-shirt / kaos *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)

B. Sticker

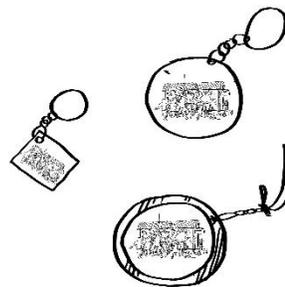
Sticker merupakan media promosi berjalan bahwasanya sticker dengan harganya yang murah dan jangkauan yang luas tergantung dalam penyebaran sticker itu sendiri, dapat mempersuasif klayak umum, kelemahan dari sticker media yang tidak awet atau tahan lama.



Gambar 75. Digital Sticker *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

C. Gantungan Kunci

Gantungan kunci merupakan sebuah media promosi yang cukup memungkinkan untuk diperhatikan banyak orang, selain bentuknya yang unik dan minimalis sehingga gantungan kunci dapat digunakan sebagai media promosi yang efektif



Gambar 76. thumbnail gantungan kunci *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)



Gambar 77. gantungan kunci *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)



Gambar 77. Miniatur Gerbong Maut *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

BAB IV

VISUALISASI DESAIN

1. Desain Logo

Desain logo salah satu aspek penting dalam sebuah perusahaan salah satunya museum kereta api Gerbong maut. Musuem kereta api Bondowoso ini diambil dari kisah perjuangan pemuda Bondowoso yang beranggotakan 100 orang yang menjadi tawanan belanda kemudian di asingkan ke Surabaya dengan gerbong maut, gerbong maut yang menjadi objek karya ini, sedangkan untuk font yang itu sendiri di mengadopsi dari font-font letering karena font ini lebih cenderung pada nuansa -nuansa *heritage*, dan *culuture*. Dan masa perjuangan yang dapat di ambil dari salah satu gerbong yang jumlah korbannya lebih banyak yang berada pada gerbong GR10152 jumlah yang meninggal 38 orang sedangkan font dari tulisan Bondowoso dan Tagline Gerbong Maut di buat huruf kapital agar terkesan lebih modern, dan menambah kesan kokoh dan kuat logo ini nantik yang akan menjadi brand pada perancangan *digitalplakform* yang berbasis UI /*user interface* tampilan untuk pengguna, Berikut ini spesifikasi desain logo :

Software : *Adobe Illustrator and Adobe Potoshop*

Font : *Geometri 212 bkc BT, Reality Sunday Light, dan Pilsen Plakat.*

Warna : putih dan merah

Tampilan desain logo :



Gambar 78. Desain Logo Musuem Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

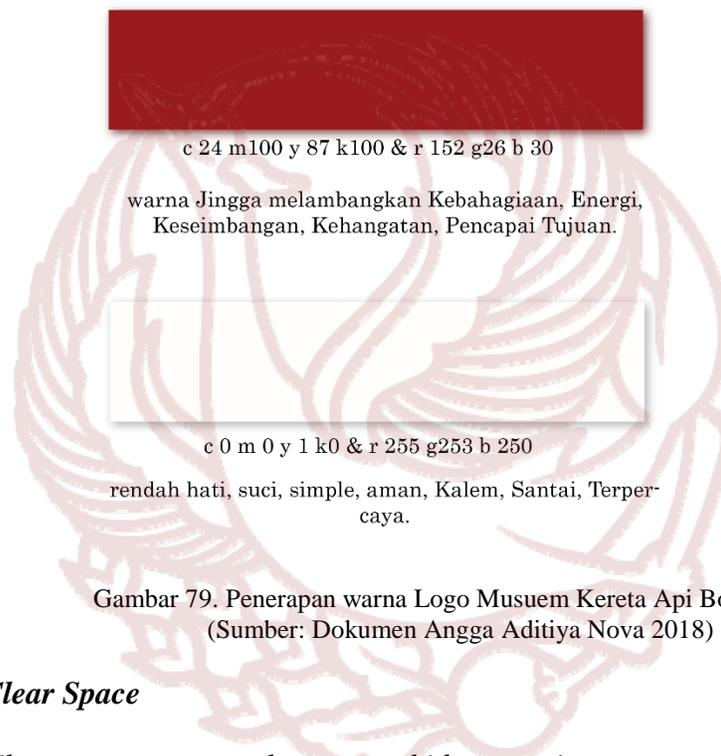
2. *Grapick Standart Manual (GSM)*

Graphic Standart Manual (GSM) GSM adalah sebuah media acuan standarisasi dalam membuat sebuah identitas untuk menjaga konsistensi logo agar tetap tampil baik dan tidak salah dalam penerapannya pada media aplikasi. Pedoman pembuatan Identitas ini juga dapat berfungsi untuk mengukur tingkat keaslian dari identitas tersebut dan juga untuk menghindari pembajakan.

a. *Studi penerapan warna pada logo*

Logo Museum Bondowoso ini menggunakan tema “perjuangan, kemerdekaan, semangat pejuang”, dan typorafi huruf mengangkat genre Lettering yaitu pada Font Kereta Api dengan tujuan ingin menonjolkan, “Heritage atau Culture ” dimana dalam sejarah Kereta Api, merupakan peninggalan jaman belanda pada tahun 1947. Dalam sejarah transportasi umum kereta merupakan transportasi pertama di indonesia pada jaman

Penjajahan. “Museum dan Bondowoso” menggunakan jenis huruf bergener modern. warna merah memiliki makna semangat, kuat, cinta, ambisi, pemimpin, kehangatan, warna putih pada logo memiliki arti rendah hati, suci, simple, aman, kalem, santai, terpercaya.



Gambar 79. Penerapan warna Logo Musuem Kereta Api Bondowoso
 (Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

b. *Clear Space*

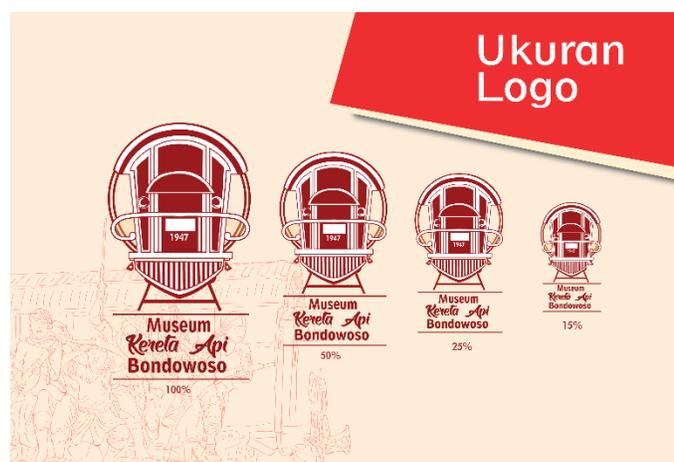
Clear speace merupakan suatu bidang garis atau warna imajiner yang khusus memberikan ruang pada logo. Dalam clear space hanya boleh diisi logo dan tidak diperboleh ada objek apapun dalam yang mengisi pada area clear space ukuran clear space pada Musuem Kereta Api Gerbong Maut adalah 1x



Gambar 80. Penerapan clear space area Musuem Kereta Api Bondowoso (Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

c. Ukuran Logo

Batasan minimum dalam pengecilan logo harus sesuai dengan ukuran teknis menurut standart GSM Identitas ini tidak diperbolehkan terlalu diperkecil karena akan mempengaruhi tingkat keterbacaan identitas dari jarak tertentu. Hal ini menjadi salah satu teknis yang harus dipertimbangkan agar dalam proses multimedia maupun percetakan dapat dilihat dan masih dalam konteks yang jelas.



Gambar 81. Penerapan ukuran Logo Musuem Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

d. *Fleksibilitas Warna*

Selain warna Merah sebagai warna resmi. logo ini juga di rancang memiliki fleksibilitas warna untuk di adaptasikan dengan warna-warna lain sebagai implementasikan konsep yang warna yang fleksibilitas dan kekinian mengikuti jaman, tidak selamanya yang bertemakan konsep Heritage dan Culture berwarna kecoklatan dan warna- warna agak gelap. Guna memberikan awarnes kepada masyarakat Bahwasanya banyak sekali yang akan di dapat dalam setiap berkunjung ke museum ini..



Gambar 82. Fleksibilitas Warna Logo Musuem Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)

e. *Inccorect logo*

Inccorect logo merupakan layout dari bentuk logo yang tidak sesuia saat digunakan atau di aplikasikan pada media pendukung. Fungsi dari penempatan ini agar posisi dari logo sesuai, perspektif atau proporsional jika diaplikasikan. Program ini dibuat untuk menghindari kesalahan dalam pengaplikasian dan penerapan identitas sehingga konsistensi yang ada dapat terjaga.



Gambar 83. Inccorect Logo Musuem Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga a.n. 2018).

3. Pengaplikasian

Perancangan logo yang *iconic* kemudian diaplikasikan kedalam media-media promosi yang sudah di targetkan sehingga, nantinya diharapkan mampu mengidentifikasi dan memberikan *citra* atau *image* yang membangun untuk masyarakat Bondowoso khususnya Musuem Kereta Api Bondowoso yang dahulunya belum memiliki sebuah logo atau brand.



Gambar 84. Aplikasi media Logo Musuem Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

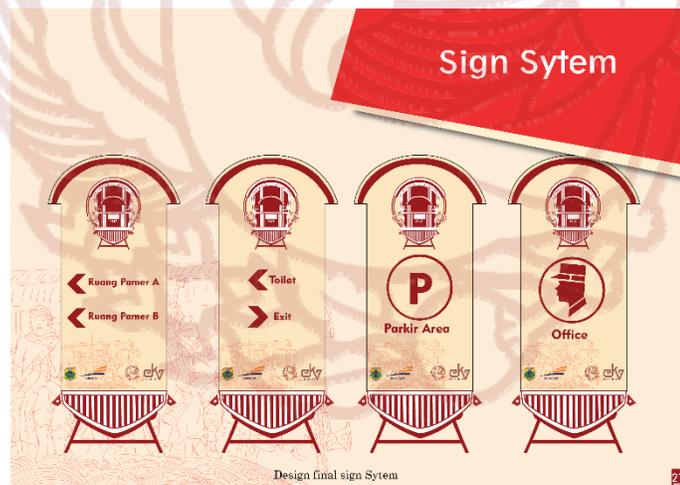
4. *Sign Sytem*

Signage merupakan penunjuk arah. Selama ini signage yang ada di Musuem kereta api masih belum ada dan kurang maksimal, baik dari segi penempatan, kuantitas, maupun kualitas. Hanya ada satu signage yang dipasang pada Museum kereta api, salah satunya signage Ruangan staf Office dan *Exit* dan belum ada *signage* ada yang dirungan pameran. Hal ini menyebabkan pengnjung bingung dimana ruang pamer A dan dimana ruang pamaer B. Desaian *signage* dirancang dengan mengikuti bentuk logo atau *Band* dari Museum Kereta Api Bondowoso, untuk mempertegas dan memberi kesan berbeda dari signage -signage yang lain, Tujuan dari dibuatnya Signage ini adalah untuk membantu para

Pengunjung untuk lebih runtut dalam menikmati pameran yang ada di museum saat kunjungan. Berikut ini spesifikasi dari Signage tersebut dibuat sebagai berikut :

Software : *Adobe Illustrator CS 6* dan *Adobe Photoshop CC 2015*

- Ukuran : (200 cm x 60 cm)
- Spesifikasi : MMT dan triplek
- Page layout : Vertikal
- Teknik : Digital print.
- Media Placemen : Ditempatkan di dalam ruang pameran yang memungkinkan wisatawan yang berkunjung ke museum dapat dengan jelas melihatnya.
- Frekuensi : sepanjang tahun
- Tampilan Sign System



Gambar 85 Sign Sytem Musuem Kereta Api Bondowoso
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

5. *Poster Event*

Poster merupakan salah satu media yang akan menjadi sarana promosi yang dapat menjadi media *outdoor* atau *indor* yang efektif untuk menyampaikan pesan atau informasi pada *audience* dalam jumlah yang besar, sehingga dapat

menghemat biaya atau jumlah anggaran produksi. Poster merupakan media informasi media dengan penempatan *flexible*, target segmen yang memiliki mobilitas tinggi perancangan poster ini mengambil dari tema perjuangan pada jaman dahulu dengan mengkombinasikan ilustrasi siluet, pejuang gerbong maut. Spesifikasi dari poster yang akan dibuat sebagai berikut :

Software : *Adobe Illustrator CS 6 dan Adobe Photoshop CC 2015*

Ukuran : A3 (29,7 cm x 42,0 cm)

Spesifikasi : Art paper

Page layout : Vertikal

Teknik : Digital print.

Media Placemen : Dapat ditempatkan di dalam ruang atau di luar ruangan pameran yang memungkinkan wisatawan yang berkunjung ke museum dapat dengan jelas melihatnya.

Frekuensi : Sepanjang tahun

Tampilan poster



Gambar 86. Poster *Event Musuem Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

6. *Iklan Surat kabar Jawa Pos Radar Jember dan Jawa Pos Radar Ijen*

Iklan Koran Jenis iklan yang dimuat di surat kabar harian dipilih karena terbit hampir setiap hari. Koran Jawa Pos Radar jember dan Koran Jawa Pos Radar Ijen dipilih sebagai salah satu tempat mengiklankan atau media promosi yang sangat efektif untuk Museum Kereta Api Bondowoso. Spesifikasi dari iklan surat kabar yang akan dibuat sebagai berikut :

Software : *Adobe Illustrator CS 6 dan Adobe Photoshop CC 2015*

Ukuran : (2 kolom x 300 mm)

Spesifikasi : paper atau koran

Page layout : Vertikal

Teknik : Digital print.

Media Placemen : Dalam surat kabar

Frekuensi : Sepanjang tahun

Tampilan iklan surat kabar



Gambar 87. Iklan Surat Kabar *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)

7. Brosur Museum Kereta Api Bondowoso

Brosur Jenis iklan yang mudah di bawa kemana-mana fleksibilitas pengemasan yang simple padat dan jelas sehingga sangat efektif dalam mempromosikan Museum Kereta Api Bondowoso. Brusur dipilih sebagai salah satu tempat mengiklankan atau media promosi yang sangat efektif dan menghemat jumlah anggaran biaya produksi, untuk Museum Kereta Api Bondowoso. Spesifikasi dari brosur yang akan dibuat sebagai berikut :

Software : *Adobe Illustrator CS 6 dan Adobe Photoshop CC 2015*

Ukuran : A5

Spesifikasi : paper

Page layout : Vertikal

Teknik : Digital print.

Media Placemen : Di setiap promo event kota dan museum

Frekuensi : Sepanjang tahun

Tampilan Brosur



Gambar 88. Iklan Surat Kabar *Musuem Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditya Nova. 2018)

8. *Banner*

Banner merupakan media promosi dalam ruang atau yang sering kita sebut dengan promotion indoor, yang sifatnya fleksibel dalam penempatannya, perancangan Banner ini mengambil dari tema perjuangan pada jaman dahulu dengan mengkombinasikan ilustrasi siluet, pejuang gerbong maut. Spesifikasi dari poster yang akan dibuat sebagai berikut :

Software : *Adobe Illustrator CS 6* dan *Adobe Photoshop CC 2015*

Ukuran : (60cm x 200 cm)

Spesifikasi : Banner

Page layout : Vertikal

Teknik : Digital print.

Media Placemen : Dapat ditempatkan di dalam ruang atau di luar ruangan pameran yang memungkinkan wisatawan yang berkunjung ke museum dapat dengan jelas melihatnya.

Frekuensi : Sepanjang tahun

Tampilan Banner



Gambar 89. Banner *Musuem Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

9. Office Stasionery promotion

A. Id Card

ID Card merupakan salah Satu benda yang paling penting dalam berinteraksi dengan orang lain terutama untuk terbisnis, kelebihanannya lebih simpel, fleksibel dan dapat dibawa kemana-mana. Perancangan ID Card ini mengambil dari tema perjuangan pada jaman dahulu dengan mengkombinasikan ilustrasi siluet, pejuang gerbong maut. Spesifikasi dari ID Card yang akan dibuat sebagai berikut :

Software : *Adobe Illustrator CS 6* dan *Adobe Photoshop CC 2015*

Ukuran : (9 cm x 5.5 cm)

Spesifikasi : art paper
 Page layout : horizontal
 Teknik : Digital print.
 Media Placemen : Dapat ditempatkan di dekat komputer anjungan

Tampilan Id Card



Gambar 89. ID Card *Museum Kereta Api Bondowoso*
 (Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

B. Memo

Memo merupakan media yang bersifat intern karena media ini adalah wadah untuk mengirim pesan singkat kepada perusahaan lain, atau ke dalam satu ruangan kantor agar lebih terlihat lebih tertata. Perancangan memo ini mengambil dari tema perjuangan pada jaman dahulu dengan mengombinasikan ilustrasi siluet, pejuang gerbong maut. Spesifikasi dari Memo yang akan dibuat sebagai berikut :

Software : *Adobe Illustrator CS 6* dan *Adobe Photoshop CC 2015*

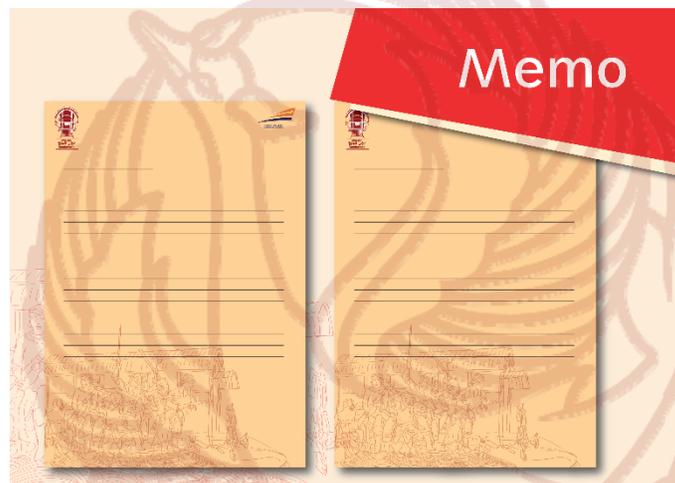
Ukuran : (21cm x 29,7 cm)

Page layout : Vertikal

Teknik : Digital print.

Media Placemen : Dapat ditempatkan di kantor Museum Kereta Api Bondowoso

Tampilan memo



Gambar 90. Memo *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

C. Kop Surat

Kop surat merupakan media yang bersifat informatif, jika terisi informasi atau suatu pesan dari instansi kepada instansi lain. Perancangan kop surat ini mengambil dari tema perjuangan pada jaman dahulu dengan mengkombinasikan ilustrasi siluet, pejuang gerbong maut. Spesifikasi dari Memo yang akan dibuat sebagai berikut :

Software : *Adobe Illustrator CS 6* dan *Adobe Photoshop CC 2015*

Ukuran : (21cm x 29,7 cm)
Page layout : Vertikal
Teknik : Digital print.
Media Placemen : Dapat ditempatkan di kantor Museum Kereta Api
Bondowoso
Tampilan Kop surat



Gambar 91. Kop surat *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditya Nova 2018)

D. Amplop

Amplop merupakan media pelindung atau dummy pada surat, yang nantinya dapat melindungi media yang ada didalamnya atau sebagai wadah dalam pengiriman suatu pesan dari instansi kepada instansi lain. Perancangan amplop surat ini mengambil dari tema perjuangan pada jaman dahulu dengan mengombinasikan logo dari gerbong Maut agar terlihat

lebih tertata dan lebih mendalam dalam mengirim sebuah surat untuk instansi kepada perusahaan atau instansi lain.. Spesifikasi dari amplop yang akan dibuat sebagai berikut :

Software : *Adobe Illustrator CS 6* dan *Adobe Photoshop CC*

2015

Ukuran : (23cm x 11 cm)

Page layout : Horizontal

Teknik : Digital print.

Media Placemen : Dapat ditempatkan di kantor Museum Kereta Api Bondowoso

Tampilan Amplop



Gambar 92. Amplop *Musuem Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

E. CD

CD merupakan media yang bersifat informatif, jika terisi informasi atau suatu pesan dari instansi kepada instansi lain agar lebih terlihat tertata dan lebih terjamin lihat lebih tertata dalam privasi perusahaan.. Perancangan CD

ini mengambil dari branding logo Museum Kereta Api Bondowoso gerbong maut. Spesifikasi dari CD yang akan dibuat sebagai berikut :

Software : *Adobe Illustrator CS 6 dan Adobe Photoshop CC 2015*

Ukuran : (12cm x 12 cm)

Page layout : diagonal

Teknik : Digital print.

Media Placemen : Dapat ditempatkan di kantor Museum Kereta Api Bondowoso

Tampilan CD

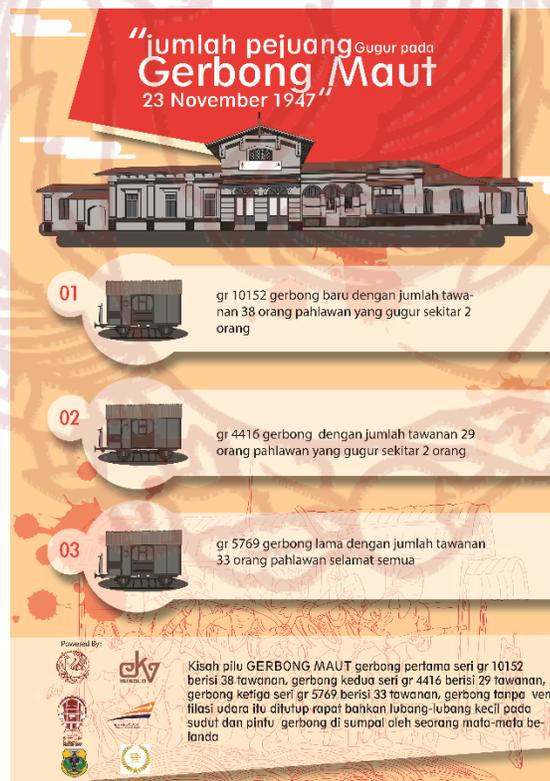


Gambar 93. CD *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Anggan. Aditiya Nova 2018)

F. Infografis

Infografis Mini x Banner merupakan media yang bersifat informatif, jika terisi informasi mengenai sejarah perjalanan gerbong maut dan jumlah

pahlawan yang gugur pada insiden ngerbong maut dengan menggunakan pendekatan desain grafis sehingga mudah dipahami oleh pengunjung mengenai sejarah gerbong maut. Perancangan infografis ini mengambil dari branding logo Museum Kereta Api Bondowoso gerbong maut. Spesifikasi dari Infografis yang akan dibuat sebagai berikut :



Gambar 94. Infografis *Museum Kereta Api Bondowoso* (Sumber: Dokumen Anggan. Aditiya Nova 2018)

10. Merchandise

A. Tshirt / Kaos

Kaos berfungsi sebagai iklan berjalan sehingga cepat diingat kelebihannya dengan memakainya, banyak orang tanpa sengaja membaca pesan tertulis, kelemahannya penyajian informasi kurang lengkap. Perancangan kop surat ini mengambil dari tema perjuangan pada jaman dahulu dengan mengkombinasikan logo yang menjadi icon dari museum gerbong maut,. Spesifikasi dari kaos yang akan dibuat sebagai berikut :

Software : *Adobe Illustrator CS 6* dan *Adobe Photoshop CC 2015*

Ukuran : all size

Page layout : Vertikal

Teknik : Sablon & Digital print.

Media Placemen : Dipakai crew Museum dan oleh-oleh untuk pengunjung

Tampilan Merchandise T-shirt



Gambar 95. T-sirt atau kaos *Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga a,n. 2018)

B. Sticker

Sticker merupakan media promosi berjalan bahwasanya sticker dengan harganya yang murah dan jangkauan yang luas tergantung dalam penyebaran sticker itu sendiri, dapat mempersuasif klayak umum. Perancangan Sticker ini mengambil dari icon atau Logo dari Musuem itu sendiri Spesifikasi dari Sticker yang akan dibuat sebagai berikut :

Software : *Adobe Illustrator CS 6* dan *Adobe Photoshop CC 2015*

Ukuran : 6 cm x 10 cm

Page layout : Vertikal

Teknik : Digital print atau cutting sticker

Media Placemen : Fleksibel menurut pengguna

Tampilan Merchandise Sticker.



Gambar 96. Sticker *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova 2018)

C. Gantungan Kunci

Gantungan kunci dipilih agar dapat digunakan sebagai aksesoris atau hiasan dan juga sebagai simbol identitas yang dapat mengingatkan dimana kita pernah berkunjung ketempat-tempat wisata salah satunya ialah Museum Kereta Api Bondowoso. Perancangan Gantungan kunci ini mengambil dari icon atau Logo dan ilustrasi pejuang dari gerbong maut itu sendiri Spesifikasi dari gantungan kunci yang akan dibuat sebagai berikut:

Software : *Adobe Illustrator CS 6 dan Adobe Photoshop CC 2015*

Ukuran : 5 cm

Page layout : diagonal

Teknik : Digital print laser

Media Placemen : Fleksibel menurut pengguna

Tampilan Merchandise gantungan kunci



Gambar 97. Gantungan Kunci *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga a.n. 2018)

C. Topi

Topi dipilih agar dapat digunakan sebagai aksesoris dalam penyampaian media atau pengaplikasian media dan juga sebagai simbol identitas yang dapat mengingatkan dimana kita pernah berkunjung ketempat-tempat wisata salah satunya ialah Museum Kereta Api Bondowoso. Perancangan topi ini mengambil dari icon atau Logo dari gerbong maut itu sendiri Spesifikasi dari topi yang akan dibuat sebagai berikut:

Software : *Adobe Illustrator CS 6* dan *Adobe Photoshop CC 2015*

Ukuran : M

Page layout : Vertikal

Teknik : Digital print, atau brodir
 Media Placemen : Fleksibel menurut pengguna
 Tampilan Merchandise Topi



Gambar 98. Topi *Museum Kereta Api Bondowoso*
 (Sumber: Dokumen Angga a.n. 2018)

D. Mug

Mug dipilih agar dapat digunakan sebagai penyampaian media atau pengaplikasian media dalam proses desain mug dipilih guna penyampian sebuah simbol identitas yang dapat mengingatkan dimana kita pernah berkunjung ketempat-tempat wisata atau sebuah event salah satunya ialah Museum Kereta Api Bondowoso. Perancangan mug ini mengambil dari icon atau Logo dan ilustrasi pejuang dari gerbong maut itu sendiri Spesifikasi dari Mug yang akan dibuat sebagai berikut:

Software : *Adobe Illustrator CS 6 dan Adobe Photoshop CC 2015*

Ukuran : 9,5 cm x 8 cm
 Page layout : Vertikal
 Teknik : Digital print,
 Media Placemen : Fleksibel menurut pengguna

Tampilan Merchandise Mug



Gambar 99. mug *Museum Kereta Api Bondowoso*
 (Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)

11. *Transid Ad Mobil Dinas*

Transid Ad Mobil dinas berfungsi sebagai iklan berjalan sehingga cepat diingat oleh kebanyakannya dengan memakainya, banyak orang tanpa sengaja membaca pesan tertulis, kelemahannya penyajian informasi kurang lengkap. Perancangan Transid Ad Mobil dinas ini mengambil dari branding atau logo dari Museum Kereta Api Bondowoso,. Spesifikasi dari transid Ad Mobil dinas yang akan dibuat sebagai berikut :

Software : Adobe Illustrator CS 6 dan Adobe Photoshop CC
2015

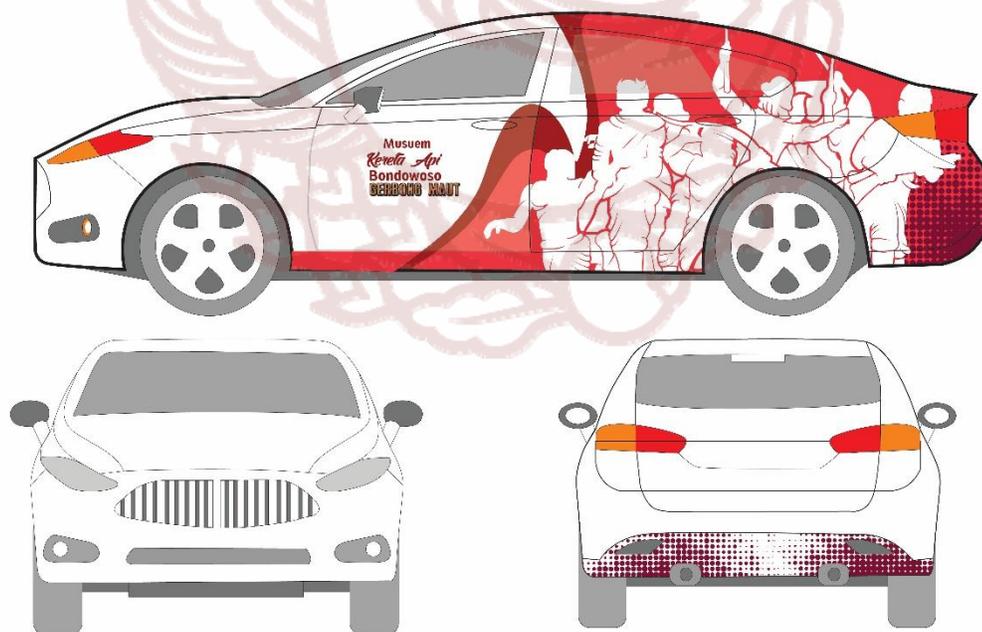
Ukuran : 60cm x 60 cm

Page layout : Vertikal

Teknik : Digital print.

Media Placemen : mobil dinas

Tampilan Merchandise transid Ad mobil Dinas



Gambar 100. transid Ad mobil dinas *Museum Kereta Api Bondowoso*
(Sumber: Dokumen Angga Aditiya Nova. 2018)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam proses perancangan *Identitas Visual*, dan penerapan media promosi dapat disimpulkan bahwa:

1. Perancangan *identitas visual* untuk Museum Kereta Api Bondowoso, dapat mewakili visi, misi, serta karakteristik yang dimiliki serta mengaplikasikan identitas visual baru tersebut pada media promosi sehingga dapat menanamkan image baru yang positif di benak masyarakat.
2. Harapan ke depan untuk Museum Bondowoso dengan Perancangan Identitas Visual ini mampu berkembang dan di kenal masyarakat luas khususnya masyarakat Bondowoso.

Implikasi

Karya ini harapannya dapat di jadikan sumber referensi bagi akademik dalam mengembangkan ilmu di dunia akademia pendidikan khususnya dalam dunia Desain Komunikasi Visual yang dapat di jadikan salah satu rujukan dalam membuat membuat sebuah desain dengan mengedepankan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Penerapan desain yang telah dilakukan, yaitu dengan terciptanya *Brand* atau Identitas untuk museum Kereta Api Bondowoso

2. Penerapan atau penambahan fasilitas kerja guna membangun Museum Kereta Api Bondowoso Lebih baik lagi salah satunya dengan terciptanya. Media-media promosi cetak guna untuk mempromosikan Museum Kereta Api Bondowoso
3. Perancangan ini harapannya dapat membangun *image* atau citra yang baik.

3. Saran

Adapun saran yang di berikan kepada seluruh pihak terkait guna, mengembangkan Museum Kereta Api, seperti dinas pengelolaan, museum, pemda, dan masyarakat sekitar museum sebagai berikut :

1. Merancang suatu promosi secara, sistematis dan terarah serta berkelanjutan agar tujuan perancangan tersebut dapat tercapai dengan baik.
2. Melakukan penamabahan fasilitas tambahan baik seperti computer anjungan agar pengunjung dapat dengan mudah untuk mengakses yang diinginkan pengunjung atau pengguna.
3. Melakukan pembaruan media promosi sehingga masyarakat tidak bosan atau jenuh.
4. Pemda dan pengelola Museum lebih memperhatikan perkembangan museum kereta api agar dapat dikenal masyarakat luas dan dapat mensejahterakan masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, Sean, and Morioka, Noreen. 2004. Logo Design Workbook - A Hands-on Guide To Creating Logos. Rockport Publishers.
- Adi kusriyanto Pengantar Desain Komunikasi Visual 2009. Yogyakarta: ANDI
- Basnendar Herry prilosadoso, Asmoro Nurhadi Panindas, 2016. Environtmen Graphic Design Untuk Identitas Visual Museum Sangiran Sebagai Pengembangan Pariwisata situs Puerbakala Di kabupaten Sragen. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.
- Brunette, Ed 2010. Hello Android. Pragmatic Bookshelf, United States Of America
- Dr.H Mashoed. Sejarah Bondowoso 2004 Sejarah dan Kebudayaan Bondowoso
- Duta Prihatmana, 2010. Perancangan Video Profil Museum Kereta Api Ambarawa. Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa Dan Desain Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Dastbaz, Mohammad. 2003. Designing interactive Multimedia System York : McGraw- Hill Company.
- I Komang Sudarman, Unsur-unsur Desain Grafis, 2015.Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Koran Solo Pos edisi 23 Oktober 2017. Museum Prioritas Rencana Aksi.
- Landa, Robin. 2011. Graphic Design Solutions. USA*
- Majalah BRANDNA Vol. 2, No 6, (hal 17- 39) Destination Branding. 2008.
- Mikke, Susanto (2002), Diksi Rupa Kumpulan Istilah Seni Rupa, Kanisius Anggota IKAPI: Yogyakarta
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.

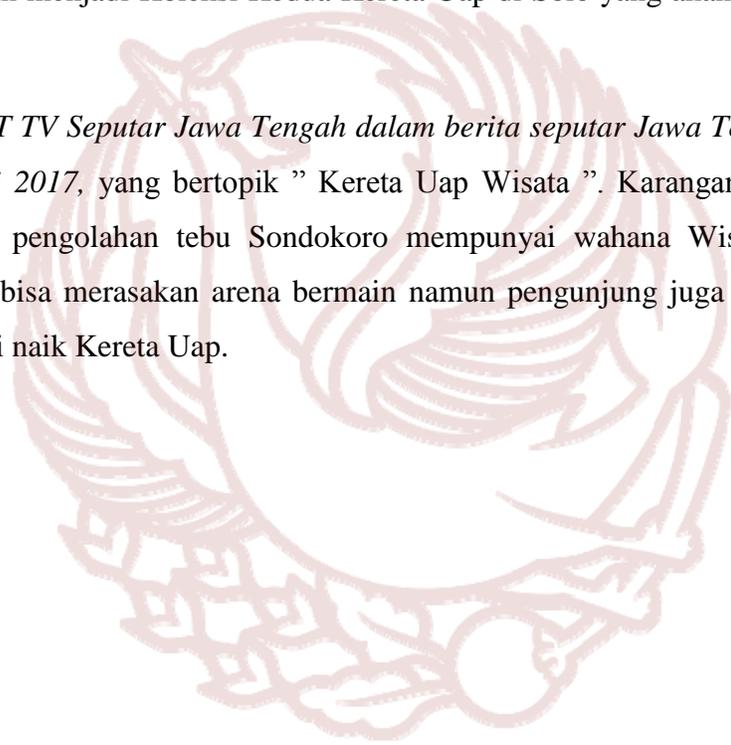
- Khasali, Rhenald. 1995. *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting dan Positioning*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Pujianto 2013. *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: Adi Offset
- Sabitta Tara Archyanti 2016 *Perancangan Identitas Visual Dan Promosi Program“Solo Creative City Network (SCCN)” Di Kota Solo*. Fakultas Seni Rupa Dan Desain Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Sumbo Tinarbuko 2015 *Dekave desain komunikasi visual-penanda zaman masyarakat global yogyakarta*. CAPS center for academic publishing service.
- Surianto Rustan 2009. *Mendesain Logo cetakan pertama Jakarta*: PT Gramedia Pustaka Utama, dan Anggota IKAPI.
- Rendra Widyatama. (2005). *Pengantar Periklanan* Yogyakarta: Pustaka book Publisher.
- Taufik murtono, 2014. *Perancangan Typografi Program Studi Desain Komunikasi Visual*, Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.
surakarta : isi press
- Vaughan, 2011. *Multimedia: Making it work 8th Edition*.new yoark : McGraw-hill
- Widagdo. 1993. ‘‘Desain, Teori, dan Praktek’’. *Seni Jurnal Pengetahuan dan Penciptaan Seni*.BP ISI Yogyakarta III/03.
- Wheeler, Alina. 2003. *Designing Brand Identities: An Essentials Guide for The Entire*

Sumber Internet:

www. Undang-undang Pemerintah, 2011. Pengelolaan Kawasan Suaka Alam dan kawasan Pelestarian Alam, atau Cagar Budaya. Jawa Timur.

Youtube TransTV CNN Indonesia (Cable News Network) 31 juli 2017 Kereta Uap Kuno. dalam saluran beritanya yang menginformasikan telah mendatangkan kereta uap, dari Taman mini Jakarta Indah, menuju Kota Solo. Dan Kereta Uap ini akan menjadi Koleksi Kedua Kereta Uap di Solo yang akan di jadikan Icon Kota.

Youtube NET TV Seputar Jawa Tengah dalam berita seputar Jawa Tengah NET TV 9 25 juli 2017, yang bertopik ” Kereta Uap Wisata ”. Karanganyar merupakan pabrik pengolahan tebu Sondokoro mempunyai wahana Wisata alternative, selain bisa merasakan arena bermain namun pengunjung juga bisa merasakan sensasi naik Kereta Uap.



LAMPIRAN



Logo Museum Kereta Api Bondowoso

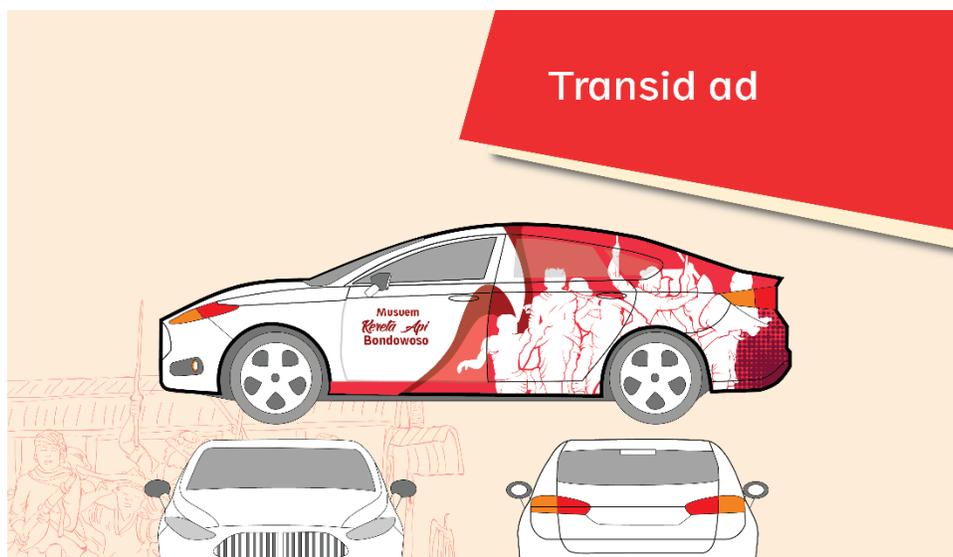


Design final sign Sytem

Sign Sytem Museum Kereta Api Bondowoso



Desain Poster Kereta Api Bondowoso



Mobil Dinas Museum Kereta Api Bondowoso



Merchandise Museum Kereta Api Bondowoso



Foto bersama Musuem Kereta Api dan Wawancara

